

EVENTO: “COMBATE AO *TELEMARKETING* ABUSIVO”

(Agência Nacional de Telecomunicações)

25/3/2022 – 11h

Não se amoldem ao padrão deste mundo, mas transformem-se pela renovação da sua mente, para que sejam capazes de experimentar e comprovar a boa, agradável e perfeita vontade de Deus. (Romanos 12:2.)

Saudações.

É com muita honra que hoje participo deste importante evento coordenado pelo Conselheiro EMMANOEL CAMPELO DE SOUZA PEREIRA, no qual a ANATEL vai discutir tema palpitante em nossa atualidade, que pode ser resumido na seguinte pergunta: qual é o limite do *telemarketing*?

Não há um consumidor hoje em dia que não tenha sido alvo de ligações de operadores de *telemarketing*, representando as mais variadas empresas, ligações essas nas quais são oferecidos serviços e produtos que, na maior parte das vezes, nunca foram solicitados.

Em algumas ocasiões, até existe uma confluência de interesse, de maneira que aquele específico consumidor tem interesse na oferta e, então, concretiza-se o negócio. Mas, e quando o consumidor não tem nenhum interesse e desde logo declina da oferta? A empresa tem que cessar sua tentativa de oferta com aquele consumidor? Ela pode ainda fazer alguma tentativa? Quantas tentativas ela pode fazer? Há um limite de número de tentativas? Existe algum horário-limite para essas ligações? As ofertas podem ser feitas nos fins de semana?

Todas essas relevantes perguntas, uma vez respondidas, ajudarão a formatar uma necessária regulação dessas atividades, o que explica a grande importância do evento de hoje, principalmente porque a ANATEL se dispôs a debater a questão por todos os ângulos possíveis, conforme se verifica da programação do

dia: pelo ângulo internacional, pelo ângulo da própria agência, pelo ângulo acadêmico e do ponto de vista do Poder Judiciário.

Em primeiro lugar, é importante pontuar que não se trata de questão restrita ao Brasil, mas sim de um fenômeno mundial. Nos Estados Unidos, por exemplo, em julho de 2020, a Suprema Corte, por seis votos a três, declarou a constitucionalidade de lei que proíbe ligações telefônicas robotizadas aos consumidores. Na decisão, foi consignado pelo relator:

Os americanos discordam apaixonadamente sobre muitas coisas. Mas são largamente unidos em seu desdém por chamadas robotizadas... Por isso, a Lei de Proteção ao Consumidor de Telefone de 1991, que pretendeu botar um fim nesse aborrecimento das chamadas robotizadas, é provavelmente a lei mais popular do país. Manter a lei é até uma questão de bom senso¹.

Em julho de 2021, o Parlamento Alemão aprovou um pacote de medidas de proteção ao consumidor, alterando o Código Civil do país a partir de um projeto de lei enviado pelo Governo que foi denominado **Projeto de Lei para Contratos de Consumo Justos**. Na justificativa do projeto, especificamente sobre a situação do *telemarketing*, foi consignado pelo Governo:

Atualmente, trata-se, de um lado, de fenômenos já conhecidos, como a publicidade telefônica não autorizada, que representa não só um incômodo irrazoável, mas também, em muitos casos, faz com que o consumidor seja pressionado ou induzido a contratos que ele não quer celebrar.

Nessa esteira, com a aprovação do projeto, a lei alemã acabou proibindo a ação de *telemarketing* sem o consentimento prévio do consumidor, consentimento esse que deve ser recolhido e arquivado pelo fornecedor de forma documentada.

¹ *Justice* BRETT KAVANAUGH

No Brasil, vários Estados legislaram sobre limitações da prática de *telemarketing*. Na Lei Estadual n. 4.896/2006, o Estado do Rio de Janeiro obrigou as empresas prestadoras de telefonia fixa e móvel a constituírem um cadastro especial de assinantes que manifestem oposição a receber, por telefone, ofertas de venda de produtos ou serviços.

O Supremo Tribunal Federal, na **ADI 5.962**, em fevereiro de 2021, reconheceu a constitucionalidade dessa lei fluminense, entendendo que a legislação em questão restringe práticas abusivas contra o consumidor, matéria de competência legislativa concorrente da União, dos Estados e do Distrito Federal. No voto vencedor, o relator, Ministro MARCO AURÉLIO, pontuou que a lei do Rio de Janeiro se compatibiliza com o artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor, que institui a Política Nacional das Relações de Consumo, cujo objetivo é “*o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida*”.

Nessa mesma linha protetiva do consumidor, o Governo do Distrito Federal editou a Lei n. 6.305, de 30 de maio de 2019, que regulamentou e disciplinou a prática de *telemarketing*, seja por ligações, seja por mensagens. A lei em comento estipulou horários e dias certos para a prática, bem como limitou o número de ligações, autorizando-as, apenas, para consumidores que não estejam relacionados no cadastro “**Me Respeite**”, organizado pelo Instituto de Defesa do Consumidor – Procon DF.

Poder-se-iam citar aqui inúmeros outros exemplos de legislações estaduais que, de uma forma uníssona, perceberam uma realidade: **os consumidores brasileiros estão sendo procurados diariamente, em seus telefones fixos e celulares, pela mais variada gama de fornecedores de produtos e de serviços.** Essa procura vem se notabilizando por ser realizada de forma insistente e inoportuna; liga-se qualquer dia da semana, de forma incessante, sem respeito algum ao não que o consumidor dá; liga-se com o uso de vários números de distintos, driblando eventual vigilância do consumidor.

Essa insistência impertinente do fornecedor que ou aniquila o sossego do consumidor ou acaba levando-o a uma contratação não desejada, configura claro

método de venda desleal, infringindo, portanto, direito básico do consumidor, conforme artigo 6º, inciso IV:

[...] a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.

Cuida-se de verdadeiro assédio indevido que exige das instituições uma resposta.

O atual artigo 54-C do Código de Defesa do Consumidor, introduzido pela recente **Lei do Superendividamento** (Lei n. 14.181/2021), colocou em prática essa vertente protetiva, especificamente no campo de oferta de crédito. A norma proíbe práticas que importem em assédio ou pressão na contratação, o que se aplica perfeitamente às incessantes ligações bancárias ofertando crédito para clientes que já disseram não.

Todas essas normas protetivas do consumidor encontram sua legitimidade no texto constitucional. O artigo 5º, inciso XXXIII, da CF determina que o “**Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor**”, sendo que o artigo 170, inciso V, estatui que a “**ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observada, dentre outros princípios, a defesa do consumidor**”.

Atenta aos comandos constitucionais explicitados no arcabouço infraconstitucional e à realidade econômica e social hodierna, a ANATEL teve a iniciativa, em julho de 2019, de criar o cadastro nacional “**Não me perturbe**”, serviço prestado por meio de sítio eletrônico, pelo qual o consumidor consegue ser incluído em um rol formado por aqueles que não querem ser procurados por serviço de *telemarketing* ligado a empresas de telecomunicação.

E, recentemente, a ANATEL deu importante passo para a proteção do consumidor: o Ato n. 10.413, publicado no Diário Oficial em 10/12/2021, obriga que o *telemarketing* ativo, ou seja, as chamadas telefônicas que não foram solicitadas pelo

consumidor, gravadas ou não, seja realizado apenas por intermédio de linhas com prefixo 0303. Como será um prefixo de uso exclusivo para esses serviços de *telemarketing*, foi imposto às operadoras que facilitem a identificação da chamada, de modo que o consumidor, ao receber tais ligações, terá condição imediata de saber que está sendo procurado para alguma oferta de produto ou serviço, podendo, assim, exercer seu direito de receber ou não a ligação.

Percebe-se, em todo esse contexto, que existe uma realidade que salta à frente das instituições. A necessidade de regular a forma de aproximação dos fornecedores no chamado *telemarketing* é um reclamo da realidade. Não é uma intervenção indevida do Estado nas atividades econômicas, mas sim uma premência da realidade. Há que se evitar que a tática de venda se convale em assédio, lesando a integridade moral do consumidor. A dignidade humana do consumidor não permite que os agentes econômicos tenham liberdade absoluta para se aproximarem dos clientes.

Vivemos em um Estado Democrático de Direito que equilibra todos os valores consagrados em nosso padrão civilizatório. A livre iniciativa da atividade econômica deve ser temperada pelo respeito ao consumidor como uma das expressões da dignidade da pessoa humana. O Poder Judiciário vem fazendo sua parte e deve estar atento para as regulações promovidas pelas agências estatais e pela legislação infraconstitucional.

Tenho fé na Justiça e na magistratura brasileira.

Que Deus nos ilumine, abençoando sempre a todos!

De mãos dadas: magistratura e cidadania!

Muito obrigado.

MINISTRO HUMBERTO MARTINS