
BREVES CONSIDERAÇÕES JURÍDICAS SOBRE O SERVIÇO DE TELEMARKETING

Alcione Rodrigues Silva

Advogada Associada do Homero Costa Advogados

O serviço de venda por telefone existe desde muito tempo, mas foi na década de 50 que começou a tomar forma e ser utilizado no Brasil e principalmente nos Estados Unidos. Nessa época já havia outros serviços além de vendas por telefone, porém, esta era preponderante.

À medida que a nova forma de serviço foi se expandindo, o termo “*telemarketing*” deixou de ser conhecido apenas como vendas por telefone, passando a agregar outras funcionalidades, principalmente o atendimento ao cliente – SAC.

No Brasil, desde o final dos anos 80, as empresas multinacionais, de cartões de crédito, editoras e as operadoras de telefonia fazem uso do telemarketing, devido à modernização, ao desenvolvimento da informática e às mudanças culturais decorrentes de tais fatores que concederam espaço para os hoje conhecidos como Call Centers.

Atualmente é incontestável o crescimento do telesserviço no Brasil, vez que se tornou um dos maiores geradores de emprego, decorrente dessa expansão iniciada já no final do século XIX.

Dada a sua importância e a pluralidade de interesses envolvidos, existem, ainda hoje, algumas controvérsias jurídicas no que concerne a delimitação da terminologia, a questão da terceirização¹, a jornada de trabalho, piso salarial e o enquadramento legal.

O Anexo II da NR-17 do MTE, trouxe preceitos gerais a fim de nortear as empresas e conceder melhores condições de trabalho aos empregados do setor de telemarketing, porém, não foi o suficiente para sanar as controvérsias existentes.

¹ Sobre a Terceirização ver o artigo “A LICITUDE DA TERCEIRIZAÇÃO DAS OPERAÇÕES DE SAC EM EMPRESAS DE TELEFONIA”, escrito pela advogada Simone Oliveira Rocha, sócia do Homero Costa Advogados. Disponível em: http://www.homero costa.saas.readyportal.net/file_depot/0-10000000/390000-400000/398566/folder/1126368/a_licitude_da_terceirizacao_das_operacoes_de_sac_em_empresas_de_telefonia.pdf

Exemplo disso é que por muito tempo o Tribunal Superior do Trabalho consolidou o entendimento, através da OJ 273 da SDI-I, que a jornada especial de 06 horas diárias de que trata o art. 227 da CLT não se aplicava aos operadores de televenda.

Posteriormente, alguns anos após o surgimento do Anexo II da NR-17, mudou-se o entendimento, aplicando-se, por analogia, a jornada de 06 horas ao operador de telemarketing. Atualmente esse é o posicionamento que prevalece, porém, não há nenhuma lei que trata do assunto.

Todavia, tramita no Congresso Nacional, o PLS 673/2011, juntamente com o PLC 56/2009, cujo objetivo é, dentre outros aspectos da seara consumerista, regulamentar a profissão, estabelecer critérios e penalidades para os casos de descumprimento das leis trabalhistas.

O projeto pretende oficializar a jornada dos operadores de telemarketing de seis horas por dia e 36 horas semanais, bem como estabelecer um intervalo de dez minutos a cada 90 minutos de trabalho contínuo, que não deve ser contabilizado na jornada diária e impor multa equivalente a até dez vezes o salário do funcionário em caso de descumprimento da lei.

A proposta prevê ainda valores para as multas por infrações na prestação de serviço de telemarketing, podendo chegar a 200 mil reais, em caso de reincidência de utilização indevida do banco de dados de pessoa física ou jurídica.

Atualmente, o projeto está em análise na Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle (CMA) e deve seguir para as Comissões de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT); e de Assuntos Sociais (CAS), cabendo a esta a votação em decisão terminativa.

Se aprovado, o projeto vai acarretar em algumas mudanças que devem ser criteriosamente observadas pelos Call Centers e a melhor maneira de prever, diminuir ou até evitar transtornos é através de suporte jurídico bem preparado e o desenvolvimento de medidas preventivas, buscando sempre dirimir os riscos e solucionar os conflitos da forma mais adequada possível.