

Assegura o direito de privacidade aos usuários do serviço de telefonia no âmbito do Estado de Goiás, no que tange ao recebimento de ofertas de comercialização de produtos ou serviços por via telefônica e dá outras providências.

PROJETO DE LEI Nº DE DE DE 2004.

“Assegura o direito de privacidade aos usuários do serviço de telefonia no âmbito do Estado de Goiás, no que tange ao recebimento de ofertas de comercialização de produtos ou serviços por via telefônica e dá outras providências.”

A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE GOIAS, nos termos do art. 10 da Constituição Estadual, decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Fica assegurado o direito de privacidade aos usuários do serviço de telefonia, no âmbito do Estado de Goiás, no que tange ao recebimento de ofertas de comercialização de produtos ou serviços por via telefônica.

§ 1º Para consecução do disposto no "caput" deste artigo, ficam as empresas prestadoras do Serviço Telefônico Fixo e de Telefonia Móvel, que atuam na área de abrangência deste Estado, obrigadas a constituir e a manter cadastro especial de assinantes que manifestem oposição ao recebimento, via telefônica, de ofertas de comercialização de produtos ou serviços.

§ 2º Os assinantes dos serviços de telefonia, para que constem do cadastro previsto no "caput", deverão requerer a inclusão do mesmo junto às empresas prestadoras de serviços de telefonia, de forma escrita ou por telefone, na forma estabelecida por essas empresas.

Art. 2º As empresas que utilizam os serviços de telefonia para a oferta de bens ou serviços deverão, antes de iniciar qualquer campanha de comercialização, consultar os cadastros dos usuários que tenham requerido privacidade, bem como absterem-se de fazer ofertas de comercialização para os usuários constantes dos mesmos.

Art. 3º As empresas prestadoras de serviços de telefonia têm o prazo de 90 (noventa) dias, a contar da data da publicação desta Lei, para constituir e divulgar a existência do referido cadastro, bem como formas de inscrição no mesmo.

Art. 4º O não-cumprimento das disposições desta Lei sujeitará os infratores às seguintes penalidades:

I - multa de R\$ 2.000,00 (dois mil reais), na primeira incidência;

II - multa de 5.000,00 (cinco mil reais), no caso de reincidência.

Art. 5º- As denúncias dos usuários quanto ao descumprimento desta Lei, de forma circunstanciada, deverão ser encaminhadas ao PROCON estadual.

Art. 6º - Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

SALA DAS SESSÕES EM, DE DE 2004.

Luis Cesar Bueno
Deputado Estadual

JUSTIFICATIVA

Cada vez mais proliferam as empresas especializadas em televendas, que tentam vender por telefone quase todo tipo de produto e serviço, desde seguro de vida e cartão de crédito até imóveis e outros bens de consumo duráveis. Não é incomum esses serviços utilizarem táticas indiretas, como anúncio de prêmios, vantagens e descontos para captar a atenção, até que, quando o cidadão dá-se conta de que trata-se de mais uma estratégia de venda, sente-se ludibriado e indignado por ter perdido muito tempo. Além disso, esses

serviços contam com profissionais treinados para o convencimento, não sendo raro que pessoas acabem comprando coisas que não queiram ou tendo que fazer um enorme esforço para encerrar a ligação, sem serem acometidas pelo mal-estar de sentirem-se praticando uma grosseria.

Isso é resultado do avanço tecnológico, que propicia novas modalidades de relações sociais e comerciais, que terminam por invadir nosso espaço privado. Na intimidade de seu lar, o cidadão tem o direito de desfrutar o tempo que lhe sobra de privacidade e descanso, não sendo admissível que “máquinas de vendas profissionais com agentes especialmente treinados” invadam esse

espaço que lhe resta. Nesse sentido, nada mais justo que a legislação criar mecanismos para evitar que, através do telemarketing, o cidadão comum seja importunado. Essas novas relações sociais precisam ter sua dinâmica regulamentada, para que seu desenvolvimento não venha a ocorrer em detrimento de um valor básico do ser humano- o direito à intimidade e vida privada, assim consagrado em nosso ordenamento jurídico maior, em seu inciso X, art. 5º, sendo a intimidade entendida

como "uma esfera da vida do indivíduo na qual este tem o poder legal de evitar os demais". Enquanto a doutrina sempre lembra o Juiz americano Cooley, que em 1873 identificou a

privacidade como o direito a ser deixado tranqüilo, em paz, de estar só: Right to be alone.

O que se pretende com esta propositura é estabelecer limites ao telemarketing, de forma a garantir a privacidade dos assinantes dos serviços de telefonia neste Estado. De acordo com este projeto, as empresas prestadoras de serviço telefônico fixo e de telefonia móvel ficam obrigadas a manter um cadastro de assinantes, com o número do telefone dos que manifestarem oposição ao recebimento de chamadas telefônicas com ofertas comerciais (de produtos ou

serviços). Os interessados deverão requerer sua inscrição nesses cadastros de modo escrito ou por telefone. Assim, antes do início de qualquer campanha de marketing, as empresa terão de consultar esses cadastros, abstenendo-se de fazer ofertas de comercialização (por via telefone) para os inscritos.

Esse Projeto de Lei, encontra paralelo em legislações das cidades mais avançadas da Europa. Seu objetivo é minimizar alguns dos efeitos já perceptíveis na vida das populações das grandes cidades, decorrentes das profundas mudanças por que passamos nas últimas décadas. Mudanças que alteraram radicalmente a forma como vivemos e nos relacionamos.

Essas mudanças caracterizam-se pela combinação de dois aspectos. De um lado, o aumento do grau de exigência sobre as pessoas, tanto no campo profissional como no social em geral - pela exigência de maior qualificação profissional, de maior dedicação ao trabalho, de maior dispêndio de tempo para acompanhar os processos sociais e manter-se atualizado. De outro, a permanente invasão do nosso cotidiano e das nossas famílias por uma avalanche de estímulos, sem que tenhamos o tempo suficiente para assimilá-los, gerou um processo de perda de privacidade, de redução do tempo de convívio e rebaixamento da qualidade das nossas relações humanas e familiares. As conseqüências destes processos são visíveis nos diferentes exemplos de desagregação social e na crise das formas de sociabilização que juntamente com outros fatores, contribuem para o aumento da tensão e da violência urbana.

Acrescendo-se a isso os efeitos do rápido e desordenado crescimento das cidades brasileiras, que tem como uma conseqüência o aumento do tempo de deslocamento das pessoas para o atendimento de suas necessidades básicas (acesso ao trabalho, ao ensino, à saúde e ao lazer), temos um quadro no qual nossas vidas ficam reduzidas ao suprimento das necessidades vitais e ao

atendimento do aumento das exigências de formação e profissionalização, em detrimento da qualidade e do tempo exigido para nossas relações sociais e familiares e da privacidade e intimidade necessárias ao nosso desenvolvimento humano e espiritual.

Essa nefasta realidade é exacerbada pelo desenvolvimento de novas formas de assédio do nosso espaço privado pela máquina de venda da sociedade de consumo. Do aparentemente inofensivo "merchandising" ao "spam", passando pela publicidade ostensiva e poluente de outdoors, pela propaganda na televisão e rádio, pelos panfletos nos mais variados lugares, somos torpedeados de estímulos que nos deslocam de nossos pensamentos, pautando permanente e insistentemente nossa vida psíquica por imagens e sentidos construídos artificialmente para moldar o nosso desejo.

Portanto, quando, na intimidade do seu lar, o cidadão dispõe daqueles reduzidos e valiosos minutos de descanso e privacidade, seja na solidão necessária à vida espiritual, seja no convívio com seus entes queridos, nada mais justo do que uma legislação estadual garanta, a quem assim o quiser, o direito a impedir que máquinas de venda profissionais, com agentes especialmente treinados, invadam esse espaço com propostas de venda de produtos e serviços que, pelo menos nesse momento, não interessam.

Esse é o objetivo deste projeto: criar um mecanismo, para quem assim o desejar, que impeça que, através do telefone, o escasso espaço de intimidade e privacidade que nos resta seja invadido por vendedores, que insistentemente tentarão nos impingir a

compra de algum produto ou serviço. Para tal propositura investimos da prerrogativa garantida constitucionalmente em seu art. 24 da competência concorrente da União, Estados e Distrito Federal para legislar sobre as matérias elencadas nesse dispositivo. Ante ao exposto, conto com a colaboração dos nobres pares para a aprovação desta propositura.

SALA DAS SESSÕES EM, DE DE 2004.

Luis Cesar Bueno
Deputado Estadual