

## **Nota sobre o [Projeto de Lei nº 355 de 2022](#), que proíbe a oferta de serviços e produtos por meio de telefonia móvel sem autorização prévia.**

O Idec - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor é uma associação de consumidores sem fins lucrativos, criada em julho de 1987 e mantida por seus associados. A missão do Idec é a defesa dos consumidores, na sua concepção mais ampla, representando-os nas relações jurídicas de qualquer espécie, promovendo a educação, a conscientização, a defesa dos direitos do consumidor e a ética nas relações de consumo, com total independência política e econômica.

O Idec atua nacionalmente representando consumidores e tem legitimidade reconhecida por autoridades do poder público sendo, inclusive, membro do Comitê de Defesa dos Usuários de Serviços de Telecomunicações (CDUST) da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

Em sua atuação nos temas de telemarketing, o Idec mantém constante vigilância sobre práticas de mercado que possam ferir direitos dos consumidores, especialmente no que tange ao aumento de sua vulnerabilidade. Neste sentido, o Idec emitiu [Nota Técnica](#) acerca do telemarketing abusivo e [apresentou ao CDUST](#) suas principais considerações e propostas em relação ao tema.

Em razão do histórico de análises e atuação do Idec no tema, **entendemos que o PL nº 355/2022 representa um grande avanço no combate ao telemarketing abusivo.**

### **Cenário da abusividade do telemarketing no Brasil e soluções**

Importante considerar que o Brasil lidera o ranking mundial de telemarketing abusivo pelo quarto ano consecutivo com cerca de [32,9 ligações do tipo por usuário ao mês](#). Em São Paulo, mesmo com uma atuação proativa do Procon - SP, que instituiu o cadastro “[Não me Ligue](#)” e divulga a [lista das empresas que mais perturbam](#) consumidores via telemarketing abusivo, o estado ainda tem o [maior número de queixas por telemarketing abusivo](#).

Neste último semestre, diversas iniciativas da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) amplificaram o debate em torno regulação de telemarketing com objetivo de combater o telemarketing abusivo. As iniciativas trouxeram importantes avanços como a [proibição de robocalls](#) e a obrigação em utilizar os prefixos telefônicos [0303](#) (para oferecimento de produtos e serviços) e [0304](#) (para cobranças).

**Para além desses louváveis esforços, o Idec entende que a [solução definitiva](#) para coibição da abusividade é a garantia do respeito à legislação consumerista e de proteção**

**de dados, de forma a condicionar o telemarketing ativo ao consentimento prévio do consumidor.**

## **Panorama**

[Dados recentes da Senacon](#) indicam que 92% dos consumidores afirmaram não ter relação com a empresa que os ligou, ou seja, não haviam previamente contratado nenhum serviço e 99% dos consumidores declararam não ter consentido em receber ligações com oferta de produtos e serviços.

Assim, ao relacionar o telemarketing ativo ao consentimento prévio, a legislação se apoia nos comandos constitucionais, consumeristas e, principalmente, na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Esta última prevê de modo expresso em seu art. 7º que “*o tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado mediante o fornecimento de consentimento pelo titular*”, não havendo outra base legal possível às empresas que utilizam o telefone pessoal dos consumidores a não ser a necessidade do consentimento prévio para a prática de telemarketing.

Além disso, o projeto consolida os avanços trazidos pela Anatel ao vedar o uso de robocalls, ligações com menos de 3s utilizadas como “[prova de vida](#)” e que representam [56% do total de chamadas realizadas](#); além de determinar a utilização dos prefixos 0303 para garantia direito à informação e direito à escolha ao consumidor.

## **Conclusões**

Apesar de representar grande avanço, acreditamos que o Projeto poderia avançar ainda mais em itens como a obrigação do prefixo 0304 para ligações de cobrança, conforme cautelar da Anatel. Outro ponto de extrema relevância que não foi considerado é o aumento na realização telemarketing via mensagens de texto, desde SMS a aplicativos de mensageria, especialmente via [WhatsApp](#) - que, em sua maioria, também se utilizam de dados pessoais sem consentimento.

Conclui-se que o Projeto de Lei nº 355 de 2022 encontra-se em consonância com as disposições consumeristas e com a proteção de dados, além de estar alinhado com os interesses dos consumidores, sendo fundamental que seja **pautado em caráter de urgência e aprovado** pela Assembleia Legislativa do Estado. Ainda, por entender que o PL pode endereçar os problemas apresentados com maior eficiência, o Idec apresenta sugestões de **redação substitutiva ao PL** com objetivo de incluir os elementos levantados (Anexo I).

Importante ressaltar que a nova legislação vem sem prejuízo de uma regulamentação nacional. Inclusive, o Supremo Tribunal Federal (STF) [julgou constitucional](#) a legislação fluminense que regulamenta o telemarketing abusivo por entender que a norma protege direitos dos consumidores, sem interferir no núcleo dos serviços de telecomunicações, campo de atuação privativa da União.

## ANEXO I

PL Nº 355 DE 2022	SUGESTÃO DE REDAÇÃO	JUSTIFICATIVA
<p>Dispõe sobre a oferta de serviços e produtos por meio de telefonia móvel e dá outras providências.</p>	<p>Dispõe sobre a oferta de serviços e produtos e cobranças por meio de telefonia móvel e mensagens e dá outras providências.</p>	<p>O telemarketing é a prática de contatar consumidores para oferecimento de produtos ou serviços (telemarketing ativo), para doações e para cobranças. Esse contato pode ocorrer através de ligações ou mensagens (de texto ou por aplicativos de mensageria). Considerando a rápida evolução tecnológica e que <a href="#">75% dos usuários do WhatsApp já receberam mensagem de spam de vendas</a>, entendemos que o PL também deve contemplar o telemarketing via mensagens de texto, incluindo SMS e aplicativos de mensageria.</p>
<p>Artigo 1º - Esta lei proíbe o acesso à telefonia móvel para fins de oferta de serviços ou produtos, por empresas e prestadores de serviços, sem autorização prévia.</p> <p>Parágrafo único - Excetua-se da proibição do disposto neste artigo, as ligações para alertar eventuais fraudes ou, ainda, fundadas na proteção do consumidor.</p>	<p>Artigo 1º - Esta lei proíbe o acesso à telefonia móvel e o contato por qualquer meio para fins de oferta de serviços ou produtos, por empresas e prestadores de serviços, sem <del>autorização prévia</del> consentimento prévio e qualificado, nos termos da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados), Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) e os dispositivos desta lei.</p> <p>Parágrafo único - Excetua-se da proibição do disposto neste artigo, as ligações para alertar eventuais fraudes ou, ainda, fundadas na proteção do consumidor.</p>	<p>Ao relacionar o telemarketing ativo ao consentimento prévio, a legislação se apoia nos comandos constitucionais, consumeristas e, principalmente, na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Esta última prevê de modo expresso em seu art. 7º que “o tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado mediante o fornecimento de consentimento pelo titular”, não existindo outra base legal possível às empresas que utilizam o telefone pessoal dos consumidores a não ser a necessidade do consentimento prévio, livre, expresso e informado para a prática de telemarketing.</p>

	<p>Artigo xx - Os contatos para oferecimento de produtos e serviços e de cobranças podem ocorrer somente em dias de semana (de segunda-feira a sexta-feira) das 8h às 20h.</p>	<p>Além de chamadas insistentes, a abusividade do telemarketing abusivo pode ocorrer também por ligações realizadas em horários inoportunos. Assim, faz-se necessário regular os horários limites para tais contatos.</p>
<p>Artigo 2º - As empresas e prestadores de serviços e produtos que ofertarem, por meio de telefonia móvel, deverão acrescentar a numeração 0303 às ligações, nos termos do Ato 10.413, de 24 de novembro de 2021, da Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL, para identificar que se trata de chamada de telemarketing.</p>	<p>Artigo 2º - As empresas e prestadores de serviços e produtos que os ofertarem e realizarem cobranças, <del>por meio de telefonia móvel,</del> deverão acrescentar <del>a numeração 0303 às ligações de telemarketing ativo e a numeração 0304 para cobranças, nos termos do Ato 10.413, de 24 de novembro de 2021, da Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL e xx,</del> para <del>identificar que se trata de chamada de telemarketing.</del> os prefixos telefônicos conforme determinação da Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL.</p>	<p>As medidas cautelares da Anatel que obrigam a utilização dos prefixos telefônicos 0303 para telemarketing ativo e 0304 para cobrança foram efetivas, portanto devem ser incorporadas na nova legislação. Desta maneira, sugere-se a incorporação também das normas relativas ao 0304.</p> <p>Por outro lado, devido à possibilidade de atualização destas normas, sugere-se que não haja menção explícita a quais sejam, mas que se delimite a obrigatoriedade da aplicação das normas relativas a prefixos, nos termos das normas vigentes da Anatel.</p>
<p>Artigo 3º - As operadoras de serviços de telefonia móvel deverão facilitar a identificação da numeração prevista no parágrafo anterior ficando, a critério do receptor, a decisão de atender ou não as chamadas.</p> <p>Parágrafo único - As operadoras de serviços de telefonia móvel deverão facilitar, também, aos usuários e consumidores, o acesso ao bloqueio preventivo das chamadas acima.</p>	<p>Artigo 3º - As operadoras de serviços de telefonia <del>móvel</del> deverão facilitar a identificação da numeração prevista no parágrafo anterior ficando, a critério do receptor, a decisão de atender ou não as chamadas.</p> <p><del>Parágrafo único - As operadoras de serviços de telefonia móvel deverão facilitar, também, aos usuários e consumidores, o acesso ao bloqueio preventivo das chamadas acima.</del></p>	<p>Não está claro como ocorreria o bloqueio preventivo se as chamadas estão autorizadas somente com consentimento prévio. Nesse sentido, sugere-se a supressão do parágrafo único.</p>

<p>Artigo 4º - Fica vedada, ainda, a utilização de robôs ou “bots”, por empresas e prestadoras de oferta de serviços e produtos por meio de telefonia móvel.</p>		
<p>Artigo 5º - Para efeitos desta lei consideram-se usuários, consumidores, operadoras e prestadores de serviços e de produtos, as definições estabelecidas no Anexo do Ato 10.413, de 24 de novembro de 2021, da Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL.</p>	<p>Artigo 5º - Para efeitos desta lei consideram-se usuários, consumidores, operadoras e prestadores de serviços e de produtos, as definições estabelecidas na <b>legislação vigente no Anexo do Ato 10.413, de 24 de novembro de 2021,</b> da Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL.</p>	<p>Por outro lado, devido à possibilidade de atualização destas normas, sugere-se que não haja menção explícita a quais sejam, mas que se delimite a obrigatoriedade da aplicação das normas relativas a prefixos, nos termos das normas vigentes da Anatel.</p>
<p>Artigo 6º - A inobservância do disposto nesta lei, acarretará a aplicação das penalidades previstas nos termos do artigo 57 do Código de Defesa do Consumidor, revertendo-se as multas ali previstas à responsabilidade da Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo - PROCON.</p>	<p>Artigo 6º - A inobservância do disposto nesta lei, acarretará a aplicação das penalidades previstas nos termos do artigo 57 do Código de Defesa do Consumidor, revertendo-se as multas ali previstas à responsabilidade da Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo - PROCON.</p> <p><b>Parágrafo Único - Sem prejuízo de outras sanções aplicáveis</b></p>	<p>Consumidores também podem buscar satisfazer suas pretensões em outras vias para além dos órgãos consumeristas, inclusive buscando ressarcimento de danos morais. Desta maneira, a legislação deve enfatizar que não estão excluídas outras possibilidades de sanções e maneiras de satisfazer as pretensões de consumidores.</p>