

EMENDA Nº 1 - CCJ (SUBSTITUTIVO)

PROJETO DE LEI DA CÂMARA Nº 56, DE 2009

Dispõe sobre a atividade de *telemarketing*.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A atividade de *telemarketing* destina-se à promoção ou venda de bens e serviços, à publicidade de marcas e ideias, ou à solicitação de donativos, com ou sem fins lucrativos, dirigida a um conjunto de pessoas físicas e jurídicas não vinculadas à entidade patrocinadora, de forma não presencial, com suporte de um serviço de telecomunicações ou de valor adicionado.

§ 1º O *telemarketing* realizado por meio de serviços, aplicações e conteúdos prestados ou veiculados pela internet submete-se ao disposto nesta lei.

§ 2º Não configuram atividade de *telemarketing* toda forma de correspondência impressa, a publicidade e a propaganda realizadas pelos serviços de radiodifusão, bem como qualquer forma de comunicação destinada a prevenir ou combater situações de emergência ou de grave ameaça nas áreas de saúde e segurança.

Art. 2º Define-se como:

I – campanha de *telemarketing*: toda ação de *telemarketing*, independentemente do serviço de telecomunicações e de valor adicionado utilizados como suporte para o contato com terceiros;

II – código de acesso individual: número telefônico, endereço de correio eletrônico ou qualquer identificador que, associado a um serviço de telecomunicações ou de valor adicionado, permite que determinada pessoa receba chamadas ou mensagens de *telemarketing*;

III – entidade patrocinadora: pessoa física ou jurídica que patrocina ou determina a execução de uma campanha de *telemarketing*;

IV – prestador de serviços de *telemarketing*: pessoa física ou jurídica que se dedica ao planejamento e à execução de campanhas de *telemarketing*, com ou sem fins lucrativos, com o propósito de desenvolver e manter o relacionamento da entidade patrocinadora com terceiros;

V – provedor de meios: prestador de serviço de telecomunicações ou de valor adicionado que oferece os meios e recursos requeridos pelo prestador de serviços de *telemarketing* ou pela entidade patrocinadora para armazenar, processar ou distribuir chamadas e mensagens de *telemarketing*;

VI – serviço de telecomunicações: aquele que se conforma à definição constante do art. 60 da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997;

VII – serviço de valor adicionado: aquele que atende ao disposto no art. 61 da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997.

Art. 3º É livre a utilização e o exercício da atividade de *telemarketing*, observadas as seguintes condições:

I – entidades patrocinadoras devem manter serviço de cadastro das pessoas que não desejam ser contatadas, que poderá ser acessado por telefone ou pela internet, a critério da pessoa;

II – qualquer contato que exija resposta ou intervenção imediata do destinatário somente poderá ser efetuado de segunda-feira a sexta-feira, exceto feriados, das oito às vinte horas, a não ser que expressamente autorizado em contrário pela pessoa, inclusive por meio do serviço cadastral a que se refere o inciso I;

III – qualquer pessoa tem o direito de solicitar à entidade patrocinadora para ser excluído de campanhas de *telemarketing*, indicando, por meio do serviço cadastral a que se refere o inciso I, os meios de comunicação por meio dos quais não deseja o contato;

IV – a entidade que patrocinar, ou aquela que for contratada para prestar serviços de *telemarketing*, deverá manter, por um período de cinco anos, os registros das pessoas físicas e jurídicas destinatárias de cada campanha de *telemarketing*;

V – é vedada a cessão ou comercialização de bancos de dados de pessoas físicas e jurídicas cujos dados tenham sido fornecidos em campanha de *telemarketing*, sem a expressa autorização das mesmas;

VI – pessoa incapaz ou menor de idade, sem autorização dos pais ou responsáveis legais, não pode ser destinatária de campanha de

telemarketing, devendo ser finalizado o contato e excluído o referido registro das bases de dados tão logo seja identificada tal situação.

§ 1º Em todo o contato de *telemarketing* devem ser informados claramente a entidade patrocinadora e o número telefônico ou sítio na internet por meio dos quais a pessoa poderá exercer o direito que lhe assegura o inciso III do *caput*.

§ 2º O serviço cadastral a que se refere o inciso I do *caput* deve ser capaz de armazenar todos os números telefônicos, endereços de correio eletrônico e outros códigos de acesso individuais que a pessoa pretenda informar com a finalidade de vedar o contato.

§ 3º Fica autorizado o contato com pessoa por meio de código de acesso individual que não tenha sido informado.

§ 4º O serviço cadastral a que se refere o inciso I do *caput* deve permitir que a pessoa guarde consigo, eletronicamente ou em meio físico, arquivo que discrimine todos os dados por ela informados.

§ 5º A manifestação da vontade de ser excluído de campanhas de *telemarketing* permanecerá válida por três anos, contados da data de registro no serviço cadastral a que se refere o inciso I do *caput*, devendo a pessoa expressar novamente sua vontade após o término desse período.

Art. 4º As relações de consumo estabelecidas ou promovidas pelo *telemarketing* sujeitam-se à disciplina da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 5º A entidade patrocinadora é responsável por:

I – fornecer às entidades que darão suporte à campanha de *telemarketing* todos os códigos de acesso fornecidos pelas pessoas que não desejam ser contatadas;

II – assegurar que sejam respeitados os direitos do consumidor, indenizando-o por eventuais perdas e danos.

Art. 6º Os prestadores de serviços de *telemarketing* e os provedores de meios somente serão responsabilizados por infrações aos dispositivos desta Lei quando:

I – houver perda ou dano a destinatário de campanha de *telemarketing* que possa ser diretamente atribuído a sua ação ou omissão, inclusive em relação ao cumprimento do disposto no art. 7º;

II – não for cumprido o disposto nos incisos II ou III do *caput* do art. 3º, havendo a entidade patrocinadora comprovado o cumprimento do disposto no inciso I do *caput* do art. 5º.

Art. 7º Os prestadores de serviço de *telemarketing* e os provedores de meios deverão disponibilizar os recursos técnicos necessários para assegurar o cumprimento do disposto nesta Lei.

Art. 8º O descumprimento das disposições desta Lei sujeita os responsáveis às seguintes multas a serem aplicadas nos termos do Título I, Capítulo VII, da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, sem prejuízo das demais penalidades previstas na legislação:

I – falta de oferta adequada do serviço de cadastro a que se refere o inciso I do *caput* do art. 3º: multa inicial de trinta mil reais, aplicada em dobro para cada campanha de *telemarketing* subsequente em que a infração se repetir;

II – estabelecimento de contato por meio de qualquer código de acesso individual, em dia ou horário diferente daqueles determinados no inciso II do *caput* do art. 3º: multa de duzentos reais por contato efetuado;

III – estabelecimento de contato por meio de código de acesso individual vedado pelo destinatário: multa de mil reais por contato efetuado;

IV – indisponibilidade dos registros das pessoas físicas e jurídicas destinatárias de cada campanha de *telemarketing*, nos termos do inciso IV do *caput* do art. 3º: multa de cinquenta mil reais por campanha realizada sem manutenção dos registros;

V – cessão ou comercialização de bancos de dados em desacordo com o inciso V do *caput* do art. 3º: multa de cem mil reais, aplicada em dobro em caso de reincidência;

VI – desenvolvimento de relacionamento com pessoa incapaz ou com menor de idade sem autorização dos pais ou responsáveis legais: multa de dez mil reais, aplicada em dobro em caso de reincidência.

Art. 9º O Capítulo I do Título III da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5452, de 1º de maio de 1943, passa a vigorar acrescido da seguinte Seção II-A:

“CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES ESPECIAIS SOBRE DURAÇÃO E CONDIÇÕES
DE TRABALHO

.....

SEÇÃO II-A

Dos operadores de *telemarketing*

Art. 231-A. A duração da jornada de trabalho dos operadores de telemarketing é de 6 (seis) horas diárias ou 36 (trinta e seis) horas semanais.

Parágrafo único. A cada 90 (noventa) minutos de trabalho consecutivo, haverá intervalo de 10 (dez) minutos para repouso, não computado na jornada de trabalho.

Art. 231-B. O descumprimento do disposto no art. 231-A sujeitará o infrator ao pagamento de multa em favor do empregado, no valor de 10 (dez) vezes o valor do salário previsto em sua folha de pagamentos.”

Art. 10 Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, exceto os artigos 1º ao 8º que só vigorarão após 360 (trezentos e sessenta) dias da data de sua publicação.

Sala da Comissão, 12/02/2014

SENADOR VITAL DO REGO, Presidente

, Relator