



SENADO FEDERAL

PROJETO DE LEI DO SENADO

Nº 500, DE 2017

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para vedar ao fornecedor de produtos ou serviços promover marketing invasivo reincidente por meio telefônico.

AUTORIA: Senadora Marta Suplicy (PMDB/SP)

DESPACHO: À Comissão de Transparência, Governança, Fiscalização e Controle e Defesa do Consumidor, em decisão terminativa



[Página da matéria](#)

PROJETO DE LEI DO SENADO N° , DE 2017

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para vedar ao fornecedor de produtos ou serviços promover marketing invasivo reincidente por meio telefônico.

SF/17450.70009-43

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso XV e § 2º, renomeando-se o atual parágrafo único como § 1º:

“Art. 39.

.....
XV - promover marketing invasivo, de forma reincidente e por meio telefônico, ao consumidor que esteja inscrito em cadastros para bloqueio de recebimento de ligações de telemarketing.

§ 1º

§ 2º Nos Estados ou Municípios em que não houver cadastro de bloqueio a que se refere o inciso XV deste artigo, caberá ao próprio fornecedor de bens ou serviços criar e manter cadastro de bloqueio de seus consumidores. (NR).”

Art. 2º Esta Lei entra em vigor após decorridos cento e oitenta dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Este projeto de lei tem por objetivo possibilitar ao consumidor o bloqueio das ligações de telemarketing.

O problema de telemarketing invasivo não aflige somente o Brasil, na União Europeia o telemarketing invasivo não é tão comum como no Brasil, mas mesmo assim consumidores têm a sua disposição ferramentas para se blindarem contra esse tipo de prática agressiva, especialmente, aquela que vem pela linha do telefone.

Segundo artigo da Folha de São Paulo (24/10/2017), a Comissão Europeia oferece diretrizes a essa área e suas recomendações são aplicadas por cada país a sua discricionariedade. A fiscalização e sanção, por sua vez, são feitas por entidades nacionais. No caso da Espanha, por exemplo, empresas de telecomunicação precisam, por lei, explicar em cada contato de onde retiraram as informações pessoais do cliente. Há, também, lista criada pelas próprias empresas como tentativa de autorregulação e de oferta de elemento a mais de qualidade. A entidade reguladora, na Espanha, é a Agência de Proteção de Dados, que aceita denúncias via internet. O setor campeão de reclamações, como no Brasil, é o da telecomunicação.

No Brasil, a regulamentação ainda não atingiu o nível europeu. Somente em alguns estados, como no de São Paulo, de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul, leis estaduais preveem direito ao consumidor de não serem importunados. Em São Paulo, desde 2009, uma lei estadual de bloqueio ao telemarketing garante a seus cidadãos não serem mais importunados. Para tanto, há a necessidade de o consumidor cadastrar seu telefone no site do Procon-SP e aguardar um período de 30 dias para que as empresas sejam informadas da solicitação de bloqueio e retire o número do mailing, sob pena de multa de até R\$ 9 milhões.

Em oito anos, cerca de 1,5 milhão de números de telefones de São Paulo foram cadastrados no Procon e, aproximadamente, 7 mil denúncias recebidas até maio de 2017, contra quase 10 mil em todo o ano de 2016. Devido

ao descumprimento da lei, 35 empresas já foram notificadas, em 2017, no Estado de São Paulo. Dessas, 12 já foram autuadas.

De acordo com o projeto, será permitido o cadastro do número de telefone do consumidor, fixo ou móvel, em uma lista na qual ficará claro que ele não quer receber, em caráter reincidente, ligações de telemarketing.

Como há localidades nas quais o Poder Público ainda não criou tais cadastros, o Projeto define, também, como dever do fornecedor de bens e serviços criar tal lista de bloqueio, restrita evidentemente a seus clientes.

O consumidor poderá manter o número de seu telefone cadastrado como bloqueado para telemarketing enquanto for do seu interesse, sendo possível cancelar o bloqueio a qualquer tempo.

Desse modo, o consumidor poderá optar por receber ligações de telemarketing, no caso em que ele deseja receber informações sobre produtos e serviços, ou cadastrar seu número de telefone na lista de bloqueio, não sendo mais incomodado por ligações comerciais não desejadas.

Demos, também, um prazo de 180 (cento e oitenta) dias para que as empresas se adequem às necessidades de criação e manutenção de cadastro de bloqueio de seus consumidores.

Diante do exposto, contamos com o apoio dos dignos Pares para a aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões,

Senadora MARTA SUPLICY

LEGISLAÇÃO CITADA

- Lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor - 8078/90
<http://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:lei:1990;8078>

- artigo 39