



PL 209 /2019

L I D O

PROJETO DE LEI Nº _____ /2019
(Do Senhor Deputado Eduardo Pedrosa)

Em, 27/02/19

Secretaria Legislativa

Sector Protocolo Legislativo
PL Nº 209 / 2019
Folha Nº 01 Bete

Institui regras e disciplina o horário e a quantidade de ligações para oferta de produtos e serviços por mensagens e ligações telefônicas.

A CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL decreta:

Art. 1º Fica assegurado ao consumidor, no âmbito do Distrito Federal, a instituição de regras para a oferta de produtos e serviços por meio de mensagens e ligações telefônicas.

Art. 2º Será considerado abusivo o telemarketing ativo que não observar as regras a seguir estipuladas:

I - é obrigação dos fornecedores a observância dos horários para realizações das ligações entre nove horas e vinte horas de segunda-feira a sexta, e de nove horas as treze horas de sábado;

II - é obrigação dos fornecedores a disponibilização de canal direto e facilitado, por meio telefônico e a custo de ligação local, com o consumidor para retirada ou inserção da manifestação de interesse nos produtos ou nos serviços oferecidos pelas empresas;

III - é vedada a utilização de pretexto de pesquisa, sorteio ou serviço similar, quando o verdadeiro objetivo for à venda;

IV - é dever dos fornecedores, quando em contato telefônico com o consumidor, seja em chamada com voz presencial, gravada, mecanizada ou digital, a disponibilização de tecla interruptiva da mesma e que retira o contato do consumidor do cadastro do telemarketing da empresa pelo período de 6 (seis) meses, prazo no qual o contato será vedado, salvo o quanto disposto no inciso II;

V - não é permitido a realização de telemarketing ativo através de números telefônicos que não possam receber chamadas de retorno;

VI - é proibido a reiteração da mesma oferta de produto ou serviços, seja por meio de contato telefônico, com o consumidor que tenha recusado a oferta de produto ou serviço, salvo o quanto disposto no inciso II;

VII - é proibido ultrapassar três chamadas telefônicas para um mesmo consumidor no mesmo dia, vedada a prática de chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

Parágrafo único. Não se aplicam as disposições deste artigo às instituições filantrópicas, organizações de assistência social, educacional e de saúde sem fins econômicos, portadoras do Certificado de Entidades Beneficentes de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem o serviço de telemarketing como meio de manutenção de suas atividades, salvo o disposto no inciso I.

Eduardo Pedrosa



Art. 3º A inobservância dos fornecedores faz incidir o quanto disposto no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Desde 1990, com fundamento ao art. 5º, inciso XXXII, que trata dos direitos e deveres individuais e coletivos da Constituição da República, temos um excelente código que, através da principiologia da boa-fé, da transparência e do equilíbrio nas relações de consumo, vem delimitando o trabalho executado pelo setor de telemarketing das empresas (pessoas jurídicas). Pelo código, deve-se destacar o respeito ao consumidor em seu ambiente de descanso. Mas não é isso que na prática ocorre.

Este Projeto foi concebido para frear uma realidade que hoje incomoda muitos brasilienses, os quais são diariamente assediados comercialmente mediante ligações telefônicas produzidas contra a vontade, de forma reiterada e persistente e em horas inoportunas. As ligações dos operadores de telemarketing são, muitas vezes, em horários impróprios. É comum que ocorram, por exemplo, na hora do almoço ou no final da noite. Violando o direito de intimidade e privacidade, ou seja, o direito da pessoa está tranquilo e sossegado, garantido como princípio fundamental na Constituição.

A ligação reiterada sem autorização fere o direito à privacidade previsto no art. 5º da Constituição, bem como o art. 21 do Código Civil, de modo que não é permitida a prática uma vez desautorizada pelo consumidor:

CF:
"Art. 5º (...)

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;"

Código Civil:

"Art. 21. A vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz, a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma."

Por seu turno, o número e o horário das ligações podem ser considerados uma prática abusiva. A ligação após as 20h é abusiva em razão de que o Código de Defesa do Consumidor determina que a cobrança não poderá incomodar o consumidor nos momentos de lazer, descanso ou trabalho, a não ser que seja autorizado. A partir das 20h, entende-se que a pessoa está em período de descanso. É uma questão de razoabilidade. Quando a empresa começa a insistir e ser invasiva, pratica um ato abusivo.

Setor Protocolo Legislativo
PL Nº 209/2019
Folha Nº 02 Bete



O telemarketing, tal como é realizado pelas empresas, causa prejuízos aos consumidores, pois ofende os direitos dos cidadãos à privacidade e intimidade, por não oferecer meio adequado para que o consumidor se previna de ser objeto da oferta telefônica. Ele entra na vida dos consumidores sem pedir permissão. E na maioria das vezes, telefonam nos horários mais impróprios como, por exemplo, no horário das refeições, do descanso ou do trabalho. Tudo isso aliado ao fato, incontestemente, de que, nem sempre o consumidor consegue se livrar facilmente dessas ligações.

É bom deixar claro que o simples uso do telemarketing para ofertas de produtos, serviços e cobranças, não é ilegal. A partir do momento em que a empresa começa a insistir e o contato passa a ser invasivo, grosseiro, ofensivo, agressivo, ou ainda invade à privacidade do consumidor, expondo-o ao ridículo ou de modo vergonhoso, é que pratica o ato abusivo.

Assim, nossa proposta visa criar regras de convivência, minorando as abordagens agressivas do telemarketing ativo. Por certo, a previsão da manifestação de interesse do consumidor, também traria maior assertividade às empresas, visto que não estariam atuando a esmo, para um público desinteressado nos produtos ou serviços apresentados.

Destacamos, ademais, que algumas das regras estão em consonância com o Código de Ética do Programa de Auto-Regulamentação do setor de relacionamento – PROBARE, coordenado pela Associação Brasileira de Marketing Direto, Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente e Associação Brasileira de Telesserviços, que embora preveja muitas normas protetivas aos consumidores, são costumeiramente inobservadas pelas operadoras de telemarketing ativo.

Certo que se trata de medidas protetivas aos consumidores, acreditamos e pedimos apoio dos Nobres pares.

Sala das Sessões,

Deputado EDUARDO PEDROSA

Setor Protocolo Legislativo
PL Nº 209/2019
Folha Nº 03 Bete

Assunto: Distribuição do **Projeto de Lei nº 209/19** que “Institui regras e disciplina o horário e a quantidade ligações para oferta de produtos e serviços por mensagens e ligações telefônicas”.

Autoria: Deputado(a) **Eduardo Pedrosa (PTC)**

Ao **SPL** para indexações, em seguida ao **SACP**, para conhecimento e providências protocolares, informando que a matéria tramitará, em análise de mérito, na **CDC** (RICL, art. 66, I, “a”), e, em análise de admissibilidade na **CCJ** (RICL, art. 63, I).

Em 28/02/19



MARCELO FREDERICO M. BASTOS

Matrícula 13.821

Assessor Especial

Setor Protocolo Legislativo
PL Nº 209/2019
Folha Nº 04 Beto