

Audiência Pública PL 8.195/2017

Telemarketing, direito do consumidor e proteção de dados pessoais

Diogo Moyses



IDEC**idec**
Instituto Brasileiro de
Defesa do Consumidor**MISSÃO**

Promover a educação, a conscientização, a defesa dos direitos do consumidor e a ética nas relações de consumo, com total independência política e econômica.

**ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL E SUSTENTÁVEL**

Alimentação adequada e saudável para a promoção e proteção da saúde, do meio ambiente e a prevenção de doenças crônicas não-transmissíveis

**MOBILIDADE URBANA**

Transporte público mais seguro e com qualidade, levando informação sobre os direitos do consumidor e levantando o debate sobre o cenário histórico que privilegia o uso de automóveis.

**TELECOMUNICAÇÕES E DIREITOS DIGITAIS**

Ambiente de serviços de telecomunicações de alta qualidade preservando o direito à informação, com conformidade com os padrões de consumo, proteção de informações pessoais e privacidade, com acesso universal.

**SAÚDE**

Acesso a serviços de saúde e medicamentos que atendam às necessidades do cidadão, seja através do SUS ou dos planos de saúde, garantindo a eficácia do direito à saúde no Brasil

**SERVIÇOS FINANCEIROS**

Serviços financeiros acessíveis, que respeitem o direito de escolha e garantam plena informação e segurança, prevenindo o superendividamento e respeitando legislações e políticas públicas que consideram a condição de vulnerabilidade do consumidor.

**ENERGIA E SUSTENTABILIDADE**

Um ambiente de qualidade elevada dos serviços de energia, preservando o direito à informação e o cumprimento das normas consumeristas e com estímulos à elevação dos padrões de eficiência energética e promoção da energia renovável



O PROBLEMA

Ligações e mensagens de telemarketing são **um dos problemas mais graves** na rotina dos consumidores brasileiros:

- Chamadas *insistentes*;
- Dias e horários *inapropriados*;
- Uso *abusivo* de robôs ou outras formas automatizadas;
- *Assédio* a segmentos específicos.

IMPACTOS OBJETIVOS

na qualidade de vida dos consumidores

- Importunação
- Assédio
- Golpes e fraudes
- Compras não desejadas
- Endividamento

O BRASIL É CAMPEÃO DE TELEMARKEING ABUSIVO.

- **1º lugar** em [2018](#), [2019](#) e [2020](#) no ranking de vítimas - média de 50 chamadas por mês/pessoa.
- **Senacon** (2019): **92,5%** das pessoas afirmam receber ligações indesejadas de telemarketing.
- **Procon-SP**: até o mês de junho de 2021, **23.347 reclamações** de ligações de telemarketing

TELEMARKETING ABUSIVO NAS OFERTAS DE CRÉDITO CONSIGNADO

ASSÉDIO ABUSIVO aos aposentados e pensionistas, gerador de endividamento e superendividamento.

CRESCIMENTO DE RECLAMAÇÕES, apesar das listas de bloqueio: entre os mais reclamados no [Banco Central](#).

Procon-SP: **AUMENTO DE 76%** de reclamações na lista estadual “Não me Ligue” em **2021** (11.959 reclamações)

- Cenário de descontrole, **constantes VAZAMENTOS** de dados pessoais de beneficiários do INSS
- **Dados utilizados para a prática de telemarketing** não foram transferidos às empresas de telemarketing a partir de uma base legal existente, mas pelo **comércio ilegal de dados pessoais de brasileiros**.

LISTAS DE BLOQUEIO ESTADUAIS



- Inscrição em lista para deixar de receber chamadas de telemarketing de **TODOS OS SETORES** econômicos.
- **Alguns dos estados e Procons:** CE, DF, ES, GO, MA, MS, MG, PB, PR, RN, RJ, RS, SC, SP e TO.

***SP:** Lei nº 17.334/2021 (“Não me Ligue”): extensão das regras de bloqueio para SMS e aplicativos de mensageria privada.

NACIONAL: “NÃO ME PERTURBE”

- 2019: **iniciativa de autorregulação do setor de telecomunicações**, estendida ao setor financeiro de **crédito consignado**.
- **Telecomunicações:** 3,3 milhões de números de telefones cadastrados (**somente 1,23%** dos 270 milhões de contratos existentes no país (até 02/2021))

AValiação: LISTAS DE BLOQUEIO ESTADUAIS E “NÃO ME PERTURBE”

1. LIMITAÇÃO DE EFICÁCIA

- Consumidores continuam a receber chamadas de telemarketing.
- Listas estaduais: Procons possuem grandes dificuldades para a autuação, em função do **uso de robôs e números não identificados, e pela dispersão da prática por incontáveis empresas e setores econômicos.**
- Lista nacional “Não Me Perturbe”: **descontrole das empresas sobre setores de vendas.**

"Ela [a iniciativa Não Me Perturbe] de fato hoje não produz mais os mesmos efeitos, ou pelo menos os efeitos que dela se esperava. O problema do telemarketing permanece, talvez em menor grau do que tínhamos antes, mas inclusive pelas empresas de Telecom" (Conselheiro Emmanoel Campelo, 2021, audiência pública RGC).

2. LIMITAÇÃO DE SETORES POTENCIALMENTE INCLUÍDOS

+ Impossibilidade prática de outros setores econômicos se organizarem de modo semelhante à autorregulação proposta.

3. LIMITAÇÃO DE UNIVERSALIDADE

+ Universalidade impossível: **consumidores sequer toma conhecimento da existência das referidas listas.**

Aperfeiçoar listas bloqueio tende a não dar a proteção necessária ao consumidor, pois são ineficazes e não universais, e transferem a responsabilidade para o consumidor de manifestar seu desejo de não ser importunado e assediado.

NORMAS APLICÁVEIS AO TELEMARKETING

CONSTITUIÇÃO FEDERAL, Art. 5º, inciso X: “*são invioláveis a intimidade, a vida privada...*”

MARCO CIVIL DA INTERNET (art. 7º): **proteção da intimidade** e personalidade, **proibição do uso e tratamento de dados pessoais sem o consentimento livre, expresso e informado** dos cidadãos.

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

- Art. 6º, inciso IV: proteção do consumidor contra **publicidade enganosa e abusiva**, e contra métodos coercitivos ou desleais.
- Art. 39, inciso IV, **prática abusiva**: “prevaler-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços”.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL (ADI 6.387/DF): **proteção de dados pessoais é um direito fundamental** (+ PEC 17/2020).

LGPD, dado pessoal (art. 5º): **informação relacionada à pessoa natural identificada ou identificável**.

LGPD E BASE LEGAL PARA PARA TELEMARKETING

LGPD, Art. 7º O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses:

I - mediante o fornecimento de CONSENTIMENTO pelo titular;

IX - quando necessário para atender aos interesses legítimos do controlador ou de terceiro, exceto no caso de prevalecerem direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais;

Art. 10. O legítimo interesse do controlador somente poderá fundamentar tratamento de dados pessoais para finalidades legítimas, consideradas a partir de situações concretas, que incluem, mas não se limitam a:

I - apoio e promoção de atividades do controlador; e

II - proteção, em relação ao titular, do exercício regular de seus direitos ou prestação de serviços que o beneficiem, respeitadas as legítimas expectativas dele e os direitos e liberdades fundamentais, nos termos desta Lei.

**A ÚNICA BASE LEGAL PARA O USO DE DADOS PESSOAIS PARA FINS DE TELEMARKETING É O
CONSENTIMENTO PRÉVIO.**

EXEMPLOS DE CONSENTIMENTO PRÉVIO PARA REALIZAÇÃO DE TELEMARKETING



Senacon (2021): reconheceu a necessidade do consentimento prévio do consumidor para a realização de ligações de telemarketing em processos contra **5 bancos**.

*Fundamento no art. 7º do **Marco Civil da Internet**: proteção da intimidade e personalidade ao proibirem o uso e tratamento de dados pessoais sem o consentimento livre, expresso e informado dos cidadãos.*

STF (2021) reconheceu constitucionalidade da **lei estadual do Paraná** (Lei n. 20.276/2020) que **proíbe a oferta de crédito consignado por meio de telemarketing sem solicitação prévia e expressa dos beneficiários**.

Internacional (2021): Alemanha (Bundestag), **proibição das chamadas sem consentimento prévio do consumidor**.

SÍNTESE E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O telemarketing abusivo, sem consentimento prévio e esclarecido do destinatário, é um dos principais problemas dos consumidores.

As listas de bloqueio, não eliminaram ou reduziram o problema. Possuem um problema de efetividade e outro de universalidade.

A **criação das listas acaba por admitir a prática abusiva justamente por se presumir que o consumidor que não está cadastrado na lista autoriza as ligações de telemarketing**. Insistir em iniciativas dessa natureza tende a manter a atual situação de abuso generalizado. E a não dar o direito que é devido ao consumidor, que é o de não ser importunado por chamadas de telemarketing.

A evolução do arcabouço legal brasileiro - Constituição Federal, MCI, CDC e LGPD - aponta o caminho para a regulação do tema.

O uso para a finalidade específica de telemarketing **só pode ser realizado após consentimento prévio do consumidor**.

A **LGPD** proporciona a única saída estrutural possível para os abusos cometidos pela prática de telemarketing, incluindo serviços de mensageria privada e SMS.

Obrigado!

Diogo Moyses | diogo.moyeses@idec.org.br

