

Anatel tenta barrar abuso no telemarketing

■ SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

Novas regras da Anatel vão impedir prestadoras de serviços de realizarem chamadas curtas, de até três segundos. Meta é combater o excesso de ligações que incomodam a população

Freio no telemarketing abusivo

MICHELLE PORTELA

Ao menos 26 prestadoras de serviços de telecomunicações deverão adotar novas medidas para impedir a realização de chamadas curtas, com menos de três segundos. As novas regras estabelecidas pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) deverão valer a partir de 3 de novembro e coincidem com ações adotadas pelas empresas para construir regras institucionais que amparem o serviço sem transtornos a quem recebe as ligações.

O bloqueio deverá ocorrer pelo prazo de 15 dias e anula a capacidade de originar chamadas a partir dos acessos do Serviço Telefônico Fixo Comutado e do Serviço Móvel Pessoal das pessoas jurídicas que gerarem ao menos 100 mil chamadas curtas por código de acesso em um dia.

O objetivo da agência é combater o excesso de ligações que importunam a população em geral e que contrariam a Lei Geral de Telecomunicações, que obriga usuários, entre eles empresas de telemarketing, a utilizarem adequadamente os serviços, equipamentos e redes de telecomunicações. Por isso, as chamadas curtas, como aquelas na qual o usuário ouve um "olá" de "robocalls", deverão ser impedidas.

A partir de agora, será necessária uma "prova de vida" para identificar a existência do número para que um atendente ligue. Além do bloqueio das empresas, a Anatel também promete divulgar mensalmente o nome das empresas que mais perturbarem o consumidor praticando o telemarketing abusivo. Além disso, as operadoras deverão criar um portal público nos próximos 60 dias.

De acordo com o Sindicato das Empresas de Telemarketing do Estado de São Paulo (Sintemark), o setor emprega 1,5 milhão de brasileiros, dos quais 400 mil colaboradores no estado de São Paulo, o maior do país, em regime de carteira de trabalho (CLT). A maioria empregada é formada por jovens em seu primeiro emprego, dos quais 70% são mulheres.



ESTADONOVAS/MG DA PRESS - 14/9/20



Pretendemos que todas as empresas de telemarketing se adequem às boas práticas disciplinadas no Código de Ética Probare”

■ Laurent Deloche, diretor administrativo do Sintemark

SELO DE ÉTICA Outras ações são adotadas pelo setor para tentar mitigar os conflitos com o público-alvo do telemarketing. Entidade que representa mais de 600 corporações do setor, o Sintemark lançou a campanha Comunicação + Assertiva para sensibilizar os trabalhadores a uma comunicação objeti-

va, respeitosa, disciplinada e adequada junto aos clientes e consumidores.

A entidade recomenda que todas as empresas sigam o Código de Ética do Probare (www.probare.org.br), que define parâmetros de autorregulamentação no setor. Além do Código de Ética, o Probare certifica as empresas por meio

do Selo de Ética e Norma de Maturidade de Gestão, com adesão espontânea das organizações e adoção das regras estabelecidas no regulamento próprio e submissão à auditoria de verificação.

Para o diretor administrativo do Sintemark, Laurent Deloche, a campanha do sindicato pretende melhorar e aper-

Sector emprega 1,5 milhão de brasileiros, a maioria jovens no primeiro emprego, dos quais 70% são mulheres

feçoar a comunicação entre as empresas de contact center e o consumidor final. "Pretendemos que todas as empresas de telemarketing se adequem às boas práticas disciplinadas no Código de Ética Probare".

Para o diretor, o trabalho é bastante sensível, pois trata diretamente com pessoas e suas particularidades e sensibilidade. "Precisamos estar afinados com as boas práticas. Por esse motivo, os treinamentos aos funcionários são constantes e periódicos", informa.

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Estado de Minas - Belo Horizonte/MG

Seção: Economia **Página:** 10