



# SENADO FEDERAL

## PROJETO DE LEI

### Nº 3314, DE 2019

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar ao fornecedor de produtos ou serviços promover a prática de atos de marketing invasivo por meio telefônico, que envolvam mensagem de áudio, vídeo ou texto.

**AUTORIA:** Senador Marcelo Castro (MDB/PI)



[Página da matéria](#)

# PROJETO DE LEI N° , DE 2019

SF/19438.75121-79

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar ao fornecedor de produtos ou serviços promover a prática de atos de *marketing* invasivo por meio telefônico, que envolvam mensagem de áudio, vídeo ou texto.

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, por meio telefônico, em mensagens de áudio, vídeo ou texto, *marketing* invasivo para a oferta de produtos ou serviços ao consumidor cujo nome esteja inscrito em cadastro de bloqueio de recebimento de ligações telefônicas ou de mensagens de dados originadas de serviços de *telemarketing*.

.....

§ 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 de serviços criar e manter um cadastro de bloqueio com esse propósito.” (NR)

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

SF/19438.75121-79

## JUSTIFICAÇÃO

Este projeto de lei objetiva possibilitar ao consumidor o bloqueio de ligações de telemarketing que envolvam mensagem de áudio, vídeo ou texto. O problema de telemarketing invasivo não aflige somente o Brasil. Na União Europeia, ainda que o telemarketing invasivo não seja uma prática tão comum como no Brasil, os consumidores têm a sua disposição ferramentas evitarem essa prática agressiva, especialmente, aquela que vem pela linha do telefone.

Segundo artigo da **Folha de S. 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 São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, leis estaduais preveem direito ao consumidor de não serem importunados.

Em São Paulo, desde 2009, lei estadual garante a seus cidadãos a faculdade de cadastrar seu telefone no site do Procon-SP. Aguarda-se um período de 30 dias para que as empresas sejam informadas da solicitação de bloqueio e, então, retirem 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. Desses, 12 já foram autuadas.

No DF, o Instituto de Defesa do Consumidor (Procon-DF) informou, por meio de nota, “que toda e qualquer publicidade feita por meio de telemarketing de forma não razoável, descabida e desrespeitosa representa método comercial coercitivo e desleal, constituindo prática infrativa às normas de proteção e defesa do consumidor”.

Além disso, segundo o professor de direito do consumidor do Centro Universitário de Brasília (UniCeub), Ricardo Bastos, ligações de telemarketing reiteradas e persistentes podem configurar desrespeito aos direitos constitucionais de privacidade e de intimidade, pois, como afirma, “ninguém é obrigado a aceitar ser importunado a qualquer momento, todos têm direito a se reservar e não falar com outra pessoa. Essas são questões que avaliam o bem-estar e o conforto do consumidor”. O professor avalia ainda que mesmo que não exista norma legal que aborde especificamente o assunto, existem princípios claros no Código de Defesa do Consumidor (CDC) que denotam abuso na relação de consumo em relação ao serviço de publicidade e cobrança mediado pelo contato telefônico.

Em julho de 2018, o 6º Juizado Especial Cível de Brasília, do Tribunal de Justiça do DF e dos Territórios (TJDFT) julgou procedente o pedido de indenização ao cliente que recebia insistentes ligações de cobrança de um terceiro, que ele não conhecia. O banco e a empresa de créditos bancários que efetuavam as ligações foram condenados a pagar R\$ 2 mil a título de danos morais.

A juíza titular entendeu que, “nas relações de consumo, diferentemente das relações contratuais paritárias, reguladas pelo Código Civil, o que se indeniza a título de danos morais é o descaso, a desídia, a procrastinação da solução de um pedido do consumidor sem razão aparente por mais tempo do que seria razoável”.

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 ou mensagens de áudio, vídeo ou texto.

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. Vale ressaltar que essa previsão não significa invasão da União nas compe-

SF/19438.75121-79

tências legislativas dos Estados e Municípios, mas tão-somente exercício, em caráter provisório, de competência legislativa residual da União, enquanto Estados e Municípios não criarem seus próprios cadastros.

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 ou receber mensagens de áudio, vídeo ou texto, 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 ou mensagens de dados 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.

Com essas considerações, solicitamos o apoio dos ilustres pares à aprovação deste projeto de lei, que tem evidente relevância econômica, social e jurídica para a proteção dos consumidores.

Sala das Sessões,

Senador MARCELO CASTRO

SF/19438.75121-79

# LEGISLAÇÃO CITADA

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

- artigo 39