

Triplicam queixas contra chamadas de telemarketing: Lei antiga suscita diferentes interpretações sobre contacto telefónico sem consentimento, mas a insistência pode ser ilegal.

Quase triplicaram as reclamações relacionadas com práticas comerciais de telemarketing enviadas para o Portal da Queixa, uma plataforma online que não resolve conflitos, mas faz a ponte entre os reclamantes e as empresas e que permite obter respostas destas. Os cidadãos contam histórias de obtenção ilegal de contacto, persistência continuada, recorrendo a chamadas consecutivas, em plenos períodos de descanso. Do outro lado da linha, tenta-se vender um pouco de tudo: planos de saúde, pacotes de telecomunicações, produtos ortopédicos, colchões. A Comissão Nacional de Proteção de Dados, CNPD, entidade com competência legal neste domínio, reconhece esta nova tendência.

O Portal da Queixa reuniu 637 queixas sobre telemarketing em 2016, o que representa um aumento de 178% em relação a 2015. Tinham sido 229. Portanto, no número total, quase triplicaram. Clara Guerra, porta-voz da Comissão Nacional Proteção de Dados, CNPD, afirma que uma parte das queixas recebidas pela entidade em 2016 diz respeito ao tema, embora não possua elementos discriminados para dizer quantos são entre os 498 processos abertos sobre vendas ao telefone. "Primeiro, as pessoas queixavam-se dos emails promocionais. Agora, a área do telemarketing suscita muitas queixas". "O telefone é uma coisa mais intrusiva, cai na sopa, toca, seja o que seja que estejamos a fazer", justifica. "Há muitas queixas e muita atividade ilegal, empresas que não cumprem as regras".

Em muitos casos, o consumidor deu consentimento para o contacto sem se aperceber e aí perde a razão. A questão de as empresas poderem fazer marketing persuasivo via telefone, sem autorização prévia, é controversa e tem dado azo a múltiplas interpretações.

O direito a recusar ser contactado João Novais de Paula, responsável pela Associação do Marketing Direto, AMD, lembra que, de acordo com a lei n.º 6/99, é proibida a publicidade via telefone "com utilização de sistemas automáticos com mensagens vocais pré-gravadas". Ou seja, sobra espaço para a comunicação de voz por sujeito falante.

Sandra Horta e Silva, advogada que integrou no passado o Observatório do Direito do Consumo, da Ordem dos Advogados, explica que a questão não é assim tão simples. De facto, essa lei não foi revogada. Mas se o cidadão deixar claro que não quer voltar a ser incomodado,

à luz do direito civil e do direito à privacidade, este não pode voltar a ser contactado. Da sua experiência como advogada, diz que é raro o dia em que não tem conhecimento de queixas. "Desde sexta-feira, soube de seis que ajudei a encaminhar. É pior que o problema das fidelizações de contratos das operadoras".

Susana Almeida, vice-presidente da Associação do Direito do Consumo, APDC, considera a lei "ultrapassada" e explica ainda que, apesar da brecha deixada, existe outra lei aplicável a práticas comerciais desleais, na qual fica claro que é passível de infração "fazer solicitações persistentes e não solicitadas por telefone, fax, e-mail ou qualquer outro meio de comunicação à distância".

João Novais de Paula lembra que existe a lista de exclusão da AMD para que os cidadãos possam comunicar com as empresas e dizer-lhes que não querem ser contactados. Mas, para Sandra Horta e Silva, este processo surte pouco efeito. Estão inscritas cerca de 40 empresas e apenas dois "call centers".

Clara Guerra lembra que além das novas diretrizes para as comunicações eletrónicas, que proíbem o contacto sem consentimento, as instâncias europeias prepararam um regulamento bastante claro. De qualquer modo, garante que "as leis nacionais já permitem sancionar contactos sem consentimento".

Parlamento PSD admite propor alterações à lei

Joel Sá, deputado do PSD, avança que se está a estudar uma proposta legislativa para melhorar a proteção do consumidor, na qual se deverá encaixar a questão do telemarketing. E pode incluir uma plataforma de base de dados mais ágil, para a qual o cidadão pode entrar, ou sair, com facilidade, de forma a evitar contactos indesejáveis, explica. Esse procedimento deverá integrar a Direção-Geral do Consumidor. O Observatório do Direito do Consumo propôs em 2016 a alteração à lei de 1999 e uma mudança de paradigma na listagem: que passasse a integrar os que autorizam ser abordados. Sandra Horta e Silva lembra o quanto complexo é o assunto: por um lado, há o direito à privacidade e por outro o direito ao livre desenvolvimento da economia.