

Posso estar invadindo?

Adriano Cristian Souza Carneiro

A questão aqui não é o insuportável gerundismo utilizado principalmente no sistema de tele vendas, mas tem sim a ver com a utilização de estruturas alienígenas em nosso país. Gramaticais, culturais ou legislativas, a utilização de formas já prontas, não raro, causam problemas quando importadas sem antes se averiguar os vários aspectos da internalização. Trata-se aqui do *Do Not Call*, instituto concebido, debatido por quase duas décadas, e só então utilizado nos Estados Unidos como forma de “estar coibindo” os insuportáveis avanços da indústria do telemarketing à intimidade dos consumidores, situação que já nos provoca, a ponto, inclusive, de já haver manifestações do Poder Judiciário pátrio sobre o assunto.

A utilização responsável da ferramenta do telemarketing como forma de propaganda e venda de produtos e serviços, longe de ser um mal, pode ser uma conveniência para todos. Todavia, é sempre esse o ponto de partida de uma prática abusiva. De uma necessidade nasce a solução e, comercialmente, o direito a sua exploração. Até aí, tudo certo. O problema ocorre quando surge o abuso desse direito através, por exemplo, do excesso ou do desvio da finalidade. É o caso.

Certamente, muitos de nós poderíamos citar uma experiência indesejada com esse tipo de prática de telemarketing. Nesse momento, quando se chega a esse estado de perturbação, urge outra necessidade: o disciplinamento. Nos Estados Unidos, o avanço dessa realidade culminou com a criação em âmbito federal – após ser adotado em vários estados – de um cadastro nacional de consumidores que, uma vez se sentindo incomodados com as reiteradas invasões aos seus lares, podem aderir ao mesmo e, assim, garantir o seu direito de sossego, pois, a partir daí, em linhas gerais, as empresas de telemarketing são obrigadas a consultar o registro nacional do *Do Not Call* antes de oferecer seus serviços, sob pena de multa.

É nítido que os consumidores brasileiros também sofrem com esse mal e, assim, é natural que os reflexos desse sistema americano atingissem o mercado brasileiro. Daí a existência, em alguns estados e municípios brasileiros como, por exemplo, o estado de São Paulo, o município de Porto Alegre e, também, o Distrito Federal através da Lei 4.171 de 08 de julho de 2008, de tentativas de cadastros semelhantes, chamados *não chame, não perturbe, não incomode, quero ficar só, ou, como no Distrito Federal, não importune*. Normas essas ainda não efetivamente implementadas, tendo em vista, justamente, a falta de base teórica acerca do instituto, circunstância que vem fazendo o contra-ataque da indústria do telemarketing lograr êxito em *estar garantindo* o seu direito de *estar incomodando* as pessoas, máxime com base na premissa de *poder estar invadindo* a intimidade pessoas, enquanto questões formais, mas dependentes da correta análise de conteúdo, estão sendo decididas pelo Poder Judiciário, como, por exemplo, as regras de competência legislativa.

É certo que, quanto maior o for desenvolvimento econômico de uma nação, maior complexidade terão as relações de consumo nela entabuladas. Nesse cenário, a

intervenção estatal é inevitável. Entretanto, com a mesma proporção, a participação da sociedade é essencial, pois só assim ecos da necessidade de seus cidadãos chegarão aos ouvidos dos membros dos poderes constituídos, que, com vistas à efetiva solução do problema, devem agir com base no diálogo, na pesquisa, sem necessitar desviar o foco da questão com o fim de evitar o embate, que certamente se aproxima.

Defensor Público Federal, membro do Grupo de Pesquisas sobre Direitos Metaindividuais da Faculdade de Direito da UnB, coordenado pelo Prof. Dr. Guilherme Fernandes Neto.