

# 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](mailto:diogo.moyeses@idec.org.br)

