



## Lei admite `spam` publicitário nos EUA

A Subcomissão de Telecomunicação e Internet do Congresso americano aprovou, por unanimidade, uma lei que proíbe o envio de “spam” (nome dado a mensagens eletrônicas enviadas para os internautas sem o consentimento dos mesmos) – a não ser que elas sejam claramente identificadas como anúncios publicitários não solicitados e ofereçam ao internauta a opção de não receber futuras mensagens do gênero.

Este passo que foi dado na direção de livrar o internauta dos incômodos spams, na verdade não resolve o problema, porque conforme se vê no texto da lei o primeiro spam é permitido, apenas devendo conter dispositivos impeditivos de outras mensagens publicitárias.

Assim como o The Unsolicited Commercial Electronic Mail Act of 2001 (Projeto de Lei de Mensagem Eletrônica Não Solicitada), dá ao usuário o direito de remover seu nome de listas de spam, abre para os vendedores de listas mais um espaço, pois ao responder ao e-mail, o usuário estará confirmando o seu endereço eletrônico.

É de se notar que a lei com isso dá ao internauta o direito de não querer mais receber as mensagens, mas na verdade somente às relacionadas aquela determinada empresa, porque em relação as outras, ele continuará recebendo. E cada vez que responder a um e-mail destes, abrirá a sua caixa eletrônica para outras e outras mensagens publicitárias.

Em nossa opinião, a lei deveria caminhar em sentido inverso, ou seja, dar a empresa o direito de manter um formulário on line para que o usuário se inscrevesse para o recebimento das propagandas, assim como fazem os sites mais éticos que mantêm um cadastro preenchido pelo usuário autorizando o recebimento de suas informações.

Não somos contra a propaganda, até porque elas são a vitrine da atividade empresarial, mas os anúncios on line oneram o internauta que em sua maioria usam a linha telefônica para o download dos arquivos, o que não ocorre com os veiculados na mídia e em outras formas de comunicação.

Como impedir o telemarketing e o recebimento pelos correios de uma abordagem comercial? São estratégias do mundo moderno, mas e se estas abordagens fossem feitas por ligações telefônicas à cobrar ou com taxas de correios pagas pelo recebedor? O enfoque destas situações se equiparam ao envio dos spams.

Assim, está claro que a inversão destes valores se confrontam com os mais mezinhos princípios do direito do consumidor, e o falado Projeto de Lei de Mensagem Eletrônica Não Solicitada, para nós soa como letra morta. O spam está vivo e cada vez mais presente em nossos computadores.

Revista **Consultor Jurídico**, de 20 maio de 2001.

### Date Created

20/05/2001