



CÂMARA DOS DEPUTADOS

***PROJETO DE LEI N.º 9.615-C, DE 2018** **(Do Senado Federal)**

PLS nº 420/2017

Ofício nº 165/2018 - SF

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta; tendo parecer: da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, pela aprovação deste, com emendas, e da Emenda 1/18 apresentada, com subemenda, e pela rejeição dos de nºs 9942/18 e 10064/18, apensados (relator: DEP. PROFESSOR PACCO); da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação do de nº 9942/18, apensado, e pela rejeição deste, do de nº 10064/18, apensado, das Emendas 1 e 2/18, apresentadas e da Emenda 1/18 apresentada ao de nº 9942/18, apensado (relator: DEP. DELEY); e da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, pela constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e técnica legislativa deste, e dos de nºs 9942/18, 10064/18, 23/19 e 2369/19 apensados; das Emendas de nºs 1/18 e 2/18 apresentadas na Comissão de Defesa do Consumidor; da Emenda de nº 1/18 apresentada na Comissão de Defesa do Consumidor ao de nº 9942/18, apensado; da Emenda de nº 1/18 apresentada na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; das Emendas da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; e pela constitucionalidade, injuridicidade e antirregimentalidade da Emenda de nº 1/18 ao de nº 9942/18, apensado, apresentada (relator: DEP. VALTENIR PEREIRA).

(*) Atualizado em 14/10/2025 para inclusão de apensado (38).

DESPACHO:

APENSE-SE A ESTE O PL 2066/2024. POR OPORTUNO, PARA FINS DE ADEQUAÇÃO DO DESPACHO À RESOLUÇÃO Nº 1/2023, DETERMINO A DISTRIBUIÇÃO DA MATÉRIA À COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO, EM SUBSTITUIÇÃO À COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA, EXTINTA PELA REFERIDA RESOLUÇÃO, MANTENDO-SE VÁLIDOS OS PARECERES JÁ PROFERIDOS PELAS COMISSÕES E A MATÉRIA PRONTA PARA A ORDEM DO DIA EM PLENÁRIO, PENDENTE DO PARECER DA COMISSÃO DE FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO.

ÀS COMISSÕES DE:

CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO;

DEFESA DO CONSUMIDOR;

FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO (MÉRITO E ART. 54, RICD) E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

SUMÁRIO

I - Projeto inicial

II - Projetos apensados: 9942/18 e 10064/18

III - Na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática:

- Emenda apresentada
- Parecer do relator
- Emendas oferecidas pelo relator (2)
- Complementação de voto
- Subemenda oferecida pelo relator
- Complementação de voto
- Emenda oferecida pelo relator
- Parecer da Comissão
- Emendas adotadas pela Comissão (3)

IV - Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- Emendas apresentadas (3)
- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

V - Novas apensações: 23/19 e 2369/19

VI - Na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

VII - Novas apensações: 2720/19, 3209/19, 3662/19, 4119/19, 4434/19, 4539/19, 5431/19, 6154/19, 4678/20, 178/21, 826/21, 1226/21, 2407/21, 3663/21, 4232/21, 346/22, 515/22, 1112/22, 1834/22, 1909/22, 2600/22, 459/23, 1173/23, 1550/23, 1856/23, 3103/23, 4316/23, 700/24, 2066/24, 3149/24, 3401/24, 2984/25, 3772/25 e 4058/25.

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.

XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

§ 1º (antigo parágrafo único)

§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do **caput** incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do **caput** no prazo de 90 (noventa) dias.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Parágrafo único. A contagem do prazo de que trata o § 3º do art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), inicia-se na data de entrada em vigor desta Lei.

Senado Federal, em 21 de fevereiro de 2018.

Senador Eunício Oliveira
Presidente do Senado Federal

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá
outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

Seção IV
Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: *(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)*

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)*

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. *(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)*

XI - *Dispositivo acrescido pela Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999, transformado em inciso XIII, em sua conversão na Lei nº 9.870, de 23/11/1999*

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995\)](#)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999\)](#)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação\)](#)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 9.942, DE 2018 (Do Senado Federal)

PLS nº 48/2018
OFÍCIO nº 310/2018 (SF)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para estabelecer regras de telemarketing ativo e qualificar como abusiva sua não observância

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9615/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar acrescida do seguinte art. 33-A:

“Art. 33-A. O fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar **telemarketing** ativo, deverá obedecer às seguintes regras:

I – são obrigações do fornecedor:

a) limitar a realização de ligações aos seguintes horários:

1. entre 9h (nove horas) e 21h (vinte e uma horas), de segunda-feira a sexta-feira;

2. entre 10h (dez horas) e 13h (treze horas), aos sábados;

b) disponibilizar canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico, a custo de ligação local, ou por meio eletrônico, para retirada ou inserção, em cadastro próprio, da manifestação de interesse nos produtos ou nos serviços oferecidos pela empresa;

c) nos contatos telefônicos com o consumidor:

1. informar imediatamente o nome do operador de **telemarketing** e o nome fantasia da empresa que este representa;

2. em seguida, aferir a vontade do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento e, em caso afirmativo, informar o número telefônico ou o meio eletrônico de contato para retorno;

d) em qualquer contato telefônico com o consumidor, seja com voz presencial, gravada, mecanizada ou digital, disponibilizar tecla que interrompa a chamada e que retire o contato do consumidor do cadastro de **telemarketing** da empresa pelo período de 4 (quatro) meses, prazo no qual o contato será vedado, ressalvado o disposto na alínea “b” do inciso I;

II – é vedado ao fornecedor:

a) realizar **telemarketing** ativo por meio de números telefônicos ou por meio eletrônico que não possam receber retorno do consumidor;

b) realizar, por meio eletrônico ou telefônico, contato com consumidor para oferecer produtos ou serviços por este cancelados, pelo prazo de 6 (seis) meses após o encerramento do contrato, ressalvado o disposto na alínea “b” do inciso I;

c) reiterar a mesma oferta de produto ou serviço, seja por meio de contato telefônico ou por meio eletrônico, a consumidor que já a tenha recusado, ressalvado o disposto na alínea “b” do inciso I;

d) utilizar pesquisa, sorteio ou serviço similar como pretexto quando o verdadeiro objetivo for a venda;

e) realizar mais de 3 (três) chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia;

f) realizar chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

§ 1º Considera-se abusivo o **telemarketing** ativo que não observar as regras estipuladas neste artigo.

§ 2º Aplica-se o disposto na alínea “a” do inciso I do **caput** às entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem o serviço de **telemarketing** como meio de manutenção de suas atividades.”

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Senado Federal, em 3 de abril de 2018.

Senador Eunício Oliveira
Presidente do Senado Federal

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I **DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

CAPÍTULO V **DAS PRÁTICAS COMERCIAIS**

Seção II **Da Oferta**

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. [*\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008\)*](#)

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

LEI Nº 12.101, DE 27 DE NOVEMBRO DE 2009

Dispõe sobre a certificação das entidades beneficentes de assistência social; regula os procedimentos de isenção de contribuições para a seguridade social; altera a Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993; revoga dispositivos das

Leis nºs 8.212, de 24 de julho de 1991, 9.429, de 26 de dezembro de 1996, 9.732, de 11 de dezembro de 1998, 10.684, de 30 de maio de 2003, e da Medida Provisória nº 2.187-13, de 24 de agosto de 2001; e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º A certificação das entidades beneficentes de assistência social e a isenção de contribuições para a seguridade social serão concedidas às pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, reconhecidas como entidades beneficentes de assistência social com a finalidade de prestação de serviços nas áreas de assistência social, saúde ou educação, e que atendam ao disposto nesta Lei.

Parágrafo único. (VETADO)

Art. 2º As entidades de que trata o art. 1º deverão obedecer ao princípio da universalidade do atendimento, sendo vedado dirigir suas atividades exclusivamente a seus associados ou a categoria profissional.

PROJETO DE LEI N.º 10.064, DE 2018 **(Do Sr. Rômulo Gouveia)**

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o telemarketing ativo.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-9942/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, estabelecendo regras para as campanhas de telemarketing ativo promovidas por fornecedor de produtos e serviços.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 33-A:

“Art. 33-A As campanhas de telemarketing ativo promovidas por fornecedores de produtos e serviços deverão garantir taxa máxima de

abandono de ligações, nos termos da regulamentação.

§ 1º Caso não haja atendente disponível em até 2 (dois) segundos após a ligação ser atendida pelo consumidor, deverá ser reproduzida uma gravação informando o nome fantasia do fornecedor e telefone para contato.

§ 2º O código de acesso objeto de uma ligação abandonada não poderá receber outras ligações referentes à mesma campanha de telemarketing por um período de 72 (setenta e duas horas), exceto se houver garantia de presença de um atendente no momento do complemento da chamada.

§ 3º As ligações efetuadas nas campanhas de telemarketing ativo deverão tocar por pelo menos 15 (quinze) segundos.”

Art. 3º Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os serviços de telemarketing vêm, nas últimas duas décadas, crescendo de forma acelerada em nosso país. Em 1997, época da privatização dos serviços de telefonia fixa, o setor empregava cerca de 151 mil pessoas. Esse número cresceu para 450 mil profissionais em 2001 e, hoje, conta com cerca de 1,4 milhão de funcionários¹. Desse total, estima-se que 45% atuem em Serviços de Atendimento ao Consumidor – SAC, 22% em televendas – também conhecido como telemarketing ativo, 23% em recuperação de crédito e o restante em outras atividades². Trata-se evidentemente de um setor de dimensões importantes para a economia nacional, tendo ainda a característica de ser a primeira oportunidade de emprego de muitos cidadãos.

Entretanto, a expansão do setor veio acompanhada também do crescimento da insatisfação da sociedade com esses serviços. Entre 2009 e 2016, o número de reclamações recebidas no PROCON-SP contendo denúncias

¹ Dados obtidos no sítio <http://www.innovarepesquisa.com.br/blog/infografico-o-telemarketing-brasil/>, acessado em 13/4/2018.

² Dados obtidos no sítio <http://g1.globo.com/concursos-e-emprego/noticia/2012/10/telemarketing-emprega-14-milhao-no-pais-veja-como-e-o-trabalho-no-setor.html>, acessado em 13/4/2018.

de marketing invasivo passou de 2600 para 10.400 ao ano³. As empresas mais reclamadas são, rotineiramente, as de telefonia e TV a Cabo, seguidas pelas lojas de varejo on-line e pelos bancos⁴.

O principal motivador para as denúncias de marketing abusivo junto aos PROCONS é a insistência das campanhas de vendas. Não são incomuns os relatos de empresas que ligam dezenas de vezes ao dia para o mesmo número, oferecendo os mesmos produtos e serviços, ainda que o consumidor decline as ofertas repetidamente. Essa situação motivou diversos Estados a atuarem mediante a implantação de cadastros de números bloqueados para recebimento de chamadas de telemarketing. São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Goiás são alguns dos lugares que já implantaram esse sistema. Existem ainda alguns projetos em tramitação no Congresso Nacional para disciplinar o funcionamento de um cadastro para bloqueio de chamadas de telemarketing a nível federal.

Ademais, há uma outra questão muito pertinente nessa discussão de marketing abusivo, e que não temos notícia de ter sido endereçada adequadamente em nosso país. Trata-se do uso indiscriminado dos chamados discadores preditivo nas campanhas de telemarketing ativo. Para entender o que são os discadores preditivos e o problema que causam, é necessário primeiramente fazer uma pequena digressão.

Nos primórdios das operações de telemarketing, cada funcionário precisava tirar o telefone do gancho e discar manualmente para cada um dos números, um a um, de sua lista de contatos. Nesse sistema, cada operador gastava uma grande parte da jornada de trabalho apenas para discar os números e aguardar pelo atendimento das ligações que, em muitos casos, sequer chegavam a ser completadas. Essa situação dá causa a grande ociosidade da mão-de-obra e ineficiência da operação, haja vista que, em uma empresa de telemarketing, um dos principais custos de operação é a folha de pagamento dos operadores do serviço.

Com a evolução tecnológica surgiram os

³ Dados obtidos no sítio <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1929594-dobra-o-numero-de-reclamacoes-por-ligacoes-de-telemarketing-abusivas.shtml>, acessado em 13/4/2018.

⁴ Dados obtidos no sítio <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1929601-setor-financeiro-e-de-telefonia-lideram-reclamacoes-de-telemarketing.shtml>, acessado em 13/4/2018.

discadores automáticos, que realizam as ligações para uma lista de contatos (que pode ser predeterminada pelo gestor do sistema ou gerada aleatoriamente pelo próprio equipamento) sem necessidade de qualquer atuação do operador. Dessa forma já há um ganho significativo para a operação, uma vez que o funcionário não mais necessita perder tempo consultando listas de contatos e discando os números manualmente no terminal.

Por fim tivemos o advento dos chamados discadores preditivos. Esses equipamentos não só permitiram a automatização da discagem de códigos de acesso, como já era feito pelos discadores automáticos, mas levaram os ganhos de eficiência da empresa de telemarketing um passo à frente. Isso foi possível da seguinte forma: em vez de discar para apenas um número de cada vez, o discador preditivo liga para diversos números simultaneamente. Isso é feito não apenas para cada operador individualmente, mas para todo o conjunto de operadores disponíveis em determinado momento. Quando são atendidas ligações suficientes para ocupar todos os operadores desocupados naquele instante, o discador automaticamente encerra todas as outras ligações em curso, independentemente de terem sido atendidas ou não. Dessa forma, consegue-se minimizar de forma bastante eficaz o tempo ocioso de cada operador, o que resulta em ganhos operacionais para a empresa.

Do lado do consumidor, a adoção de discadores preditivos tem como consequência o recebimento de repetidas ligações que são interrompidas antes mesmo de serem atendidas ou imediatamente após serem atendidas pelo cidadão. Como não há qualquer regra disciplinando o assunto, as empresas de telemarketing tendem a adotar configurações bastante agressivas para seus discadores preditivos, o que resulta em baixíssima ociosidade da mão-de-obra e, em contrapartida, elevadas taxas de abandono das ligações, com efeito, levando à maximização do transtorno para o consumidor.

Assim é que, em países como Estados Unidos, Inglaterra e Canadá, já vigoram regulamentações para balizar o uso dos discadores preditivos pelas operadoras de telemarketing. No caso dos países citados, a legislação adotada tem o condão de alcançar, principalmente, os seguintes objetivos: limitar o percentual de ligações desligadas

prematuramente; garantir ao consumidor o direito de não ser importunado novamente por determinado período caso tenha sido vítima de uma ligação abandonada; obrigar a empresa a se identificar mesmo nas ligações abandonadas, dando assim ao consumidor a possibilidade de reclamar junto à empresa ou mesmo à autoridade competente; determinar que as ligações tenham uma duração mínima, evitando assim que as empresas reduzam artificialmente a taxa de abandono de ligações.

Em face do problema descrito, e inspirado pelas soluções adotadas em diversos países estrangeiros, resolvemos propor este projeto de lei. A proposição altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, para inserir um novo art. 30-A, com mandamentos que visam controlar o uso agressivo e indiscriminado dos discadores preditivos. Desta feita, acreditamos estar criando na legislação um mecanismo adotado com bastante sucesso em outras grandes democracias do mundo, garantindo a proteção dos interesses do consumidor.

Certos de que com essa alteração atenderemos ao interesse público e possibilitaremos a melhor prestação dos serviços, conclamo os nobres Pares para a aprovação da medida.

Sala das Sessões, em 18 de abril de 2018.

Deputado **RÔMULO GOUVEIA**
PSD/PB

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO V DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção II Da Oferta

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. [\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 \(cento e oitenta\) dias após a sua publicação\)](#)

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. [\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008\)](#)

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, INFORMAÇÃO E INFORMÁTICA.

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

(Apensado: PL Nº 9.942/2018)

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja escrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

EMENDA ADITIVA Nº /2018

“Não se aplica os dispositivos desta lei às entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, ou que estejam inscritas no conselho municipal de assistência social na cidade onde está instalada sua Sede, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.
“(NR)”.

JUSTIFICATIVA

A presente proposição cuida da regulamentação da oferta telefônica de produto e serviço a consumidor.

Neste propósito, estabelece uma série de restrições à atividade de telemarketing, que entendemos não deve ser aplicada às instituições filantrópicas, organizações de assistência social, educacional e de saúde, sem fins econômicos, portadoras do certificado conferido na forma da Lei 12.101, de 27 de novembro de 2009.

Como é de trivial sabença, essas entidades prestam trabalho relevante ao país ao atender populações em situação de vulnerabilidade ou risco social ou pessoal. Os recursos para manutenção de seus trabalhos sociais são

obtidos, na quase totalidade das vezes, de pequenas doações, auferidas por meio de telemarketing ativo ou receptivo.

Essas entidades dependem por demais de contribuições para atuar de forma plena e eficiente. Elas não exercem atividade econômica, não oferecem ao mercado nenhum produto ou serviço, tampouco visam obtenção de lucro.

Desse modo, as restrições propostas se revelam nocivas ao interesse público das entidades filantrópicas e coisas do gênero.

Ante o exposto, solicito apoio dos nobres pares na aprovação desta emenda aditiva.

Sala das sessões, de de 2018

Deputado VALTENIR PEREIRA

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

Autor: SENADO FEDERAL – LASIER MARTINS

Relator: Deputado PROFESSOR PACCO

I - RELATÓRIO

Trata-se do Projeto de Lei nº 9.615, de 2018, originário do Projeto de Lei do Senado nº 420, de 2017, de autoria do ilustre Senador Lasier Martins, que visa à alteração do artigo 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta. A proposição principal propõe a inclusão do inciso XV ao art. 39 do Código de Defesa do Consumidor, incluindo no rol das práticas abusivas, vedadas ao fornecedor, a oferta de produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

A iniciativa dispõe, ainda, que o referido cadastro telefônico incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem a inclusão, a qual deverá ser feita sem custo. Por fim, o projeto prevê que o cadastro será implantado pelos órgãos de defesa do consumidor no prazo de noventa dias.

Apensado ao projeto principal, encontra-se o Projeto nº 9.942, de 2018, originário do Projeto de Lei do Senado nº 48, de 2018, de autoria do ilustre Senador Roberto Muniz, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer regras de telemarketing ativo e qualificar como abusiva a sua não observância.

O projeto apensado propõe a inclusão do art. 33-A ao Código de Defesa do Consumidor, definindo que o fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá limitar as ligações ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados; disponibilizar canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico ou eletrônico, para a retirada ou inserção em cadastro de oferta; informar imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa na ligação ao consumidor; e disponibilizar tecla que interrompa a chamada e retire o contato do consumidor do cadastro de telemarketing pelo período de quatro meses.

A proposição ainda veda ao fornecedor a realização de telemarketing ativo por meio telefônico ou eletrônico que não permita o retorno do consumidor; o contato para o oferecimento de produtos cancelados pelo consumidor durante o período de seis meses após o encerramento do contrato; a reiteração de oferta a consumidor que já tenha manifestado a sua recusa; a utilização de pesquisa, sorteio ou serviço similar a pretexto de venda; a realização de mais de três chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia; a realização de chamadas aleatórias para números sequenciais.

Finalmente, a iniciativa considera abusivo o telemarketing ativo que não cumprir as regras estipuladas e dispõe que as entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem o serviço de telemarketing como meio de manutenção de suas atividades também deverão restringir os horários de contato com o consumidor ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados.

Também foi apensado ao projeto principal o Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, de autoria do nobre Deputado Rômulo Gouveia, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o telemarketing ativo. A iniciativa acrescenta ao Código de Defesa do Consumidor o art. 33-A, para dispor que as campanhas de telemarketing ativo deverão garantir taxa máxima de abandono de ligações, no termo de regulamentação. O projeto prevê, ainda, com relação às ligações atendidas pelo consumidor, mas abandonadas pelos fornecedores, que o consumidor deve ser informado do nome fantasia do fornecedor e do seu telefone para contato; e que o consumidor não poderá receber outras ligações no período de setenta e duas horas, exceto se houver garantia de um atendente no momento de completar a chamada. Por último, o projeto estabelece que as ligações efetuadas nas campanhas de telemarketing ativo deverão tocar por pelo menos quinze segundos.

A matéria tramita em regime de prioridade e sujeitava-se inicialmente à apreciação conclusiva das Comissões de Defesa do Consumidor (CDC); e da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), nos termos do art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados. Em 6/11/2018, a Mesa Diretora deferiu o Requerimento nº 9.214/2018, para incluir também o exame pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, observada a ordem inicial de distribuição do despacho.

Na Comissão de Defesa do Consumidor, foram apresentadas, no prazo regimental, duas emendas ao projeto principal e uma emenda ao PL 9.942/2018, apensado. O Parecer da CDC, de relatoria do Deputado Deley, foi pela aprovação do PL 9.942/2018, apensado, e pela rejeição do PL 9.615/2018, das Emendas 1/2018 e 2/2018 a ele apresentadas, do PL 10.064/2018, apensado, e da Emenda 1/2018, apresentada ao PL 9.942/2018, apensado.

A Emenda nº 1/2018 CDC ao PL 9.615/2018, de autoria do nobre Deputado Valtenir Pereira, propunha a não aplicação do disposto no projeto principal a entidades reconhecidas como beneficentes de assistência social, na forma disposta na Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.

A Emenda nº 2/2018 CDC ao PL 9.615/2018, apresentada pelo nobre Deputado Tenente Lúcio, propunha que o cadastro sugerido no projeto principal tivesse validade de 1 (um) ano, devendo os consumidores ratificarem a proibição de contato após tal período. A emenda dispunha também que as empresas de telefonia deveriam comunicar aos órgãos públicos de defesa do consumidor sobre a mudança de titularidade dos números de telefone móveis e fixos, a fim de que seja efetuada a exclusão automática do cadastro. Por fim, a emenda previa que o Poder Executivo regulamentaria a aplicação do cadastro previsto pelo projeto principal e que a proposição, uma vez aprovada, entraria em vigor no prazo de cento e oitenta dias.

Já a Emenda nº 1/2018 CDC ao PL 9.942/2018, do Deputado Tenente Lúcio, acrescentava o art. 33-A à Lei 8.078, de 1990, para ampliar o horário de realização de ligações aos sábados até as 16 horas.

Todavia, como dito, a CDC não acatou nenhuma dessas emendas.

No âmbito da CCTCI, foi apresentada a Emenda nº 1/2018, do Deputado Valtenir Pereira, que propõe a não aplicação do disposto no projeto principal a entidades reconhecidas como beneficentes de assistência social, na forma disposta na Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

O projeto principal e seus apensados tratam da oferta pelos fornecedores de produto ou serviço por meio de chamada telefônica ou mensagem de texto, com a utilização do telemarketing ativo. As propostas visam proteger o consumidor dos incontáveis e repetidos contatos feitos pelas empresas para o oferecimento dos seus produtos ou serviços.

Não raro o consumidor se sente verdadeiramente importunado durante a sua rotina de trabalho ou de lazer pela quantidade de contatos que os fornecedores fazem em um só dia. A maior parte dos consumidores sequer autorizou qualquer tipo de contato pelos números de telefone fixos ou móveis.

De fato, embora muitos deles manifestem o total desinteresse pelas ofertas, os fornecedores insistem em entrar em contato telefônico, perturbando a vida particular dos cidadãos.

Com o intuito de defender o consumidor da impertinência das empresas que utilizam o telemarketing ativo, os projetos nº 9.615 (principal) e nº 9.942 (apensado), ambos de 2018, dispõem sobre a proibição de os fornecedores entrarem em contato com os consumidores que tiverem previamente manifestado o desinteresse em receber ofertas por meio telefônico.

Entendemos que o Projeto de Lei nº 9.615, de 2018, disciplina a matéria de forma mais objetiva do que o projeto nº 9.942, de 2018. No entanto, alguns aspectos deste podem também ser aproveitados, dentre as várias regras dirigidas aos fornecedores para a utilização do telemarketing ativo, de forma a compormos um texto que contemple de forma mais abrangente o tema.

Por exemplo, é interessante a previsão de que nos contatos telefônicos com o consumidor, o operador seja imediatamente identificado, bem como a empresa que este representa. De igual modo, é salutar que seja aferida a vontade do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento, oferecendo, em caso afirmativo, número telefônico ou meio eletrônico de contato para retorno.

Em decorrência destas medidas, faz-se necessário também acolher algumas vedações ao fornecedor, tais como: realizar telemarketing ativo por meio de números telefônicos ou por meio eletrônico que não possam receber retorno do consumidor; prazo de 6 (seis) meses para que novo contato seja feito com consumidor para oferecer produtos ou serviços cancelados; reiteração de oferta de produto ou serviço já recusada pelo consumidor, entre outras. As demais regras explicitadas no PL nº 9.942/2018 acreditamos que

sejam melhor tratadas em regulamento posterior à futura legislação, tendo em vista as peculiaridades dos setores econômicos que se utilizam desses serviços.

Com relação ao Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, compreendemos a intenção do autor da iniciativa, pois, de fato, a evolução tecnológica no campo do telemarketing ativo permitiu a utilização de sistemas para maximizar a capacidade de oferta. Dessa forma, o mau uso dessas ferramentas pelo fornecedor vem gerando aborrecimento aos consumidores pelas frequentes e inoportunas ligações, que, muitas vezes, são abandonadas ou não têm a contrapartida de um atendente. No entanto, acreditamos que o assunto poderá ser melhor tratado em regulamentação pelo Poder Executivo, porque o tema se relaciona mais com este tipo de norma, em razão dos pormenores técnicos envolvidos e da maior facilidade de adaptação do normativo às mudanças constantes das práticas de mercado.

Além disso, entendemos que devem constar no Código de Proteção e Defesa do Consumidor apenas as disposições indispensáveis para a proteção dos consumidores, deixando as demais prescrições a cargo da regulamentação pelos órgãos competentes.

Com relação a Emenda nº 1/2018 CCTCI, do Deputado Valtenir Pereira, somos favoráveis à sua aprovação, pois, conforme destaca o autor da emenda, o objetivo das entidades beneficentes e de assistência social é completamente diferente daquele buscado por empresas comerciais. Por isso, é legítimo que apenas estas últimas, na condição de fornecedores de produtos e serviços, sejam submetidas à regra proposta no presente projeto.

Portanto, tendo em conta que as investidas dos fornecedores por meio telefônico se tornaram uma prática extremamente incômoda, apoiamos a inclusão no Código de Defesa do Consumidor de regras a respeito do cadastro de recebimento de telemarketing e das regras adicionais do telemarketing ativo, com o intuito de resguardar os consumidores dos eventuais abusos cometidos pelos fornecedores.

Por isso, com a certeza de contribuir para a melhoria do arcabouço legislativo de proteção do consumidor, nosso parecer é pela aprovação do Projeto de Lei nº 9.615, de 2018 (principal), e da Emenda nº 1/2018 CCTCI a ele apresentada, com as Emendas de Relator nº 1 e nº 2 a seguir, e pela rejeição do Projeto de Lei nº 9.942, de 2018 (apensado), e do Projeto de Lei nº 10.064, de 2018 (apensado).

Sala das Sessões, em de de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO

2018-12460

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

EMENDA DE RELATOR Nº 1

Acrescente-se o seguinte art. 2º ao PL nº 9.615/2018, renumerando-se os demais artigos:

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) passa a vigorar acrescida do seguinte art. 33-A:

“Art. 33-A. O fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá observar as seguintes regras:

I – são obrigações do fornecedor:

a) limitar a realização de ligações aos seguintes horários:

1. entre 9h (nove horas) e 21h (vinte e uma horas), de segunda-feira a sexta-feira;
2. entre 9h (nove horas) e 15h (quinze horas), aos sábados;

b) nos contatos telefônicos com o consumidor deverá ser informado imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa que este representa;

c) em seguida, deverá ser aferida a vontade do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento e, em caso afirmativo, informar o número telefônico ou o meio eletrônico de contato para retorno;

d) disponibilizar tecla de opção ao consumidor para que a empresa o coloque em seu cadastro telefônico de consumidores que não receberão a oferta por quatro meses.

II – é vedado ao fornecedor:

- a) realizar telemarketing ativo por meio de números telefônicos ou por meio eletrônico que não possam receber retorno do consumidor;
- b) realizar, por meio eletrônico ou telefônico, contato com consumidor para oferecer produtos ou serviços por este cancelados, pelo prazo de 6 (seis) meses após o encerramento do contrato;
- c) reiterar a mesma oferta de produto ou serviço, seja por meio de contato telefônico ou por meio eletrônico, a consumidor que já a tenha recusado;
- d) utilizar pesquisa, sorteio ou serviço similar como pretexto quando o verdadeiro objetivo for a venda;
- e) realizar mais de 3 (três) chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia;
- f) realizar chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

§ 1º Considera-se abusivo o telemarketing ativo que não observar as regras estipuladas neste artigo.

§ 2º A limitação de horário de que dispõe a alínea “a” do inciso I deste artigo não se confunde com jornada de trabalho regulamentada em legislação diversa.” (NR)

Sala das Sessões, em de de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

2018-12460

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

EMENDA DE RELATOR Nº 2

Dê-se ao art. 1º do PL nº 9.615/2018 a seguinte redação:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.

.....

XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

.....

§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do *caput* no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.

§ 4º As empresas de telefonia devem comunicar aos órgãos públicos de defesa do consumidor a mudança de titularidade dos números de telefones móveis e fixos para que seja efetuada a exclusão automática do cadastro citado no § 3º.”

(NR)

Sala da Comissão, em de de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

Autor: SENADO FEDERAL – LASIER MARTINS

Relator: Deputado PROFESSOR PACCO

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Após acatarmos a Emenda 1/2018-CCTCI apresentada pelo Deputado Valtenir Pereira à matéria, esta relatoria verificou a necessidade de explicitar o alcance da referida sugestão.

Com efeito, o texto original da referida emenda pode abrir margem para interpretações restritivas quanto às entidades alcançadas pela exceção. Assim, optamos por deixar expresso no texto acatado que as entidades inscritas no conselho de assistência social do Distrito Federal também estão alcançadas pela referida emenda e não só as entidades municipais, como consta da emenda.

Sala das Sessões, em de de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

Autor: SENADO FEDERAL – LASIER MARTINS

Relator: Deputado PROFESSOR PACCO

SUBEMENDA DE RELATOR À EMENDA Nº 1/2018 - CCTCI

Altere-se a Emenda nº 1/2018-CCTCI, acrescentando o seguinte art. 3º ao PL nº 9615/2018, renumerando-se os demais artigos:

Art. 3º O disposto nesta Lei não se aplica às entidades portadoras de Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que estejam inscritas no conselho de assistência social do Distrito Federal ou no conselho municipal de assistência social na cidade onde está instalada sua sede, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.

Sala das Sessões, em de de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

Autor: SENADO FEDERAL – LASIER MARTINS

Relator: Deputado PROFESSOR PACCO

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Na reunião da CCTCI de 11 de dezembro de 2018, acolhemos a sugestão de alterar a Emenda de Relator nº 2, de modo a suprimir o § 4º introduzido no art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, proposto originalmente por este Relator. A supressão se faz necessária para que o projeto não se torne oneroso e inviável para as empresas de telefonia. Sendo assim, a Emenda de Relator nº 2 passa a ter a redação que se segue em anexo.

Sala das Sessões, em de de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO

Relator

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

EMENDA DE RELATOR Nº 2

Dê-se ao art. 1º do PL nº 9.615/2018 a seguinte redação:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.

.....

XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

.....

§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do *caput* no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.”
(NR)

Sala da Comissão, em de de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou o Projeto de Lei nº 9.615/2018, com emendas, e a Emenda nº 1/2018 apresentada ao PL 9.615/2018, com subemenda, e rejeitou o PL 9.942/2018, e o PL 10.064/2018, apensados, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Professor Pacco, com Complementação de Voto.

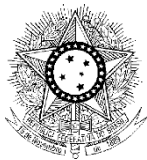
Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Roberto Alves - Vice-Presidente, Celso Pansera, Cleber Verde, Eduardo Cury, Marcos Soares, Missionário José Olímpio, Professor Pacco, Ricardo Izar, Rodrigo de Castro, Ronaldo Martins, Sandro Alex, Takayama, Tia Eron, Vitor Lippi, André Figueiredo, Fábio Sousa, Izalci Lucas, Josué Bengtson, Luiz Lauro Filho, Milton Monti, Newton Cardoso Jr, Pr. Marco Feliciano, Thiago Peixoto e Valtenir Pereira.

Sala da Comissão, em 11 de dezembro de 2018.

Deputado ROBERTO ALVES

Presidente em exercício



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

EMENDA ADOTADA PELA COMISSÃO

PROJETO DE LEI N.º 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

EMENDA Nº 1 DE 2018

Acrescente-se o seguinte art. 2º ao PL nº 9.615/2018, renumerando-se os demais artigos:

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) passa a vigorar acrescida do seguinte art. 33-A:

“Art. 33-A. O fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá observar as seguintes regras:

I – são obrigações do fornecedor:

a) limitar a realização de ligações aos seguintes horários:

1. entre 9h (nove horas) e 21h (vinte e uma horas), de segunda-feira a sexta-feira;

2. entre 9h (nove horas) e 15h (quinze horas), aos sábados;

b) nos contatos telefônicos com o consumidor deverá ser informado imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa que este representa;

c) em seguida, deverá ser aferida a vontade do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento e, em caso afirmativo, informar o número telefônico ou o meio eletrônico de contato para retorno;

d) disponibilizar tecla de opção ao consumidor para que a empresa o coloque em seu cadastro telefônico de consumidores que não receberão a oferta por quatro meses.

II – é vedado ao fornecedor:

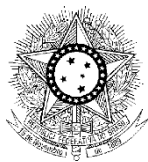
- a) realizar telemarketing ativo por meio de números telefônicos ou por meio eletrônico que não possam receber retorno do consumidor;
- b) realizar, por meio eletrônico ou telefônico, contato com consumidor para oferecer produtos ou serviços por este cancelados, pelo prazo de 6 (seis) meses após o encerramento do contrato;
- c) reiterar a mesma oferta de produto ou serviço, seja por meio de contato telefônico ou por meio eletrônico, a consumidor que já a tenha recusado;
- d) utilizar pesquisa, sorteio ou serviço similar como pretexto quando o verdadeiro objetivo for a venda;
- e) realizar mais de 3 (três) chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia;
- f) realizar chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

§ 1º Considera-se abusivo o telemarketing ativo que não observar as regras estipuladas neste artigo.

§ 2º A limitação de horário de que dispõe a alínea “a” do inciso I deste artigo não se confunde com jornada de trabalho regulamentada em legislação diversa.” (NR)

Sala da Comissão, em 11 de dezembro de 2018.

Deputado ROBERTO ALVES
Presidente em exercício



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

EMENDA ADOTADA PELA COMISSÃO

PROJETO DE LEI N.º 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

EMENDA Nº 2 DE 2018

Dê-se ao art. 1º do PL nº 9.615/2018 a seguinte redação:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.

.....
XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

.....
§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do *caput* no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.” (NR)

Sala da Comissão, em 11 de dezembro de 2018.

Deputado ROBERTO ALVES
Presidente em exercício



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

EMENDA ADOTADA PELA COMISSÃO

PROJETO DE LEI N.º 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

EMENDA Nº 3 DE 2018

Altere-se a Emenda nº 1/2018-CCTCI, acrescentando o seguinte art. 3º ao PL nº 9615/2018, renumerando-se os demais artigos:

Art. 3º O disposto nesta Lei não se aplica às entidades portadoras de Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que estejam inscritas no conselho de assistência social do Distrito Federal ou no conselho municipal de assistência social na cidade onde está instalada sua sede, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.

Sala da Comissão, em 11 de dezembro de 2018.

Deputado ROBERTO ALVES
Presidente em exercício

EMENDA ____ AO PROJETO DE LEI 9.942/2018

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para estabelecer regras de telemarketing ativo e qualificar como abusiva sua não observância.

EMENDA MODIFICATIVA

Art. 1º O artigo 1º do Projeto de Lei passa a vigorar da seguinte forma:

“Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar acrescida do seguinte art. 33-A:

Art. 33-A. O fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá obedecer às seguintes regras:

I – são obrigações do fornecedor:

a) limitar a realização de ligações aos seguintes horários:

1.;
2. entre 10h (dez horas) e 16h (dezesseis horas), aos sábados;

b) disponibilizar canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico, a custo de ligação local, ou por meio eletrônico, para retirada ou inserção, em cadastro próprio, da manifestação de interesse nos produtos ou nos serviços oferecidos pela empresa;

c) nos contatos telefônicos com o consumidor:

1. *informar imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa que este representa;*
2. *em seguida, aferir a vontade do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento e, em caso afirmativo, informar o número telefônico ou o meio eletrônico de contato para retorno;*

d) em qualquer contato telefônico com o consumidor, seja com voz presencial, gravada, mecanizada ou digital, disponibilizar tecla que interrompa a chamada e que retire o contato do consumidor do cadastro de telemarketing da empresa pelo período de 4 (quatro) meses, prazo no qual o contato será vedado, ressalvado o disposto na alínea “b” do inciso I;

II – é vedado ao fornecedor:

- a) realizar telemarketing ativo por meio de números telefônicos ou por meio eletrônico que não possam receber retorno do consumidor;*
- b) realizar, por meio eletrônico ou telefônico, contato com consumidor para oferecer produtos ou serviços por este cancelados, pelo prazo de 6 (seis) meses após o encerramento do contrato, ressalvado o disposto na alínea “b” do inciso I;*
- c) reiterar a mesma oferta de produto ou serviço, seja por meio de contato telefônico ou por meio eletrônico, a consumidor que já a tenha recusado, ressalvado o disposto na alínea “b” do inciso I;*
- d) utilizar pesquisa, sorteio ou serviço similar como pretexto quando o verdadeiro objetivo for a venda;*

e) realizar mais de 3 (três) chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia;

f) realizar chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

§ 1º Considera-se abusivo o telemarketing ativo que não observar as regras estipuladas neste artigo.

§ 2º Aplica-se o disposto na alínea “a” do inciso I do caput às entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem o serviço de telemarketing como meio de manutenção de suas atividades.

Art. 2º *Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.”*

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei, cuja origem é o Projeto de Lei do Senado nº 48/2018, de autoria do Senador Roberto Muniz, tem como objeto a regulamentação da utilização do telemarketing ativo e nos parece ter importante mérito no aperfeiçoamento do relacionamento com o consumidor.

O projeto é inspirado nas práticas do Código de Ética do Programa de Auto-Regulamentação do Setor de Relacionamento – PROBARE, conforme declara o autor do projeto no texto de sua preposição. Este fato reforça a qualidade da regulamentação proposta uma vez que tem embasamento nas boas práticas da atividade previstas e testadas na auto-regulamentação. Ao mesmo tempo, esta proposta legislativa tem o mérito de tornar obrigatório o cumprimento destas regras éticas para todas as empresas ofertantes de

produtos e serviços e não somente para aqueles que aderiram a essa auto-regulamentação.

Contudo, entendemos que é oportuno o aperfeiçoamento do projeto no tocante ao horário para contato aos sábados, previsto no item 2 do inciso I, do Art. 33-A do Código de Defesa do Consumidor.

O Código de Ética do PROBARE, no qual se baseia este projeto, indica como melhor prática o horário de oferta de segunda a sexta-feira, das **9h às 21h** horas, e aos sábados das **10h às 16h**. Este horário leva em conta a jornada de trabalho de 6 (seis) horas diárias para a atividade de telemarketing. A redução deste horário ficaria em dissonância com o regime de trabalho, promovendo ociosidade e demissões, o que não é desejado, especialmente neste momento econômico e por se tratar do setor que mais emprega a mão-de-obra jovem e se estabelecem em regiões menos favorecidas do país.

Nesta linha, entendo que a contribuição ofertada oferece um importante aperfeiçoamento ao projeto, ao mesmo tempo em que reforça seu mérito.

Diante do exposto, solicito o apoio de meus ilustres pares para a aprovação desta emenda.

Sala da Comissão, em de de 2018.

Deputado TENENTE LÚCIO

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

(Apensado: PL nº 9.942/2018)

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

EMENDA MODIFICATIVA Nº

Dê-se ao art. 1º do Projeto a seguinte redação:

"Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

‘Art. 39

.....
.....

XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

§ 1º Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput no prazo de 90 (noventa) dias.

§4º Não se aplica o disposto no inciso XV às entidades reconhecidas como beneficentes de assistência social, na forma disposta na Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.’ (NR)”

JUSTIFICAÇÃO

A importância das entidades beneficentes e de assistência social para a população é inquestionável, uma vez que desempenham papel essencial no atendimento de pessoas em situação de vulnerabilidade ou de risco social ou pessoal. Tais entidades colaboram, inclusive, com a prestação de auxílio em setores nos quais o Estado não consegue suprir a necessidade dos cidadãos, tais como saúde, educação e assistência social. Segundo informação do Ministério da Saúde, no âmbito do SUS, o setor filantrópico executa o maior quantitativo de cirurgias oncológicas, neurológicas e transplantes¹.

Assim, justamente por reconhecer a relevância do trabalho prestado pelas entidades referidas, a legislação pátria tem tido o cuidado de excetuar as entidades beneficentes e de assistência social das obrigações impostas a outros tipos de pessoas jurídicas.

Lembramos que as organizações beneficentes não têm finalidade lucrativa, dependendo da captação de doações, as quais são obtidas, na quase totalidade das vezes, da soma de pequenas doações, auferidas por meio do contato telefônico ativo ou receptivo.

De fato, o objetivo dessas instituições é completamente diferente daquele buscado por empresas comerciais. Por isso, é legítimo que apenas estas últimas, na condição de fornecedores de produtos e serviços, sejam submetidas à regra proposta no presente projeto. Somos a favor da

¹ <http://www.brasil.gov.br/saude/2016/07/ministerio-da-saude-certifica-104-entidades-beneficentes>

imposição de restrições a empresas que realizam telemarketing, para proteger o direito do consumidor de não ser incomodado no seu dia a dia com ofertas de produtos ou serviços que não deseja. No entanto, entendemos que a atividade beneficente não se enquadra no tipo de relação abordada pela proposta legislativa, motivo pelo qual sugerimos a presente emenda.

A nossa preocupação, portanto, é a de excetuar as entidades beneficentes da regra proposta em razão da atividade de extrema relevância por elas praticada. Certos de contribuir para o aperfeiçoamento da iniciativa, para a manutenção da harmonia da legislação, assim como para o bem de toda a população assistida pelas entidades beneficentes e de assistência social, contamos com o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente Emenda.

Sala da Comissão, em de de 2018.

Deputado VALTENIR PEREIRA

2018-3050

EMENDA _____ AO PROJETO DE LEI 9.615/2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

EMENDA ADITIVA

Art. 1º O artigo 1º do Projeto de Lei passa a vigorar da seguinte forma:

“**Art. 1º** O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.

.....
.....
...

XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

§ 1º (antigo parágrafo único)

.....

§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§3º O cadastro telefônico de proibição terá prazo de validade de 1 (um) ano para inclusão dos números de telefones móveis e fixos, devendo os consumidores ratificarem o cadastro superado o período de validade.

§4º As empresas de telefonia devem comunicar aos órgãos públicos de defesa do consumidor a mudança de titularidade dos números de telefones móveis e fixos para que seja efetuada a exclusão automática.

§ 5º O Poder Executivo regulamentará a aplicação do cadastro telefônico previsto no inciso XV do artigo 39.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor em 180 dias da sua publicação

JUSTIFICAÇÃO

O Projeto de Lei nº 9.615/2018, cuja origem é o Projeto de Lei do Senado nº 420/2017, de autoria do Senador Laiser Martins, tem como objeto vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

É importante destacar que o presente projeto é uma iniciativa de suma importância para o aprimoramento da relação com os consumidores. Ao mesmo tempo, nos parece possível o aperfeiçoamento em questões pontuais.

Vislumbramos que é importante estabelecer um prazo de validade para a exclusão do referido cadastro telefônico. Assim entendemos porque a realização do contato para a oferta de produtos e serviços oportuniza vantagens ao consumidor, com condições favoráveis de preços e de contratação dos mais diversos tipos de produtos e serviços. A evidência deste fato é a própria existência deste tipo de oferta, já que certamente não seria realizada se o índice de contratação pelos consumidores fosse reduzido. Sendo assim, a restrição de realização de ofertas pelo período de 1 (um) ano nos parece adequado para aperfeiçoar a relação com o consumidor e, ao

mesmo tempo, manter o canal de oferta de vantagens na compra de produtos e contratação de serviços.

Ao mesmo tempo, é importante que o cadastro tenha eficácia para com os titulares das linhas telefônicas que manifestaram o seu desejo de integrá-lo. Neste sentido, nos parece coerente que com a mudança de titularidade de certa linha telefônica, haja a exclusão da mesma do referido cadastro.

Outro aspecto importante do projeto é a questão da implementação do referido cadastro. Entendemos que em respeito ao princípio da separação de poderes, a técnica legislativa adequada é prever a competência do Poder Executivo para regulamentar a implantação do mesmo.

Por fim, nos parece adequado prever o prazo mais amplo para a implantação deste Projeto de Lei, haja vista a necessidade de ajuste dos esforços públicos e privados para viabilizá-la efetivamente, o que inclui a criação de mecanismos de trocas de informação, de atualização do cadastro, entre outros desafios tecnológicos e operacionais. Nesta linha, sugerimos que a Lei entre em vigor em 180 (cento e oitenta) dias da sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2018.

Deputado TENENTE LÚCIO

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 10.064/2018 e PL nº 9.942/2018

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta

Autor: SENADO FEDERAL - LASIER MARTINS

Relator: Deputado DELEY

I - RELATÓRIO

Trata-se do Projeto de Lei nº 9.615, de 2018, originário do Projeto de Lei do Senado nº 420, de 2017, de autoria do ilustre Senador Lasier Martins, que visa a alteração do artigo 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

A proposição principal propõe a inclusão do inciso XV ao art. 39 do Código de Defesa do Consumidor, incluindo no rol das práticas abusivas, vedadas ao fornecedor, a oferta de produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta. A iniciativa dispõe, ainda, que o referido cadastro telefônico incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem a inclusão, a qual deverá ser feita sem custo. Por fim, o projeto prevê que o cadastro será implantado pelos órgãos de defesa do consumidor no prazo de noventa dias.

Apensado ao projeto principal, encontra-se o Projeto nº 9.942, de 2018, originário do Projeto de Lei do Senado nº 48, de 2018, de autoria do ilustre Senador Roberto Muniz, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer regras de telemarketing ativo e qualificar como abusiva a sua não observância.

O projeto apensado propõe a inclusão do art. 33-A ao Código de Defesa do Consumidor, definindo que o fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá limitar as ligações ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados; disponibilizar canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico ou eletrônico, para a retirada ou inserção em cadastro de oferta; informar imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa na ligação ao consumidor; e disponibilizar tecla que interrompa a chamada e retire o contato do consumidor do cadastro de telemarketing pelo período de quatro meses.

A proposição ainda veda ao fornecedor a realização de telemarketing ativo por meio telefônico ou eletrônico que não permita o retorno do consumidor; o contato para o oferecimento de produtos cancelados pelo consumidor durante o período de seis meses após o encerramento do contrato; a reiteração de oferta a consumidor que já tenha manifestado a sua recusa; a utilização de pesquisa, sorteio ou serviço similar a pretexto de venda; a realização de mais de três chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia; a realização de chamadas aleatórias para números sequenciais.

Finalmente, a iniciativa considera abusivo o telemarketing ativo que não cumprir as regras estipuladas e dispõe que as entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem o serviço de telemarketing como meio de manutenção de suas atividades também deverão restringir os horários de contato com o consumidor ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados.

Também foi apensado ao projeto principal o Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, de autoria do nobre Deputado Rômulo Gouveia, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o telemarketing ativo.

A iniciativa acrescenta ao Código de Defesa do Consumidor o art. 33-A, para dispor que as campanhas de telemarketing ativo deverão garantir taxa máxima de abandono de ligações, no termo de regulamentação. O projeto prevê, ainda, com relação às ligações atendidas pelo consumidor, mas abandonadas pelos fornecedores, que o consumidor deve ser informado do nome fantasia do fornecedor e do seu telefone para contato; e que o consumidor não poderá receber outras ligações no período de setenta e duas horas, exceto se houver garantia de um atendente no momento de completar a chamada. Por último, o projeto estabelece que as ligações efetuadas nas campanhas de telemarketing ativo deverão tocar por pelo menos quinze segundos.

A matéria tramita em regime de prioridade e sujeita-se à apreciação conclusiva das Comissões de Defesa do Consumidor (CDC); e ainda à apreciação da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), nos termos do art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

Nesta Comissão de Defesa do Consumidor, foram apresentadas, no prazo regimental, duas emendas ao projeto principal e uma emenda o PL 9.942/2018, apensado. A Emenda nº 1/2018, de autoria do nobre Deputado Valtenir Pereira, propõe a não aplicação do disposto no projeto principal a entidades reconhecidas como beneficentes de assistência social, na forma disposta na Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.

A Emenda nº 2/2018, apresentada pelo nobre Deputado Tenente Lúcio, propõe que o cadastro sugerido no projeto principal tenha validade de 1 (um) ano, devendo os consumidores ratificarem a proibição de contato após tal período. A emenda dispõe também que as empresas de telefonia deverão comunicar aos órgãos públicos de defesa do consumidor sobre a mudança de titularidade dos números de telefone móveis e fixos, a fim de que seja efetuada a exclusão automática do cadastro. Por fim, a emenda prevê que o Poder Executivo regulamentará a aplicação do cadastro previsto pelo projeto principal e que a proposição, uma vez aprovada, entrará em vigor no prazo de cento e oitenta dias.

A Emenda nº 1/2018, apresentada ao apensado, PL 9.942/2018, acrescenta o Art. 33-A à Lei 8.078, de 1990, para ampliar o horário de realização de ligações aos sábados até as 16 horas.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

O projeto principal e seus apensados tratam da oferta pelos fornecedores, de produto ou serviço por meio de chamada telefônica ou mensagem de texto, com a utilização do telemarketing ativo. As propostas visam proteger o consumidor dos incontáveis e repetidos contatos feitos pelas empresas para o oferecimento dos seus produtos ou serviços.

Não raro o consumidor se sente verdadeiramente importunado durante a sua rotina de trabalho ou de lazer pela quantidade de contatos que os fornecedores fazem em um só dia. A maior parte dos consumidores sequer autorizou qualquer tipo de contato pelos números de telefone fixos ou móveis. De fato, embora muitos deles manifestem o total desinteresse pelas ofertas, os fornecedores insistem em entrar em contato telefônico, perturbando a vida particular dos cidadãos.

Com o intuito de defender o consumidor da impertinência das empresas que utilizam o telemarketing ativo, os projetos nº 9.615 (principal) e nº 9.942 (apensado), ambos de 2018, dispõem sobre a proibição de os fornecedores entrarem em contato com os consumidores que tiverem previamente manifestado o desinteresse em receber ofertas por meio telefônico.

Contudo, entendemos que o Projeto de Lei nº 9.942, de 2018 (apensado), disciplina a matéria de forma mais abrangente e completa do que o projeto principal, prevendo várias regras dirigidas aos fornecedores para a utilização do telemarketing ativo.

Nesse sentido, o referido projeto propõe a proibição do oferecimento de produtos ou serviços antes do prazo de seis meses do seu cancelamento pelo consumidor, da reiteração de oferta já recusada pelo

consumidor, da utilização de pesquisa ou serviço similar como pretexto para vendas, da realização de mais de três contatos por dia para o consumidor, bem como da realização de chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

A iniciativa ainda prevê a limitação dos horários para contato; o dever de disponibilização de canal direto e facilitado como o consumidor; regras para contato telefônico com o consumidor, tais como informação imediata do nome do operador e de contato para retorno; e a possibilidade de interrupção da chamada e de retirada do contato do consumidor do cadastro de telemarketing da empresa pelo período de quatro meses.

Assim, somos favoráveis à aprovação do Projeto de Lei nº 9.942, de 2018 (apensado), pois é essencial a atuação do Legislativo na defesa do consumidor, considerando que os abusos têm sido reiterados.

Com relação ao Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, compreendemos a intenção do autor da iniciativa, pois, de fato, a evolução tecnológica no campo do telemarketing ativo permitiu a utilização de sistemas para maximizar a capacidade de oferta. Dessa forma, o mal-uso dessas ferramentas pelo fornecedor vem gerando aborrecimento aos consumidores pelas frequentes e inoportunas ligações, que, muitas vezes, são abandonadas ou não têm a contrapartida de um atendente. No entanto, acreditamos que o assunto poderá ser melhor tratado em regulamentação pelo Poder Executivo, porquanto o tema se relaciona mais com este tipo de norma, em razão dos pormenores técnicos envolvidos e da maior facilidade de adaptação do normativo às mudanças constantes das práticas de mercado.

Além disso, entendemos que o devem constar no Código de Proteção e Defesa do Consumidor apenas as disposições indispensáveis para a proteção dos consumidores, deixando as demais prescrições a cargo da regulamentação pelos órgãos competentes.

Com relação às emendas apresentadas, somos desfavoráveis à sua aprovação por considerar que a proposta do Projeto nº 9.942, de 2018 (apensado), é a solução mais adequada à realidade, uma vez que tornará possível ao consumidor a opção de retirada do seu contato apenas do cadastro de telemarketing das empresas das quais ele não deseja receber ofertas.

Portanto, tendo em conta que as investidas dos fornecedores por meio telefônico se tornaram uma prática extremamente incômoda, apoiamos a inclusão no Código de Defesa do Consumidor de regras a respeito do telemarketing ativo, com o intuito de resguardar os consumidores dos eventuais abusos cometidos pelos fornecedores.

Por isso, com a certeza de contribuir para a melhoria do arcabouço legislativo de proteção do consumidor, **nosso parecer é pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 9.942, de 2018 (apensado), pela rejeição da Emenda 01/2018 CDC a este apresentada, e pela REJEIÇÃO dos Projetos de Lei nº 9.615, de 2018 (principal) e nº 10.064, de 2018 (apensado), e das Emendas nº 1/2018 e 2/2018 CDC apresentadas ao PL 9.615/2018.**

Sala da Comissão, em de de 2018.

Deputado **DELEY**
Relator

2018-6613

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião extraordinária realizada hoje, rejeitou o PL 9.615/2018, o PL 10.064/2018, apensado, as Emendas nºs 1 e 2/2018 apresentadas ao principal, a Emenda 1/2018 apresentada ao PL 9.942/2018, e aprovou o PL 9.942/2018, apensado, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Deley.

Estiveram presentes os Senhores Deputados: Jose Stédile - Presidente, Vinicius Carvalho e José Carlos Araújo - Vice-Presidentes, Aureo, Cabo Sabino, Carlos Sampaio, César Halum, Chico Lopes, Givaldo Carimbão, Irmão Lazaro, Maria Helena, Rodrigo Martins, Weliton Prado, Adelmo Carneiro Leão, Betinho Gomes, Deley, Flaviano Melo, João Carlos Bacelar, Júlio Delgado, Márcio Marinho, Marcos Reategui, Valtenir Pereira, Walter Ihoshi e Wolney Queiroz.

Sala da Comissão, em 20 de junho de 2018.

Deputado **JOSE STÉDILE**

Presidente

PROJETO DE LEI N.º 23, DE 2019

(Dos Srs. Weliton Prado e Aliel Machado)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o bloqueio de chamadas de telemarketing.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9615/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o cadastramento de códigos de acesso de serviço de telecomunicações para bloqueio de recebimento de chamadas de telemarketing.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, passa a vigorar acrescida dos artigos 45-A, 45-B e 45-C, com as seguintes redações:

“Seção VII

Do Telemarketing

Art. 45-A. Os consumidores poderão solicitar, junto ao órgão de defesa do consumidor estadual ou municipal, o

cadastramento de código de acesso de serviço de telecomunicações de sua titularidade em lista de códigos bloqueados para recebimento de chamadas de telemarketing.

§1º O cadastramento se dará mediante o fornecimento de dados suficientes para comprovação da titularidade do código de acesso, nos termos da regulamentação.

§2º O consumidor poderá solicitar o descadastramento de código de acesso da lista de códigos bloqueados a qualquer tempo, e pelos mesmos meios disponíveis para a realização do cadastramento.

Art. 45-B Qualquer pessoa jurídica poderá verificar, junto ao órgão responsável pela administração do cadastro de códigos bloqueados para recebimento de chamadas de telemarketing, a inscrição de determinado código de acesso no cadastro previsto no art. 45-A.

Art. 45-C Os fornecedores de produtos e serviços não poderão contatar o consumidor utilizando código de acesso cadastrado há mais de 15 (quinze) dias na lista de que trata o art. 45-A, diretamente ou por meio de terceiros, com o objetivo de realizar qualquer tipo de publicidade ou oferta.”

Art. 3º Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação

JUSTIFICAÇÃO

Os vendedores e comerciantes, em seu esforço por disputar a atenção dos potenciais consumidores, têm lançado mão de estratégias progressivamente mais agressivas de marketing. Panfletos, cartazes, painéis e outdoors ocupam cada vez mais as paredes e os espaços das cidades brasileiras, bombardeando incessantemente o cidadão com ofertas as mais diversas. Da mesma forma, os jornais impressos estão cada vez mais preenchidos por publicidade e menos por informação, e os programas de televisão se encolhem diante o inchaço dos intervalos comerciais.

Ainda que o panorama apresentado seja por vezes incômodo e digno de preocupação, é notável que todas as plataformas de propaganda elencadas possuem uma característica em comum: garantem a preservação da intimidade e da tranquilidade do consumidor. Assim, ainda que se possa não gostar da realidade apresentada, a princípio o cidadão possui meios de se proteger de todo o assédio publicitário levado a cabo por esses meios.

Bastante diversa é a situação do assinante de serviços de telefonia fixa ou móvel. Qualquer brasileiro que possui um telefone já teve a experiência de ser importunado, muitas vezes no âmbito de seu próprio lar, pela incansável patrulha das operações de telemarketing. Há ainda como agravante nessas práticas a recorrência, muitas vezes diária, nos contatos telefônicos, tipicamente trazendo as mesmas ofertas e os mesmos

produtos de forma incessante. A legislação pátria não oferece qualquer proteção contra esse abuso ao cidadão, que permanece à mercê da importunação insistente dos call centers.

É com o objetivo de aplacar esse tipo de assédio que trazemos o presente projeto de lei. A proposta promove a inclusão de uma nova seção na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, para tratar especificamente das práticas de telemarketing, contendo três artigos. Os dispositivos inseridos garantem ao consumidor o direito de cadastrar seu número telefônico em uma lista de códigos bloqueados para recebimento de chamadas de telemarketing, ao mesmo tempo que proíbe os fornecedores de produtos e serviços, diretamente ou por meio de terceiros, de realizarem chamadas de telemarketing para os números cadastrados nessa lista. Optamos por determinar a proibição da realização de chamadas de telemarketing apenas quinze dias após o cadastramento do número na lista. Esse interstício foi escolhido de forma a garantir às empresas que praticam o telemarketing um período para atualizarem suas listas de discagem sem estarem, ainda, incorrendo em infração ao Código.

Ante o exposto, pedimos apoio dos Nobres Parlamentares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, 04 de fevereiro de 2019.

WELITON PRADO
DEPUTADO FEDERAL – PROS/MG

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I **DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

CAPÍTULO V **DAS PRÁTICAS COMERCIAIS**

Seção VI **Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores**

Art. 45. (VETADO).

CAPÍTULO VI
DA PROTEÇÃO CONTRATUAL

Seção I
Disposições Gerais

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.369, DE 2019
(Do Sr. Jorge Braz)

Dispõe sobre a criação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, estabelece normas acerca da comercialização e da veiculação de propagandas de bens e serviços por meio dos serviços de telefonia, e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9615/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a criação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, estabelece normas acerca da comercialização e da veiculação de propagandas de bens e serviços por meio dos serviços de telefonia, e dá outras providências.

Art. 2º Para fins desta Lei, aplicam-se as seguintes definições:

I – Telemarketing: utilização do Serviço Telefônico Fixo Comutado, do Serviço Móvel Pessoal, de aplicações de internet ou de outros serviços de telecomunicações, para a propagação, por meio de voz, texto ou mensagens multimídia, de atividades de cunho publicitário relativas à oferta de bens e serviços.

II – Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing: base de dados única em todo o território nacional que contém os dados necessários à viabilização do bloqueio do envio de chamadas telefônicas, de mensagens de texto, de mensagens multimídia ou de outras formas de comunicações telemáticas destinadas aos assinantes que, de maneira voluntária, manifestarem recusa de recebimento de contatos com fins de telemarketing.

III – Código de Acesso de Usuário: Código de Acesso com formato padronizado, de acordo com as normas emanadas pelo órgão regulador, que identifique o serviço ao qual o código está vinculado bem como, de forma unívoca, um usuário ou terminal de uso e o serviço ao qual está vinculado.

IV - Entidade Administradora: pessoa jurídica independente e de neutralidade comprovada.

Art. 3º As prestadoras do Serviço Telefônico Fixo Comutado, do Serviço Móvel Pessoal e de outros serviços de telecomunicações que venham a ser criados deverão instituir e manter, às suas expensas, Entidade Administradora específica e única, que terá por objetivo a execução dos procedimentos relativos à criação, manutenção e operação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, bem como a manutenção da confidencialidade das informações do Cadastro.

§ 1º As prestadoras descritas no *caput* são responsáveis pelos ônus decorrentes da contratação da Entidade Administradora específica para a execução dos procedimentos relativos à criação, manutenção e operação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing.

§ 2º A Entidade Administradora prevista no *caput* deverá ser pessoa jurídica dotada de independência administrativa, autonomia financeira e patrimonial, e neutralidade decisória; ser constituída segundo as leis brasileiras, com sede e administração no país; ter prazo de duração indeterminado; e ter a responsabilidade pelo dimensionamento, contratação, especificação, planejamento e administração dos equipamentos e sistemas para a implementação, funcionamento e acessibilidade do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing.

Art. 4º As prestadoras do Serviço Telefônico Fixo Comutado, do Serviço Móvel Celular, do Serviço Móvel Pessoal e de outros serviços de telecomunicações são responsáveis pela inclusão dos Códigos de Acesso de Usuário no Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing dos usuários que, de maneira voluntária, optarem por tal inclusão.

Parágrafo único: As prestadoras de que trata o *caput* deste artigo deverão dar ampla publicidade, nos meios de comunicação e em seus portais na internet, sobre o Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, que poderá ser acessado livremente pelos usuários, de maneira gratuita, no mínimo por meio dos seguintes canais:

- I – serviço de atendimento telefônico;
- II – serviço disponível via internet, acessível por meio de link disponibilizado de maneira ostensiva na página principal da operadora na internet;
- III – nos pontos de atendimento presencial disponibilizados pela operadora.

Art. 5º Os usuários do Serviço Telefônico Fixo Comutado, do Serviço

Móvel Pessoal e de outros serviços de telecomunicações que não desejarem receber ligações ou mensagens telefônicas realizadas com a finalidade de telemarketing deverão solicitar a inclusão dos seus códigos de acesso de usuário no Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing.

§ 1º A solicitação de que trata o *caput* deste artigo deverá ser apresentada pelos usuários junto às operadoras das quais são clientes, por meio de um dos canais previstos no parágrafo único do art. 4º.

§ 2º As operadoras e a Entidade Administradora terão o prazo de 48 horas para efetivar a inclusão do código de acesso de usuário no Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing.

Art. 6º Os responsáveis pela realização de ligações ou envio de mensagens com finalidade de telemarketing só poderão efetuar chamadas ou enviar mensagens para os terminais cujos códigos de acesso de usuário não constem no Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing.

§ 1º Toda e qualquer ação de telemarketing deverá incluir, no início da ligação telefônica, da mensagem de texto ou da mensagem multimídia, informação que alerte expressamente o receptor que aquela comunicação se trata de uma ação de telemarketing.

§ 2º O texto e demais características técnicas da informação prevista no § 1º serão estabelecidas em regulamento.

Art. 7º O usuário que receber ligações, mensagens de texto ou mensagens multimídia que contenham ações de telemarketing após a confirmação da inclusão dos seus códigos de acesso de usuário no Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing poderá registrar ocorrência do fato junto aos órgãos de defesa do consumidor estaduais ou municipais, informando o dia, horário, número da linha que recebeu a ação de telemarketing, nome da empresa anunciante e, sempre que possível, o código de acesso de usuário originador do contato.

Art. 8º O descumprimento dos termos previstos nesta Lei sujeitará os infratores, incluindo os responsáveis pela ação de telemarketing, a empresa responsável pela comunicação e o anunciante do bem ou serviço ofertado, às sanções previstas na Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

Art. 9º O disposto nesta Lei não se aplica:

I – às organizações de assistência social, educacional, religiosa e hospitalar sem fins lucrativos, portadoras do título de utilidade pública e que atuem em nome próprio, como entidade geradora de ligação telefônica; e

II – aos órgãos governamentais federais, estaduais e municipais.

III - Partidos políticos e seus candidatos em período eleitoral.

Art. 10º Esta lei entra em vigor 180 (cento e oitenta) dias após a data

da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Um estudo realizado em 2018 em toda a América Latina por uma empresa que desenvolve soluções para o bloqueio de ligações indesejadas mostrou que o Brasil é um dos países mais afetados pela disseminação do telemarketing. Segundo o estudo, o brasileiro recebe, em média, 37,5 chamadas indesejadas por mês – ou seja, mais de uma por dia. Trata-se um número superior ao dobro da média observada nos demais países latino-americanos que integram o estudo. Grande parte dessas ligações (33%) é originada pelas próprias operadoras de telefonia, que utilizam seus acessos privilegiados às bases de dados de clientes para oferecer uma infinidade de produtos e serviços aos seus usuários, muitas vezes de maneira insistente e desrespeitosa. Em seguida vêm as empresas de cobrança, com 22% do tráfego total de ligações indesejadas originadas.

Apesar dos números impressionantes relativos à geração de telefonemas indesejados, a difusão de mensagens de SMS com conteúdo publicitário não requerido pelos usuários é ainda mais intensa. Segundo o mesmo estudo, aproximadamente 45% dos torpedos de celular enviados no Brasil em 2018 são spams, disseminados em sua maioria por empresas especializadas, que muitas vezes utilizam bases de dados adquiridas de terceiros de maneira lícita ou ilícita. Com o desenvolvimento tecnológico recente, que possibilita a utilização cada vez mais intensa de robôs não apenas para o envio de mensagens SMS, mas também para a efetivação de ligações telefônicas, espera-se um forte aumento no já alto número de contatos indesejados realizados por meio de ferramentas de telemarketing.

Exatamente por isso, é necessária uma intervenção decisiva do Poder Público, com vistas a mitigar esse problema que vem gerando desconforto a uma parte considerável da população brasileira. Mais que isso: a utilização exagerada de ferramentas de telemarketing está a congestionar os canais de comunicação brasileiros, contribuindo assim para uma sensível deterioração da disponibilidade e da qualidade das telecomunicações. No caso das mensagens de SMS, por exemplo, não há exagero em se afirmar que algo próximo da metade da infraestrutura disponibilizada pelas operadoras para essa tecnologia está sendo ocupada com o envio de mensagens indesejadas. Desse modo, esse serviço essencial, muito utilizado no exterior para o envio, por exemplo, de mensagens de emergência originadas por órgãos relacionados à defesa civil, termina por ser desvirtuado pela ação massiva de empresas de telemarketing.

Felizmente, já existem no território nacional algumas ações efetivas para o combate ao uso indiscriminado das ferramentas de telemarketing. Citemos, por exemplo, o Cadastro para Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing, disponibilizado pela Fundação Procon de São Paulo. Esse cadastro permite que consumidores titulares de linhas telefônicas no Estado de São Paulo inscrevam seus respectivos números na base de dados administrada pelo Procon/SP, evitando assim

o recebimento de chamadas de empresas de telemarketing.

Tal medida exitosa poderia ser replicada em todo o Brasil, de modo a coibir de maneira abrangente a disseminação de ligações indesejadas que são efetuadas todos os dias. Mas, para tanto, é necessária a criação de uma política robusta, que possa gerar um banco de dados único e de aplicação nacional para estações impedidas de receberem ligações provenientes de empresas de telemarketing. É com fins à implantação desta política pública que apresentamos o presente projeto de lei, que dispõe sobre a criação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, estabelece normas acerca da comercialização e da veiculação de propagandas de bens e serviços por meio dos serviços de telefonia, e dá outras providências. A principal ação do projeto é a criação de uma base de dados única em todo o território nacional que contém os dados necessários à viabilização do bloqueio do envio de chamadas telefônicas, de mensagens de texto, de mensagens em aplicações de internet ou de outras formas de comunicações telemáticas destinadas aos assinantes que, de maneira voluntária, manifestarem recusa de recebimento de contatos com fins de telemarketing. Tendo em vista o grave cenário fiscal brasileiro, estabelecemos que a obrigação pela constituição da entidade que administrará tal base de dados ficará a cargo das próprias operadoras de telefonia, evitando assim que haja qualquer dispêndio de recursos públicos na implantação dessa política pública.

A proposta estabelece ainda que as suas regras não são aplicáveis aos órgãos governamentais nem às organizações de assistência social, educacional, religiosa e hospitalar sem fins lucrativos, portadoras do título de utilidade pública. Tal isenção tem por objetivo proteger a atuação desses entes, cujas ações realizadas por meio dos serviços de telecomunicações são de eminente utilidade pública, não devendo, portanto, sofrer as limitações que pretendemos aplicar às ações de telemarketing de cunho comercial.

Desse modo, com a certeza da conveniência e oportunidade do presente projeto de lei, conclamo o apoio dos nobres Parlamentares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em 16 de abril de 2019.

Deputado JORGE BRAZ

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

.....
.....

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

(Apensados: PL nº 9.942, de 2018, PL nº 10.064, de 2018 e PL nº 23, de 2019)

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

Autor: SENADO FEDERAL – LASIER MARTINS

Relator: Deputado VALTENIR PEREIRA

I – RELATÓRIO

Trata-se do Projeto de Lei nº 9.615, de 2018, originário do Projeto de Lei do Senado nº 420, de 2017, de autoria do ilustre Senador Lasier Martins, que visa à alteração do artigo 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta. A proposição principal propõe a inclusão do inciso XV ao art. 39 do Código de Defesa do Consumidor, incluindo no rol das práticas abusivas, vedadas ao fornecedor, a oferta de produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

A iniciativa dispõe, ainda, que o referido cadastro telefônico incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem a inclusão, a qual deverá ser feita sem custo. Por fim, o projeto prevê que o cadastro será implantado pelos órgãos de defesa do consumidor no prazo de noventa dias.

Apensado ao projeto principal, encontra-se o Projeto nº 9.942, de 2018,

originário do Projeto de Lei do Senado nº 48, de 2018, de autoria do ilustre Senador Roberto Muniz, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer regras de telemarketing ativo e qualificar como abusiva a sua não observância.

O projeto apensado propõe a inclusão do art. 33-A ao Código de Defesa do Consumidor, definindo que o fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá limitar as ligações ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados; disponibilizar canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico ou eletrônico, para a retirada ou inserção em cadastro de oferta; informar imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa na ligação ao consumidor; e disponibilizar tecla que interrompa a chamada e retire o contato do consumidor do cadastro de telemarketing pelo período de quatro meses.

A proposição ainda veda ao fornecedor a realização de telemarketing ativo por meio telefônico ou eletrônico que não permita o retorno do consumidor; o contato para o oferecimento de produtos cancelados pelo consumidor durante o período de seis meses após o encerramento do contrato; a reiteração de oferta a consumidor que já tenha manifestado a sua recusa; a utilização de pesquisa, sorteio ou serviço similar a pretexto de venda; a realização de mais de três chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia; a realização de chamadas aleatórias para números sequenciais.

Finalmente, a iniciativa considera abusivo o telemarketing ativo que não cumprir as regras estipuladas e dispõe que as entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem o serviço de telemarketing como meio de manutenção de suas atividades também deverão restringir os horários de contato com o consumidor ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados.

Também foi apensado ao projeto principal o Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, de autoria do nobre Deputado Rômulo Gouveia, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o telemarketing ativo. A iniciativa acrescenta ao Código de Defesa do Consumidor o art. 33-A, para dispor que as campanhas de telemarketing ativo deverão garantir taxa máxima de abandono de

ligações, no termo de regulamentação. O projeto prevê, ainda, com relação às ligações atendidas pelo consumidor, mas abandonadas pelos fornecedores, que o consumidor deve ser informado do nome fantasia do fornecedor e do seu telefone para contato; e que o consumidor não poderá receber outras ligações no período de setenta e duas horas, exceto se houver garantia de um atendente no momento de completar a chamada. Por último, o projeto estabelece que as ligações efetuadas nas campanhas de telemarketing ativo deverão tocar por pelo menos quinze segundos.

No dia 08/02/2019 foi apensado ao projeto principal o Projeto de Lei nº 23, de 2019, de autoria do deputado Weliton Prado, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o bloqueio de chamadas de telemarketing. De modo semelhante aos projetos em exame, também busca estabelecer regimento para o recebimento de chamadas de telemarketing por meio de um cadastramento de códigos de acesso de serviço de telecomunicações. Ao mesmo tempo, proíbe os fornecedores de produtos e serviços, diretamente ou por meio de terceiros, de realizarem chamadas para os números cadastrados na lista. O projeto determina ainda que a proibição da realização de chamadas de telemarketing apenas quinze dias após o cadastramento na referida lista, além de permitir o descadastramento, a qualquer tempo, por parte do consumidor.

A matéria tramita em regime de prioridade e sujeitava-se inicialmente à apreciação conclusiva das Comissões de Defesa do Consumidor (CDC); e da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), nos termos do art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados. Em 6/11/2018, a Mesa Diretora deferiu o Requerimento nº 9.214/2018, para incluir também o exame pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI), observada a ordem inicial de distribuição do despacho.

Na CDC, foram apresentadas, no prazo regimental, duas emendas ao projeto principal e uma emenda ao PL 9.942/2018, apensado. O Parecer da CDC, de relatoria do Deputado Deley, foi pela aprovação do PL 9.942/2018 (apensado) e pela rejeição do PL 9.615/2018 (principal), das Emendas 1/2018 CDC e 2/2018 CDC a ele apresentadas, do PL 10.064/2018 (apensado) e da Emenda 1/2018 CDC, apresentada ao PL 9.942/2018.

No âmbito da CCTCI, o parecer foi pela aprovação do Projeto de Lei nº

9.615, de 2018 (principal), da Emenda nº 1/2018 CCTCI, na forma da subemenda 1 CCTCI, e das emendas 1 CCTCI e 2 CCTCI; e pela rejeição do Projeto de Lei nº 9.942, de 2018 (apensado), e do Projeto de Lei nº 10.064, de 2018 (apensado). A Emenda nº 1/2018 CCTCI, na forma da subemenda 1 CCTCI, propõe a não aplicação do disposto no PL 9.615/2018 (principal) a entidades reconhecidas como beneficentes de assistência social, na forma da Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades, a qual foi acolhida por aquela Comissão. As Emendas 1 CCTCI e 2 CCTCI, aproveitaram as principais regras sobre o telemarketing ativo previstas no PL 9.942, de 2018 (apensado). No tocante ao Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, entendeu a CCTCI que o tema seria melhor tratado em regulamentação do Executivo.

No dia 13/12/2018, a matéria foi distribuída à Comissão de Constituição e Justiça, onde não houve prazo para deliberação devido ao fim da 55ª Legislatura. O PL nº 9.942/2018, apensado, recebeu a emenda 01/2018, de autoria do nobre deputado Geovani Cherini, com o objetivo de evitar que as restrições propostas pelo PL atingisse as empresas de telemarketing.

Em virtude da aprovação de pareceres divergentes nas Comissões que apreciaram o mérito das propostas, transferiu-se para o Plenário a competência para analisá-las, por força do disposto no art. 24, II, g, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

Foram apensadas as seguintes proposições: o Projeto de Lei nº 23/2019, de autoria dos Deputados Weliton Prado e Aliel Machado que “Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o bloqueio de chamadas de telemarketing”; e o Projeto de Lei nº 2.369/2019, de autoria do Deputado Jorge Braz, que “Dispõe sobre a criação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, estabelece normas acerca da comercialização e da veiculação de propagandas de bens e serviços por meio dos serviços de telefonia, e dá outras providências”.

II – VOTO DO RELATOR

Os projetos são constitucionais, pois a União tem competência concorrentemente com os Estados e o Distrito Federal para legislar sobre Direito do Consumidor, na forma do art. 24, V e VIII, da Constituição Federal. Ademais, não se trata de matéria de iniciativa reservada, nos termos do art. 61, § 1º, da Carta Magna.

No que toca à juridicidade, estão atendidos os requisitos de novidade, generalidade, abstração e coercibilidade da norma. Além disso, a matéria respeita os princípios gerais do direito que informam o sistema jurídico pátrio.

As regras regimentais desta Casa quanto ao processo legislativo estão atendidas, bem como os preceitos de técnica legislativa e redação, nos termos da Lei Complementar nº 95, de 1998.

De fato, urge que o Congresso Nacional legisle no sentido de estabelecer mecanismos que protejam o consumidor do marketing invasivo. Nesse sentido, é louvável a iniciativa das propostas ora em exame, pois visam proteger o consumidor dos incontáveis e repetitivos contatos feitos pelas empresas para o oferecimento dos seus produtos ou serviços.

As emendas nº 01/2018 e 02/2018, apresentadas ao projeto principal na CDC e a emenda 01/2018, apresentada ao apensado 9.942/2018, também na CDC, não foram acatadas pela Comissão. São, contudo, constitucionais e jurídicas e apresentam boa técnica legislativa.

Também são constitucionais, jurídicas e de boa técnica legislativa a emendas 01/2018 CCTCI, aprovada com submenda; e as duas emendas de relator aprovadas também na CCTCI.

Sorte igual não cabe à Emenda 01/2018, apresentada a esta CCJC pelo nobre deputado Giovani Cherini, que ao invadir o mérito da matéria incide em antirregimentalidade, sendo a emenda, portanto, injurídica.

Por fim, a título de sugestão para debate em plenário, uma vez que esta Comissão não poderá deliberar sobre o mérito deste projeto, ousou colacionar texto de consenso construído com entidades que atuam no setor de Telemarketing, inclusive com a participação de entidades de assistência social que utilizam central telefônica para manutenção de suas atividades, ressaltando que a votação deste parecer não corresponde à concordância ou mesmo à aprovação da sugestão que segue:

SUGESTÃO
DE SUBSTITUTIVO DO RELATOR AO PROJETO DE LEI Nº 9.615,
DE 2018

“O CONGRESSO NACIONAL decreta:

***Art. 1º** A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) passa a vigorar com as seguintes alterações:*

“Art. 33-A. Considera-se telemarketing ativo a oferta de produtos e serviços realizados pelos fornecedores por meio de canais telefônicos.

I – O fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá observar as seguintes regras:

- a) limitar a realização de ligações aos seguintes horários:*
 - 1. entre 9h (nove horas) e 21h (vinte e uma horas), de segunda-feira a sexta-feira;*
 - 2. entre 10h (dez horas) e 16h (dezesseis horas), aos sábados;*
- b) nos contatos telefônicos com o consumidor deverá ser informado imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa que este representa;*
- c) em seguida, deverá ser aferida a vontade do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento e, em caso afirmativo, informar o número telefônico ou o meio eletrônico de contato para retorno, nos termos do regulamento;*

II – é vedado ao fornecedor:

- a) realizar contato com consumidor para oferecer produtos ou serviços por este cancelados, pelo prazo de 6 (seis) meses após o encerramento do contrato;*
- b) reiterar, pelo prazo de 60 (sessenta) dias, a mesma oferta de produto ou serviço, seja por meio de contato telefônico ou por meio eletrônico, a consumidor que já a tenha recusado;*
- c) utilizar pesquisa, sorteio ou serviço similar como pretexto quando o verdadeiro objetivo for a venda;*

d) realizar mais de 3 (três) chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia, nos termos do regulamento;

e) realizar chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

§ 1º Considera-se abusivo o telemarketing ativo que não observar as regras estipuladas neste artigo.

§ 2º A limitação de horário de que dispõe a alínea “a” do inciso I deste artigo, não se confunde com jornada de trabalho regulamentada em legislação diversa.”

.....
“Art. 39.

.....
XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

.....
§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º O consumidor poderá solicitar o descadastramento do seu número de telefone móvel ou fixo a qualquer tempo, e pelos mesmos meios disponíveis para a realização do cadastramento.

§ 4º Os fornecedores de produtos e serviços não poderão contatar o consumidor cujo número esteja inscrito no cadastro telefônico de que trata o inciso XV do caput, há mais de 30 (trinta) dias, diretamente ou por meio de terceiros, com o objetivo de realizar qualquer tipo de publicidade ou oferta.

§ 5º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.” (NR)

Art. 2º O disposto nesta Lei não se aplica às entidades portadoras de

Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que estejam inscritas no conselho de assistência social do Distrito Federal ou no conselho municipal de assistência social na cidade onde está instalada sua sede, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.”

Ante o exposto, votamos pela constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e boa técnica legislativa do Projeto de Lei nº 9.615, de 2018 (principal), do Projeto de Lei nº 9.942, de 2018 (apensado), do Projeto de Lei nº 10.064, de 2018 (apensado), do Projeto de Lei nº 23, de 2019 (apensado) e do Projeto de Lei nº 2.369/2019.

Igualmente, votamos pela constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e boa técnica legislativa das Emendas 01/2018 e 02/2018, apresentadas na CDC ao PL 9615/2018, da Emenda 01/2018 apresentada na CDC ao PL 9.942/2018; da Emenda 1/2018 apresentada na CCTCI e da subemenda à Emenda 01/2018 CCTCI (adotada como Emenda pela Comissão), das Emendas 1/2018 e 2/2018, apresentadas pelo relator na CCTCI e também adotadas pela Comissão. Votamos, finalmente, pela constitucionalidade, injuridicidade e antirregimentalidade da emenda 01/2018, apresentada na CCJC.

Sala das Sessões, em de de 2019.

Deputado **Valtenir Pereira**

Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, em reunião ordinária realizada hoje, opinou pela constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e técnica legislativa do Projeto de Lei nº 9.615/2018 e dos Projetos de Lei nºs 9.942/2018, 10.064/2018, 23/2019 e 2.369/2019, apensados; das Emenda nºs 1/2018 e 2/2018 apresentadas na Comissão de Defesa do Consumidor ao PL 9.615/2018; da Emenda nº 1/2018 apresentada na Comissão de Defesa do Consumidor ao PL 9942/2018, apensado; da Emenda nº 1/2018 apresentada na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; das emendas aprovadas pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; e pela constitucionalidade, injuridicidade e antirregimentalidade da Emenda nº 1/2018 ao PL 9942/2018, apensado, apresentada nesta Comissão, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Valtenir Pereira.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Felipe Francischini - Presidente, Bia Kicis - Vice-Presidente, Afonso Motta, Aguinaldo Ribeiro, Alencar Santana Braga, Beto Rosado, Bilac Pinto, Caroline de Toni, Celso Maldaner, Daniel Freitas, Danilo Cabral, Darci de Matos, Delegado Marcelo Freitas, Delegado Waldir, Diego Garcia, Edilázio Júnior, Eduardo Cury, Enrico Misasi, Fábio Trad, Geninho Zuliani, Gilson Marques, Herculano Passos, Hiran Gonçalves, João H. Campos, João Roma, Joenia Wapichana, José Guimarães, Josimar Maranhãozinho, Júlio Delgado, Lafayette de Andrada, Léo Moraes, Luiz Flávio Gomes, Luizão Goulart, Marcelo Ramos, Margarete Coelho, Nelson Pellegrino, Nicoletti, Patrus Ananias, Paulo Azi, Paulo Eduardo Martins, Paulo Teixeira, Renildo Calheiros, Rubens Bueno, Samuel Moreira, Sergio Toledo, Subtenente Gonzaga, Talíria Petrone, Aliel Machado, Capitão Wagner, Chiquinho Brazão, Chris Tonietto, Dr. Frederico, Edio Lopes, Evandro Roman, Francisco Jr., Giovani Cherini, Gurgel, Hugo Motta, Lucas Redecker, Maurício Dziedricki, Pedro Westphalen, Pompeo de Mattos, Pr. Marco Feliciano, Rogério Peninha Mendonça, Sergio Vidigal e Valtenir Pereira.

Sala da Comissão, em 7 de maio de 2019.

Deputada BIA KICIS
Presidente em exercício

PROJETO DE LEI N.º 2.720, DE 2019 **(Do Sr. Rogério Peninha Mendonça)**

Proíbe ligações automatizadas por centrais de telemarketing e assemelhadas, nos termos em que dispõe.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9942/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei proíbe ligações automatizadas por centrais de telemarketing e assemelhadas, nos termos em que dispõe.

Art. 2º As ligações telefônicas realizadas por centrais de telemarketing não poderão ser iniciadas por procedimentos automáticos sem que haja um operador, pessoa natural, a postos para contato com a pessoa chamada para cada chamada telefônica em curso ou sendo chamada.

Art. 3º Os menus de centrais de tele atendimento ao consumidor de serviços de televendas em geral ou das prestadoras de serviços regulados deverão possuir, no primeiro menu eletrônico, a opção de contato com o atendente, pessoa natural.

§ 1º A opção de contatar o atendente deverá constar de todas as subdivisões existentes do menu eletrônico.

§ 2º O acesso inicial ao atendente não será condicionado ao prévio fornecimento de dados pelo consumidor.

Art. 4º Fica o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça autorizado a indicar a fiscalização do cumprimento desta Lei pelas centrais aqui tratadas.

Art. 5º O descumprimento do disposto nesta Lei ensejará aos infratores a aplicação de multa de até R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), revertidas para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos.

Parágrafo único. A aplicação da multa não substitui a aplicação de sanções administrativas, cíveis ou penais definidas em legislação específica.

Art. 6º Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

As chamadas por robôs são uma pandemia na telefonia atual. Cidadãos são importunados diuturnamente por ligações de centrais telefônicas que, quando atendidas, não apresentam resposta ou voz alguma, ou inicia-se uma gravação. Essa prática, realizada para aumentar a eficiência das centrais, se vale do disparo de diversas ligações automatizadas e simultâneas sabendo-se de antemão que muitas não serão atendidas. Assim, há sempre uma desproporção entre o número de ligações sendo discadas e posições de atendentes de telemarketing disponíveis.

O procedimento possui o nome de *robocalls* e é motivo de grande preocupação pelo mundo. Nos Estados Unidos, por exemplo, desde 2009, o órgão responsável pela regulação do comércio, a *Federal Trade Commission*, estabeleceu norma em que operadoras de telemarketing somente podem realizar chamadas para

aqueles assinantes que as tenham autorizado expressamente.⁵

Consideramos que os cidadãos brasileiros já se encontram cansados de serem vítimas nesse processo de vendas agressivo, invasivo e extremamente impopular, carecendo de medidas efetivas de proteção. Por esses motivos apresentamos o presente projeto de lei que visa proibir o disparo de ligações sem a presença de atendentes que sejam pessoas naturais.

Além dessa medida central, optamos por trazer à Lei o disposto no Decreto do SAC (Decreto nº 6.523/08) que determina a obrigatoriedade da opção de contatar atendente no primeiro menu eletrônico.

Como forma de permitir a fiscalização pelo Poder Público dos ditames desta Lei, autorizamos o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça à realização de procedimentos fiscalizatórios nas empresas. Como última medida, dispomos pela aplicação de multa de até dois milhões de reais em caso de descumprimento.

Certos de que a aprovação deste projeto se constituirá em importante alívio para os cidadãos do nosso país, contamos com o apoio dos nobres pares.

Sala das Sessões, em 8 de maio de 2019.

Deputado ROGÉRIO PENINHA MENDONÇA

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 7.347, DE 24 DE JULHO DE 1985

Disciplina a ação civil pública de responsabilidade por danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico (VETADO) e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados: *(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.529, de 30/11/2011, publicada no DOU de 1/12/2011, em vigor 180 dias após a publicação)*

⁵ The Do Not Call Registry, disponível em <https://www.ftc.gov/news-events/media-resources/do-not-call-registry/robocalls>, acessado em 03/05/2019.

I - ao meio-ambiente;

II - ao consumidor;

III - a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

IV - a qualquer outro interesse difuso ou coletivo. (Inciso acrescido pela Lei nº 8.078, de 11/9/1990)

V - por infração da ordem econômica; (Inciso acrescido pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994, e com nova redação dada pela Lei nº 12.529, de 30/11/2011, publicada no DOU de 1/12/2011, em vigor 180 dias após a publicação)

VI - à ordem urbanística. (Inciso acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de 24/8/2001)

VII - à honra e à dignidade de grupos raciais, étnicos ou religiosos. (Inciso acrescido pela Lei nº 12.966, de 24/4/2014, retificado no DOU de 5/5/2014)

VIII - ao patrimônio público e social. (Inciso acrescido pela Lei nº 13.004, de 24/6/2014, publicada no DOU de 25/6/2014, em vigor após decorridos 60 dias de sua publicação oficial)

Parágrafo único. Não será cabível ação civil pública para veicular pretensões que envolvam tributos, contribuições previdenciárias, o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS ou outros fundos de natureza institucional cujos beneficiários podem ser individualmente determinados. (Parágrafo único acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de 24/8/2001)

Art. 2º As ações previstas nesta Lei serão propostas no foro do local onde ocorrer o dano, cujo juízo terá competência funcional para processar e julgar a causa.

Parágrafo único. A propositura da ação prevenirá a jurisdição do juízo para todas as ações posteriormente intentadas que possuam a mesma causa de pedir ou o mesmo objeto. (Parágrafo único acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de 24/8/2001)

.....

DECRETO Nº 6.523, DE 31 DE JULHO DE 2008

Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para fixar normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990,

DECRETA:

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e fixa normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC por telefone, no âmbito dos fornecedores de serviços regulados pelo Poder Público Federal, com vistas à observância dos direitos básicos do consumidor de obter informação adequada e clara sobre os serviços que contratar e de manter-se protegido contra práticas abusivas ou ilegais impostas no fornecimento desses serviços.

CAPÍTULO I DO ÂMBITO DA APLICAÇÃO

Art. 2º Para os fins deste Decreto, compreende-se por SAC o serviço de atendimento telefônico das prestadoras de serviços regulados que tenham como finalidade resolver as demandas dos consumidores sobre informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento de contratos e de serviços.

Parágrafo único. Excluem-se do âmbito de aplicação deste Decreto a oferta e a contratação de produtos e serviços realizadas por telefone.

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.209, DE 2019

(Da Sra. Edna Henrique)

Acrescenta artigo à Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, para limitar o horário de realização de ligações de telemarketing por prestadoras de serviços de telecomunicações.

DESPACHO:
 APENSE-SE À(AO) PL-9942/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta artigo à Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, que “Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995”, para limitar o horário de realização de ligações de telemarketing por prestadoras de serviços de telecomunicações.

Art. 2º Acrescente-se à Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, o seguinte artigo 78-A:

“Art. 78-A. As prestadoras de serviços de telecomunicações somente poderão realizar ligações ou enviar mensagens para seus clientes, diretamente ou por meio de terceiros, para anúncio de produtos ou serviços, bem como para cobrança ou realização de campanhas publicitárias, nos dias úteis em horários compreendidos entre as 9 (nove) e 18 (dezoito) horas.”

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os serviços de telecomunicações experimentaram, após a aprovação da Lei Geral de Telecomunicações – LGT, a Lei nº 9.472, de 1997, expressivo crescimento e a formação de um disputado espaço concorrencial entre as empresas que os exploram. Notadamente no segmento da telefonia móvel celular, mas não exclusivamente, observa-se muitas vezes um contínuo processo de disputa pelos clientes, com a oferta de novos pacotes que têm por objetivo a atração de uma carteira com um número crescente de adesões.

Certamente, o ambiente competitivo é saudável, com significativos benefícios para os consumidores. Entretanto, com o acirramento das disputas, muitos cidadãos são continuamente importunados pelas empresas em continuadas ligações de *telemarketing*, as quais não foram solicitadas e acabam por se utilizar de informações pessoais dos cadastros de clientes para contatos que se mostram mais do que inadequados. Não é incomum a veiculação de notícias de clientes de serviços de telecomunicações que receberam mais do que duas dezenas de ligações por dia para a oferta de novos pacotes de serviços ou de produtos diversos.

Da mesma forma, as empresas prestadoras dos serviços de telecomunicações têm-se utilizado dos cadastros para exacerbar no volume de ligações de cobranças ou de inúmeras campanhas publicitárias dos mais diversos tipos.

Nossa legislação ainda carece de uma proteção mais efetiva dos cidadãos em suas relações com as empresas de telecomunicações. Não se pode admitir, por exemplo, que o cidadão comum seja importunado em seu descanso ou em horários completamente esdrúxulos, no afã de conquistar mais clientes. Neste sentido, oferecemos a presente proposição legislativa à apreciação do conjunto de parlamentares desta Casa Legislativa, pretendendo limitar os horários de ligações das prestadoras para os dias úteis entre as nove e as dezoito horas.

Para ilustrar a urgente necessidade de coibirmos tais abusos, destacamos que recentemente o Tribunal de Justiça de São Paulo decidiu, em Ação de Obrigação de Fazer, cumulada com indenização de dano

moral, em face de uma empresa de telefonia, pela aplicação de multa diária no valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais) em caso de perturbação de consumidor, bem como de indenização no valor de R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais). A ação foi movida por consumidor que recebia uma média de 15 a 20 ligações diárias da empresa. Entendeu o órgão recursal paulista que a conduta abusiva da fornecedora perturbou o sossego do Apelante, arbitrando a indenização a título de dano moral e majorou a multa diária aplicada pelo juízo de primeiro grau. Mesmo assim, o consumidor, apelante da ação, teve o seu sossego violado com muitas ligações diárias da operadora dos serviços de telefonia móvel.

No mesmo sentido, e preocupado com esses abusos, o Instituto de Defesa do Consumidor – IDEC sugeriu à Anatel e à Secretaria Nacional do Consumidor, recomendações para corrigir os problemas gerados com as ligações, sugerindo:

1. A criação de um cadastro federal de bloqueio de ligações indesejadas;

2. A alteração no Regulamento Geral dos Direitos dos Consumidores (RGC) para proibir as chamadas realizadas por robôs, excetuando-se somente àquelas de interesse geral dos consumidores;

3. Com base no artigo 55, §4º do CDC, que a SENACON e a ANATEL notifiquem as operadoras de telefonia, para que prestem informações de interesse do consumidor sobre eventuais *blacklists* (listas de telefones de números que sabidamente são utilizados para *spams*), bem como sobre empresas que utilizam dessas práticas no mercado de consumo, para que seja possível tomar as medidas cabíveis;

4. A disponibilização de identificador gratuito de chamada para que o consumidor possa rejeitar facilmente as *robocalls*;

5. A disponibilização de um serviço gratuito de bloqueio;

6. A aplicação das penalidades previstas legalmente no artigo 56, do Código de Defesa do Consumidor, aplicando-se as sanções previstas em caso de descumprimento da Regulamentação e do sistema de bloqueio;

7. O acompanhamento da evolução desse tipo

de *spam* telefônico para avaliação dos sistemas de controle e seu grau de solução;

8. O apoio a medidas como o fórum “Quem Perturba”, que identifica números de telefone utilizados para ofertas de produtos e serviços, além de golpes, com acompanhamento e monitoramento das práticas abusivas pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor.

Diante deste quadro, entendemos que o legislador não pode se omitir na ação de impedir que tais abusos continuem. Estamos convictos de que esta iniciativa irá resgatar o direito de todos os cidadãos. Pedimos, portanto, a nossos pares que aprovelem com celeridade este Projeto de Lei, que muito beneficiará parcela significativa de nossa sociedade.

Sala das Sessões, em 29 de maio de 2019.

Deputada **EDNA HENRIQUE**
PSDB/PB

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 9.472, DE 16 DE JULHO DE 1997

Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO III
DA ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

TÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

CAPÍTULO III
DAS REGRAS COMUNS

Art. 78. A fabricação e o desenvolvimento no País de produtos de telecomunicações serão estimulados mediante adoção de instrumentos de política creditícia, fiscal e aduaneira.

TÍTULO II DOS SERVIÇOS PRESTADOS EM REGIME PÚBLICO

CAPÍTULO I DAS OBRIGAÇÕES DE UNIVERSALIZAÇÃO E DE CONTINUIDADE

Art. 79. A Agência regulará as obrigações de universalização e de continuidade atribuídas às prestadoras de serviço no regime público.

§ 1º Obrigações de universalização são as que objetivam possibilitar o acesso de qualquer pessoa ou instituição de interesse público a serviço de telecomunicações, independentemente de sua localização e condição sócio-econômica, bem como as destinadas a permitir a utilização das telecomunicações em serviços essenciais de interesse público.

§ 2º Obrigações de continuidade são as que objetivam possibilitar aos usuários dos serviços sua fruição de forma ininterrupta, sem paralisações injustificadas, devendo os serviços estar à disposição dos usuários, em condições adequadas de uso.

.....

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO VII DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (VETADO).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor,

resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993](#))

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993](#))

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.662, DE 2019

(Do Sr. Bosco Costa)

Dispõe sobre as chamadas de telemarketing ativo.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9942/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece regras para as chamadas telefônicas efetuadas para consumidores com o fim de promover a comercialização de produtos e serviços, prática denominada telemarketing ativo.

Art. 2º Para efeitos dessa lei, considera-se chamada telefônica qualquer contato realizado por voz estabelecido com o suporte de serviço de telecomunicações ou aplicação de internet

Art. 3º É vedado o uso de robôs, simuladores, voz artificial, gravações ou quaisquer mecanismos automatizados na interlocução com o consumidor no telemarketing ativo.

Art. 4º O fornecedor de produtos e serviços não poderá, diretamente ou mediante terceiros, tentar contatar o mesmo número de acesso de destino mais do que 4 (quatro) vezes por semana com fins comerciais.

§ 1º As chamadas não atendidas pelo consumidor serão consideradas tentativas bem-sucedidas.

§ 2º É vedada a realização de mais de 2 (duas) tentativas diárias de telemarketing ativo pelo mesmo fornecedor, diretamente ou mediante terceiros.

Art. 5º Para realização de telemarketing ativo, só serão admitidos canais de comunicação capazes de receber chamadas de retorno.

Parágrafo único. É vedado o uso de código de acesso internacional para a realização de chamadas de telemarketing ativo.

Art. 6º O descumprimento das obrigações constantes desta Lei sujeita o infrator às sanções previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor.

Art. 7º Esta lei entra em vigor 90 (trinta) dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A evolução das tecnologias digitais traz uma vastidão de benefícios para a nossa sociedade, afetando os mais diversos setores da atividade humana. Em alguns casos, entretanto, o uso intensivo dessas novas funcionalidades, apesar de proporcionar ganhos de eficiência para alguns, redundam em prejuízos e frustração para outros. Nestes casos, é imperativo que o governo atue para regular a atuação dos agentes envolvidos, com vistas a proteger a parte mais frágil, sem, contudo, inviabilizar qualquer atividade econômica.

O telemarketing é um dos setores que soube se apropriar bem de várias inovações tecnológicas. Discadores automáticos, discadores preditivos, mensagens pré-gravadas e robôs baseados em inteligência artificial são algumas das funcionalidades que revolucionaram ou ainda irão revolucionar a atividade. Todas essas ferramentas têm em comum o fato de que, se usadas de forma abusiva e descontrolada, geram bastante incômodo aos destinatários das chamadas. Entretanto, o incentivo para a adoção dessas soluções pelo comerciante é irresistível. Realmente, uma combinação apropriada desses produtos permite ao vendedor ligar constantemente para todos os seus potenciais consumidores com alta eficiência, baixo custo operacional e empregando uma quantidade de mão-de-obra

extremamente reduzida. Nesse cenário o consumidor é o que mais tem a perder, uma vez que é constantemente incomodado por inúmeras ligações operadas por máquinas tentando lhe vender produtos e serviços que não deseja adquirir.

É com o objetivo de proteger o cidadão dos abusos permitidos pelas novas tecnologias de telemarketing ativo que apresentamos a presente proposição. O projeto visa consolidar no arcabouço legal brasileiro um conjunto de regras mínimas para balizar a atuação das empresas desse setor.

Especificamente, a proposta tem os seguintes objetivos: proibir o uso de robôs, simuladores, voz artificial ou mensagens pré-gravadas; estabelecer ao vendedor o máximo de 4 tentativas semanais e 2 tentativas diárias de contato com fins de telemarketing para cada número telefônico de destino; determinar que o código de acesso empregado na campanha deverá ser capaz de receber ligações de retorno.

Com esse regramento simples, esperamos estar defendendo os interesses dos consumidores e da sociedade como um todo. Por esse motivo, solicitamos apoio dos nobres parlamentares para aprovação da matéria.

Sala das Sessões, em 19 de junho de 2019.

Deputado BOSCO COSTA

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

**TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

**CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

PROJETO DE LEI N.º 4.119, DE 2019

(Do Sr. Felipe Carreras)

Estabelece a solicitação de Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing, e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9615/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica o usuário de serviços de telefonia autorizados a solicitar o Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing, o qual tem por objetivo impedir que a empresa de telemarketing, ou estabelecimentos que se utilizem deste serviço, efetuem ligações telefônicas, não autorizadas, para os usuários que já manifestaram interesse em não receber ligações.

Art. 2º A partir da solicitação do usuário de não receber mais ligações a empresa fica proibida de efetuar novas ligações telefônicas destinadas aquela linha telefônica.

Art. 3º Será aplicada multa no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), por ligação efetuada de forma indevida além do disposto no art. 173 da Lei n.º 9.472, de 16 de julho de 1997.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor 120 dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Observamos que o serviço de telemarketing é de suma importância para a estratégia de expansão comercial de diversas empresas, entendemos que o referido serviço é salutar para a economia do país.

Porém, não podemos nos redimir de avaliar que o referido serviço vem deixando a desejar aos interesses dos cidadãos. Observamos que existe um abuso por parte destas empresas e que os cidadãos precisam ter algum mecanismo de poder optar por não receber essas ligações.

A proposta foi inspirada em ação semelhante implementada nos Estados Unidos denominada "National Do Not Call Registry", em vigor desde fevereiro de 2008.

Entendemos que o presente projeto vem a auxiliar as empresas que contratam os serviços de telemarketing, pois apenas os consumidores que desejam adquirir produtos ofertados estarão fora do cadastro, reduzindo o custo das empresas

com ligações infrutíferas e aumentando o índice de sucesso.

Pelo exposto, solicitamos aos ilustres pares o apoio para o célere trâmite desta proposição.

Sala das Sessões, em 16 de julho de 2019.

Deputado FELIPE CARRERAS

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 9.472, DE 16 DE JULHO DE 1997

Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO III

DA ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

**TÍTULO VI
DAS SANÇÕES**

**CAPÍTULO I
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

Art. 173. A infração desta Lei ou das demais normas aplicáveis, bem como a inobservância dos deveres decorrentes dos contratos de concessão ou dos atos de permissão, autorização de serviço ou autorização de uso de radiofrequência, sujeitará os infratores às seguintes sanções, aplicáveis pela Agência, sem prejuízo das de natureza civil e penal:

- I - advertência;
- II - multa;
- III - suspensão temporária;
- IV - caducidade;
- V - declaração de inidoneidade.

Art. 174. Toda acusação será circunstanciada, permanecendo em sigilo até sua completa apuração.

PROJETO DE LEI N.º 4.434, DE 2019

(Do Sr. Eduardo da Fonte)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, disciplinando a realização de chamadas telefônicas para fins de cobrança e oferta de produtos e serviços e proibindo a realização de chamadas automatizadas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2720/2019.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “*Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*”, disciplinando a realização de chamadas telefônicas para fins de cobrança e oferta de produtos e serviços e proibindo a realização de chamadas automatizadas.

Art. 2º Acrescente-se o art. 31-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, com a seguinte redação:

“Art. 31-A. O fornecedor, diretamente ou por meio de terceiros, não poderá realizar cobrança ou oferta de produtos e serviços por meio de chamadas telefônicas automatizadas.

§ 1º Para efeito deste artigo, considera-se chamada telefônica automatizada a ligação efetuada sem a intervenção de operador humano e realizada com o suporte de qualquer serviço de telecomunicações que se utilize dos códigos de acesso de serviços de telefonia.

§ 2º A realização de chamada telefônica não automatizada pelo fornecedor, diretamente ou por meio de terceiros, para fins de cobrança ou oferta de produtos e serviços, está limitada ao máximo de duas ligações mensais, para cada código de acesso.

§ 3º A realização de chamada telefônica em desacordo com o disposto neste artigo é considerada prática abusiva e método comercial coercitivo.” (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A publicidade representa hoje uma das principais estratégias de alavancagem das vendas de produtos e serviços no Brasil. A aplicação das mais modernas técnicas de *marketing*, aliada ao uso intensivo das novas tecnologias, tem sido responsável pelo crescimento de inúmeros mercados, trazendo benefícios não

somente para as empresas, mas também para o público consumidor.

Ocorre, porém, que o acirramento da concorrência tem levado muitos fornecedores a praticarem ações abusivas e que atentam contra os interesses dos cidadãos. É o que tem acontecido, por exemplo, quando empresas contratam serviços de *telemarketing* para efetuar ligações em larga escala com o objetivo de ofertar bens e serviços, importunando as pessoas nos horários mais improváveis e inapropriados. Essa prática revela-se ainda mais abusiva quando essas chamadas são disparadas de forma automatizada, sem intervenção humana, e que muitas vezes permanecem mudas, até finalmente serem encerradas, causando transtornos aos cidadãos.

No entanto, as campanhas publicitárias promovidas com o suporte de robôs eletrônicos só se transformaram em uma prática disseminada no mercado brasileiro pela inexistência de uma norma legal que expressamente vede a sua realização. Para enfrentar essa situação, oferecemos o presente projeto de lei à apreciação dos membros desta Casa. A proposição tem por objetivo proibir os fornecedores de realizar, diretamente ou por meio de empresas de *telemarketing*, cobranças ou a oferta de produtos e serviços por meio de chamadas telefônicas automatizadas.

Além disso, caso o contato seja realizado por agente humano, o projeto veda a realização de mais de duas ligações mensais para cada número telefônico. Na hipótese de descumprimento desses comandos, a conduta será considerada abusiva e sujeitará o infrator às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – o Código de Defesa do Consumidor.

Cabe ressaltar que esta proposição tem escopo diferente do serviço “Não Me Perturbe”, tendo em vista que abrange todos os serviços ofertados por telemarketing e não apenas o setor de telecomunicações. Ademais, objetiva-se não haver a necessidade de inscrição dos consumidores para que não recebam as ligações indesejadas, as empresas de antemão não teriam mais o poder de telefonar abusivamente para os consumidores.

Com as medidas propostas, temos a firme expectativa de contribuir para inibir a proliferação de práticas lesivas à coletividade, e que sobreponham o interesse comercial das empresas ao bem-estar dos cidadãos. Por esse motivo, conclamamos o apoio dos ilustres Pares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 13 de agosto de 2019.

Deputado EDUARDO DA FONTE
PP/PE

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção I
Das Disposições Gerais

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Seção II
Da Oferta

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. [\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 \(cento e oitenta\) dias após a sua publicação\)](#)

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

PROJETO DE LEI N.º 4.539, DE 2019
(Do Sr. Christino Aureo)

Institui o Cadastro Nacional para Bloqueio de Ligações Telefônicas e mensagens eletrônicas de cunho publicitário.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9615/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei institui o Cadastro Nacional para Bloqueio de Ligações Telefônicas e mensagens eletrônicas de cunho publicitário.

Art. 2º Fica instituído o Cadastro Nacional para Bloqueio de Ligações Telefônicas e mensagens eletrônicas de cunho publicitário – CNBLT, com o objetivo de viabilizar o bloqueio do encaminhamento de anúncios publicitários por meio de serviços de telecomunicações.

Parágrafo único. O CNBLT será implantado, operado e gerenciado pelo órgão responsável pela regulação das telecomunicações.

Art. 3º O consumidor tem direito ao não recebimento de ligações telefônicas e mensagens eletrônicas com fins publicitários.

§ 1º Para exercer o direito de que trata o *caput*, o consumidor deverá inscrever seu código de acesso telefônico no CNBLT.

§ 2º O consumidor poderá, a qualquer tempo, solicitar a retirada da inscrição do seu código de acesso telefônico do CNBLT.

§ 3º O disposto neste artigo aplica-se às ligações telefônicas e mensagens eletrônicas efetuadas ou encaminhadas por meio de serviço de telecomunicações que faça uso do código de acesso telefônico do consumidor para envio de anúncios publicitários.

§ 4º Para os efeitos desta Lei, considera-se a definição de “consumidor” estabelecida no art. 2º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 4º O fornecedor de bens ou serviços que efetuar ligação telefônica ou encaminhar mensagem eletrônica com cunho publicitário para consumidor cujo código de acesso telefônico esteja inscrito no CNBLT será submetido às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Parágrafo único. Na eventualidade da propositura de ação judicial impetrada com base no descumprimento de dispositivo estabelecido nesta Lei, o foro será o do domicílio do consumidor.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor noventa dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel – determinou recentemente às principais empresas do setor de telecomunicações do País a criação de uma lista nacional e única de consumidores que não desejam ser importunados

com o recebimento de chamadas telefônicas de cunho publicitário por parte das operadoras de telecomunicações, salvo por consentimento prévio, livre e expresso na mencionada listagem.

A iniciativa veio ao encontro do enfrentamento da prática que ficou popularmente conhecida como “*telemarketing ativo*”, realizada com o objetivo de oferecer produtos e serviços sem consentimento prévio do destinatário da chamada. A medida governamental, portanto, é uma iniciativa de natureza compensatória para relativizar o desequilíbrio entre o consumidor e as prestadoras de serviços de telecomunicações, após anos de constrangimentos e reclamações infrutíferas por parte da grande maioria dos usuários.

A lista nacional imposta pela Agência também focaliza o bloqueio das ligações sequenciais realizadas por equipamentos robóticos, de modo a oferecer um instrumento de defesa do consumidor contra a invasão de sua privacidade e, assim, mitigar os constantes aborrecimentos causados pelas empresas.

No entanto, com o desenvolvimento e a ampliação do acesso aos meios de comunicação, principalmente o serviço móvel pessoal, a capacidade de interação entre prestadoras de serviço e usuários adquiriu proporções quase ilimitadas na publicidade de serviços e produtos. Desse modo, apesar dos esforços empreendidos pela Anatel e pelos órgãos de defesa do consumidor, os controles e a mediação na relação entre fornecedores e cidadãos não evoluíram na mesma velocidade que as ocorrências de abusos praticados pelos serviços de *telemarketing*.

Essa questão adquire contornos ainda mais preocupantes quando consideramos que o cadastro criado pela Agência abrange apenas as ligações e mensagens publicitárias dos serviços oferecidos pelas operadoras de telecomunicações, deixando à margem da regulação as empresas de todos os demais ramos de atividade econômica. Por este motivo, elaboramos o presente projeto com o objetivo de instituir o Cadastro Nacional para Bloqueio de Ligações Telefônicas e mensagens eletrônicas de cunho publicitário. A iniciativa estende a amplitude do escopo do cadastro já criado por determinação da Anatel, de modo a também abranger estabelecimentos bancários, redes comerciais de varejo e demais segmentos de mercado.

É oportuno assinalar que a presente proposição não tem por propósito cercear iniciativas de natureza econômica, mas apenas combater uma prática que é flagrantemente lesiva aos interesses de parcela considerável dos usuários. O descontrole estatal sobre o assédio diuturno das empresas tem inclusive levado consumidores insatisfeitos a cancelar contratos com as operadoras de telecomunicações, gerando prejuízos não somente para os cidadãos, mas também para o próprio segmento empresarial. Diante desse cenário, é dever do Poder Público atuar para organizar a relação entre consumidores e fornecedores, estabelecendo condições para a necessária harmonia entre a liberdade econômica das empresas e o direito à privacidade dos indivíduos.

Em suma, o que se pretende, em incremento às iniciativas pontuais já adotadas pela Anatel, é o estabelecimento de regras efetivas de convivência racional e pacífica entre fornecedores e usuários, de forma a permitir que o público consumidor passe a decidir pelo bloqueio ou não das ligações de *telemarketing*.

Pelas razões expostas, solicitamos o apoio dos nobres Parlamentares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 15 de agosto de 2019.

Deputado CHRISTINO AUREO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 5.431, DE 2019

(Do Sr. Marx Beltrão)

Institui o não perturbe bancário.

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR;

FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO (MÉRITO E ART. 54, RICD); E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei assegura ao consumidor bancário o direito de não receber chamadas e mensagens de telemarketing relacionados a oferta de crédito ou produto financeiro correlato.

Art. 2º As instituições financeiras, sociedades de arrendamento mercantil, seus correspondentes e demais entidades autorizadas a funcionar pelo Banco Central deverão, às suas expensas e na forma do regulamento, instituir e manter atualizado sistema único de registro dos números de telefone de consumidores que se manifestem pelo não recebimento de chamadas e mensagens que configurem prática de marketing ativo, oferta comercial, proposta, publicidade ou qualquer outra forma de divulgação de oferta de crédito ou produto financeiro correlato.

Art. 3º A partir do trigésimo dia do ingresso do consumidor no Sistema, as instituições referidas no art. 2º não poderão, por meios próprios ou por intermédio de terceiros, efetuar chamadas ou enviar mensagens relacionados a oferta de crédito ou produto financeiro correlato aos números telefônicos inscritos no Sistema.

Art. 4º O descumprimento do disposto nesta lei sujeita os infratores às penalidades previstas na Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 5º Esta lei entra em vigor após decorridos 90 (noventa) dias da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Constituição Federal, em seu art. 170, preconiza que a Ordem Econômica deve nortear-se pelo princípio da defesa do consumidor. O art. 192, por sua vez, estipula que o sistema financeiro deve atender aos interesses da coletividade. Desses preceitos emerge o dever constitucional do Estado de garantir a harmonização entre os interesses dos agentes financeiros e as necessidades coletivas, garantindo que os avanços na eficiência e na produtividade do segmento convertam-se igualmente em benefícios para a sociedade, em geral, e para os

consumidores bancários, em especial.

Tal ideário está igualmente consolidado na legislação de regência do mercado de consumo – Lei n.º 8.078, de 1990 – que defende a vulnerabilidade do consumidor frente aos fornecedores e condiciona o desenvolvimento econômico à obediência aos princípios da dignidade do consumidor, da boa-fé e do equilíbrio nas relações.

Inspirado nessa principiologia protetiva, o projeto de lei aqui sugerido busca, com a singela medida de instituir uma espécie de não perturbe bancário, atingir duplo objetivo. Zelar pelo direito do consumidor à privacidade e, ao mesmo passo, contribuir para enfrentar o drama do endividamento das famílias brasileiras.

As agressivas, insistentes, inoportunas e nem sempre transparentes ferramentas de marketing empregadas por bancos e financeiras chegaram, efetivamente, a um limite inaceitável. É praticamente impossível para um brasileiro que disponha de telefone celular passar um dia sequer sem ser incomodado com ligações ou mensagens oferecendo produtos de crédito.

Por um lado, esses abusos no telemarketing são manifestamente incompatíveis com as prerrogativas do consumidor, em especial o direito de não ser, inadvertidamente, importunado em seu descanso, durante suas funções laborativas ou em qualquer outro ambiente em que se expresse sua privacidade.

Por outro, os exageros e as frequentes armadilhas escondidas nessas ofertas estimulam contratações irrefletidas pelos consumidores, que restam adquirindo crédito e comprometendo seu orçamento familiar sem a real consciência sobre a necessidade, utilidade e adequação daquele produto a sua capacidade econômica. O alarmante número de 63 milhões de brasileiros inadimplentes revela, de forma clara, que a oferta de crédito não se tem feito acompanhar da necessária responsabilidade por parte dos agentes financeiros.

Vemos, nesse contexto, como medida urgente instituir um sistema que permita ao consumidor optar pelo não recebimento de ligações telefônicas ou mensagens de texto que tenham como objetivo a oferta de produtos de crédito. Esse mecanismo, recentemente adotado no setor de telefonia, preserva as atividades de marketing do segmento financeiro respeitando, porém, os interesses daqueles consumidores que não desejam ser importunados por essa espécie de comunicação.

Concebemos o “não perturbe bancário” como um sistema a ser instituído e administrado pelas próprias instituições de crédito, que são aquelas que auferem os invejáveis lucros dessa atividade, e aproveitamos o instrumental repressivo do Código de Defesa do Consumidor para o caso de descumprimento.

Por fim, importa destacar que o Projeto não incorre em injuridicidade ou inconstitucionalidade ao regular, via lei ordinária, atividades relacionadas às instituições financeiras e estipular sanções a elas aplicáveis. A incidência das regras nele dá-se em consonância com o corrente entendimento do

Supremo Tribunal Federal que, na Ação Direta de Inconstitucionalidade n.º 2591-DF, declarou a aplicabilidade às instituições financeiras de leis ordinárias como o Código de Defesa do Consumidor, sob o fundamento de que a exigência de lei complementar veiculada pelo art. 192 da Constituição Federal abrange exclusivamente a estruturação do sistema financeiro nacional.

Submetendo o presente projeto de lei à apreciação desta Casa, solicitamos a colaboração dos ilustres Pares para seu aperfeiçoamento e aprovação

Sala das Sessões, em 08 de outubro de 2019.

Deputado MARX BELTRÃO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

Seção de Legislação Citada - SELEC

**CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988**

PREÂMBULO

Nós, representantes do povo brasileiro, reunidos em Assembléia Nacional Constituinte para instituir um Estado democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias, promulgamos, sob a proteção de Deus, a seguinte Constituição da República Federativa do Brasil.

**TÍTULO VII
DA ORDEM ECONÔMICA E FINANCEIRA**

**CAPÍTULO I
DOS PRINCÍPIOS GERAIS DA ATIVIDADE ECONÔMICA**

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

- I - soberania nacional;
- II - propriedade privada;
- III - função social da propriedade;
- IV - livre concorrência;
- V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e

prestação; [*\(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 42, de 2003\)*](#)

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. [*\(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 6, de 1995\)*](#)

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

Art. 171. [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 6, de 1995\)*](#)

Art. 172. A lei disciplinará, com base no interesse nacional, os investimentos de capital estrangeiro, incentivará os reinvestimentos e regulará a remessa de lucros.

.....

CAPÍTULO IV DO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL

Art. 192. O sistema financeiro nacional, estruturado de forma a promover o desenvolvimento equilibrado do País e a servir aos interesses da coletividade, em todas as partes que o compõem, abrangendo as cooperativas de crédito, será regulado por leis complementares que disporão, inclusive, sobre a participação do capital estrangeiro nas instituições que o integram. [*\(Artigo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

I - [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

II - [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

III - [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

a) [*\(Revogada pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

b) [*\(Revogada pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

IV - [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

V - [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

VI - [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

VII - [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

VIII - [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

§ 1º [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

§ 2º [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

§ 3º [*\(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003\)*](#)

TÍTULO VIII DA ORDEM SOCIAL

CAPÍTULO I DISPOSIÇÃO GERAL

Art. 193. A ordem social tem como base o primado do trabalho, e como objetivo o bem-estar e a justiça sociais.

.....

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

.....
.....

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE (Med. Liminar) - 2591

Origem: DISTRITO FEDERAL

Entrada no STF: 26/12/2001

Relator: MINISTRO CARLOS VELLOSO

Distribuído: 20020201

Partes: Requerente: CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO SISTEMA FINANCEIRO - CONSIF (CF 103 , 0IX)

Requerido :PRESIDENTE DA REPÚBLICA CONGRESSO NACIONAL

Dispositivo Legal Questionado

Art. 003 º , § 002 º , da Lei nº 8078 , de 11 de setembro de 1990 , na expressão " inclusive as de natureza bancária financeira de crédito e securitária ".

Lei nº 8078 , de 11 de setembro de 1990 .

Dispõe sobre a Proteção do Consumidor e dá outras Providências .

Art. 003 º - Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica , pública ou privada , nacional ou estrangeira , bem como os entes despersonalizados , que desenvolvem atividades de produção , montagem , criação , construção , transformação , importação , exportação , distribuição ou comercialização de produtos ou prestação

de serviços .

(. . .)

§ 002 ° - Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo , mediante remuneração , inclusive as de natureza bancária , financeira , de crédito e securitária , salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista .

Fundamentação Constitucional

- Art. 005 ° , LIV

- Art. 192 , 0II e 0IV , § 003 °

Resultado da Liminar

Prejudicada

Decisão Plenária da Liminar

Resultado Final

Improcedente

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 6.154, DE 2019 (Do Sr. Alexandre Frota)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer regras para o telemarketing.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9942/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, para estabelecer os horários em que será permitida a realização de ligações de telemarketing aos consumidores.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 37-A:

“Art. 37-A. A realização de chamadas para terminais de qualquer serviço telefônico que tenham como objetivo a oferta de produtos, de serviços e de participações em promoções, somente podem ocorrer se cumpridas as seguintes exigências:

I – a realização da chamada somente pode ocorrer de segunda a sexta-feira, no horário compreendido entre as oito horas e as dezoito horas, exceto em feriados;

II – não é admitida a realização de chamadas aos sábados, aos domingos, em feriados nacionais, bem como de segunda a sexta-feira, no horário compreendido entre as dezoito horas e as oito horas do dia seguinte;

III – é proibida a utilização de qualquer bloqueador de identificação do código de acesso do terminal que realizar a chamada;

IV – no início de cada chamada deve haver clara identificação do nome do anunciante e do objetivo da chamada, devendo o consumidor ser consultado acerca de sua vontade de receber as informações de caráter publicitário.”

Art. 3º Esta lei entra em vigor trinta dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O telemarketing é uma atividade importante para a economia brasileira, mas é vista com bastantes ressalvas pela sociedade de maneira geral. Isso ocorre sobretudo pelos diversos abusos cometidos pelas empresas operadoras desse serviço, que adotam procedimentos que levam o consumidor às raias da loucura. Algumas práticas consistem na realização de ligações com bloqueador de identificação de chamada, ligações à noite, aos finais de semana e em feriados. Essas condutas causam transtornos diversos e perturbam a paz do cidadão em seu período de descanso.

Existem algumas iniciativas em tramitação no Congresso Nacional que visam resolver o problema mediante a criação de cadastros do tipo “não perturbe”, em que os cidadãos interessados em não receber quaisquer ligações de telemarketing podem se inscrever e, a partir desse momento, as empresas ficam proibidas de contatá-lo. A Anatel, inclusive, já pôs em prática um sistema que segue esse modelo, mas cujo alcance se restringe às prestadoras dos serviços de telecomunicações.

Os motivos que inspiram tais iniciativa são compreensíveis, mas não acreditamos serem a melhor solução para o problema. Por um lado, uma medida dessa envergadura seria um grande entrave ao setor, gerando desemprego e perda de receitas, levando, possivelmente, à sua extinção. Por outro lado, a gestão de um cadastro nacional de usuários implica em custos expressivos, que teriam de ser arcados pela sociedade de alguma forma.

Diante desses fatos, somos favoráveis a uma modificação legislativa simples que, acreditamos, será capaz de estabelecer um equilíbrio mais interessante na relação entre consumidores, anunciantes e empresas de telemarketing. Nossa iniciativa propõe a inclusão de um novo artigo à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, para estabelecer os horários em que será permitida a realização de ligações de telemarketing aos consumidores. O dispositivo impõe que as ligações só poderão ser efetivadas em dias da semana, no horário compreendido entre as 8h e 18h, excluídos os feriados. Determina também que não poderão ser empregados bloqueadores de identificação do código de acesso do terminal que realizar as chamadas. Por fim, estipula que no início de cada chamada deverá haver clara identificação do nome do anunciante e do objetivo da chamada, devendo o consumidor ser consultado acerca de sua vontade de receber as informações de caráter publicitário objeto da ligação.

Com esse regramento simples, esperamos estar defendendo os interesses dos consumidores e da sociedade como um todo. Por esse motivo, solicitamos apoio dos nobres parlamentares para aprovação da medida.

Sala das Sessões, em 26 de novembro de 2019.

ALEXANDRE FROTA
Deputado Federal
PSDB/SP

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO V DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

Seção III Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando

deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.
§ 4º (VETADO).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.678, DE 2020

(Do Sr. Léo Moraes)

Cria o Cadastro de bloqueio de ligações das empresas que fornecem serviços de telemarketing e televendas, estabelece um regulamento de operação, proibindo a utilização de sistemas de robô e ligações em massa, e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9942/2018.



PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2020
(Do Sr. Léo Moraes)

Cria o Cadastro de bloqueio de ligações das empresas que fornecem serviços de *telemarketing* e tele vendas, estabelece um regulamento de operação, proibindo a utilização de sistemas de robô e ligações em massa, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica instituído o Regulamento de Operação das empresas que fornecem serviços de *telemarketing*, tele vendas e que realizam vendas em geral.

Parágrafo único. O regulamento tem por objetivo criar normas e impedir que as empresas de telemarketing, ou estabelecimentos que se utilizem deste serviço, efetuem ligações telefônicas em massa, de forma sequencial e se utilizem de cadastro de pessoas que não autorizaram o uso de seus dados para essa finalidade.

Art. 2º As empresas que atuam com sistemas de *telemarketing* e tele vendas estão obrigadas a disponibilizar, após o primeiro contato com os clientes, um canal de adesão ao Cadastro de Bloqueio de Ligações.

Parágrafo único. A adesão ao Cadastro de Bloqueio de Ligações só poderá ser retirada pelo próprio cliente, e a empresa estará sujeita a multas e sanções a serem definidas pelos órgãos de proteção ao consumidor e pelo Poder Judiciário.

Art. 3º Os sistemas de *telemarketing* não poderão utilizar robôs de Inteligência Artificial para executar ligações em massa.

§ 1º Fica vedada a realização de uma ligação com vários números acoplados ou a execução de ligações em sequência para um mesmo número.

§ 2º As ligações deverão ser operadas um número por vez através de um atendente funcionário da empresa, que não poderá colocar a ligação em espera sem realizar o atendimento ao número selecionado.

Art. 4º Esta Lei entre em vigor na data de sua publicação.





JUSTIFICATIVA

A modernidade do mundo digital e da era da Inteligência Artificial tem oportunizado a diminuição dos custos das empresas que operam no setor de *telemarketing* e televidas. Isso gera maior produtividade e, como consequência, maiores lucros para aquelas que conseguem aderir às modernas plataformas digitais.

Nesse sentido, esse mercado, que talvez seja aquele com o maior crescimento atualmente, tem se utilizado da falta de regulamentação e da morosidade para a aprovação de marcos regulatórios para se fortalecer, sem se preocupar com princípios e limites justamente por não haver regras que os estabeleçam.

O Brasil e o mundo carecem de marcos regulatórios para a cultura digital e para a variedade de inovações tecnológicas que surgem a cada dia, reflexos de uma sociedade moderna, que demanda facilidades com custo benefício, e de um mercado consumidor amplo e diversificado.

O Parlamento brasileiro precisa discutir e aprovar uma Lei da Inteligência Artificial e normas específicas como forma de disciplinar esse mercado e de proteger os empregos, mas que garanta a inovação tecnológica e o investimento nas *startups* e no mercado tecnológico brasileiros.

Nesse sentido, apresentamos o presente projeto de lei, inspirado na Lei nº 13.226/2008 do Estado de São Paulo, a qual criou o “Cadastro para o Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing”. Resolvemos ampliar o alcance dessa norma por meio de lei federal para disciplinar diversas situações e excessos que, no nosso entendimento, são cometidos em desfavor do consumidor. Destacam-se as seguintes propostas constantes do projeto:

- Possibilitar que o cliente que receba contato de empresas de *telemarketing* e televidas faça a adesão a um cadastro de bloqueio de ligações após o primeiro contato, evitando-se futuros contatos, muitas vezes sequenciais;
- Proibir que o número registrado no cadastro de bloqueio de ligações seja utilizado novamente para aquela finalidade, e que os dados a ele relacionados sejam utilizados em *spams* e em ligações em massa;
- Vedar que robôs e sistemas de Inteligência Artificial cadastrem os dados para realizar chamadas em espera. Assim, proíbe-se a realização de chamadas sem a disponibilidade de um funcionário atendente; e
- Estabelecer um regulamento de operação, o qual deverá ser seguido pelas empresas que prestam serviço de *telemarketing*, sujeitas a sanções e multas a serem disciplinadas pelos órgãos de defesa do consumidor – PROCONS e pelo Poder Judiciário.

Diante da importância do tema, peço o apoio dos nobres pares para aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões,

Deputado LÉO MORAES

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 13.226, DE 7 DE OUTUBRO DE 2008

Institui no âmbito do Estado de São Paulo, o
Cadastro para o Bloqueio do Recebimento de
Ligações de Telemarketing.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SÃO PAULO:

Faço saber que a Assembléia Legislativa decreta e eu promulgo a seguinte lei:

Artigo 1º - Fica instituído, no âmbito do Estado de São Paulo, o Cadastro para o Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing.

Parágrafo único - O Cadastro tem por objetivo impedir que as empresas de telemarketing, ou estabelecimentos que se utilizem deste serviço, efetuem ligações telefônicas não autorizadas para os usuários nele inscritos.

Artigo 2º - vetado.

Artigo 3º - vetado.

Parágrafo único - vetado.

Artigo 4º - vetado:

I - vetado;

II - vetado;

III - vetado;

IV - vetado;

V - vetado;

VI - vetado;

VII - vetado.

Artigo 5º - A partir do 30º (trigésimo) dia do ingresso do usuário no Cadastro, as empresas que prestam serviços relacionados ao parágrafo único do artigo 1º ou pessoas físicas contratadas com tal propósito, não poderão efetuar ligações telefônicas destinadas às pessoas inscritas no cadastro supracriado.

§ 1º - vetado.

§ 2º - Incluem-se nas disposições desta lei os telefones fixos e os aparelhos de telefonia móvel em geral.

§ 3º - A qualquer momento o usuário poderá solicitar a sua exclusão do Cadastro.

§ 4º - vetado.

§ 5º - vetado.

Artigo 6º - Não se aplicam os dispositivos da presente lei às entidades filantrópicas que utilizem telemarketing para angariar recursos próprios.

Artigo 7º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Palácio dos Bandeirantes, 7 de outubro de 2008.

JOSÉ SERRA

Luiz Antônio Guimarães Marrey
Secretário da Justiça e da Defesa da Cidadania

Aloysio Nunes Ferreira Filho
Secretário-Chefe da Casa Civil

PROJETO DE LEI N.º 178, DE 2021 **(Do Sr. Franco Cartafina)**

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor, para estabelecer regras gerais de telemarketing.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9942/2018.



PROJETO DE LEI Nº , DE 2021
(Do Sr. Franco Cartafina)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor, para estabelecer regras de telemarketing e televendas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 33-A. Quando o fornecedor de produtos ou serviços realizar a publicidade de bens e serviços por telefone através de telemarketing e televendas, deverá observar os seguintes requisitos:

I – As ligações apenas serão efetuadas em horário comercial, compreendido entre as oito e dezoito horas, de segunda-feira a sexta-feira;

II – Será disponibilizado canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico, gratuito ou a custo de ligação local, ou por meio eletrônico, para retirada ou inserção, em cadastro próprio, da manifestação de interesse nos produtos ou nos serviços ofertados pela empresa.



§1º. É vedado a realização de ligações por meio de números telefônicos ou meios eletrônicos que não permitam o retorno do consumidor.

§2º. Na hipótese do consumidor ter realizado o cancelamento do serviço, fica o fornecedor proibido de oferecê-lo novamente pelo prazo de 06 (seis) meses, após o encerramento do contrato, por via telefônica ou meio eletrônico.

§3º. As empresas de telemarketing devem disponibilizar ao consumidor, desde o primeiro contato com este, um Canal de adesão ao Cadastro Gratuito de Bloqueio de Ligações.

§4º. São proibidas as ligações telefônicas em massa, de forma sequencial, que se utilizem de cadastro de pessoas que não autorizaram o uso de seus dados para essa finalidade.

§5º. Considera-se exercício abusivo do direito de oferta, o telemarketing e televenda que não estipular as regras estabelecidas neste Código, capaz de ensejar reparação por danos civis.

Art. 2º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Inegável que o avanço tecnológico trouxe diversos benefícios para a sociedade. Entretanto, as novas modalidades de relações sociais e comerciais, por mais altruístas que pareçam ser também



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Deputado **FRANCO CARTAFINA**

Apresentação: 03/02/2021 18:16 - Mesa

PL n.178/2021

trouxeram alguns dissabores, especialmente para os consumidores, que tiveram seu espaço privado invadido.

Essencial compreender que a rotina árdua da maioria dos brasileiros requer o desfrute de momentos de privacidade e lazer incapazes de serem interrompidos por máquinas de vendas profissionais com agentes treinados para tanto.

Nesse sentido, é que este Projeto de Lei busca que sejam criados mecanismos hábeis a evitar a importunação do cidadão através de telemarketing e televenda, já que essas novas relações sociais necessitam ter sua dinâmica regulamentada a fim de não infringir do ser humano, sua dignidade, seu direito à intimidade e à vida privada, direitos fundamentais constitucionalmente garantidos.

Para tanto, levando em consideração que esse fato exorbita o mero aborrecimento da vida cotidiana, e em respeito ao ponderado no artigo 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988, que estabelece que o Estado promoverá a defesa do consumidor, e aos princípios da boa-fé, da transparência e do equilíbrio das relações de consumo, que deve ser essa questão instrumentalizada legislativamente.

Portanto, o Projeto de Lei visa delimitar as práticas abusivas dos setores de telemarketing e televenda das empresas, objetivando, principalmente, o respeito ao consumidor, sem coação ou constrangimento, razão pela qual peço o apoio dos nobres Parlamentares para a aprovação da matéria.

Sala das Sessões, em de de 2021.

Franco Cartafina
Deputado Federal – PP/MG

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

PREÂMBULO

Nós, representantes do povo brasileiro, reunidos em Assembléia Nacional Constituinte para instituir um Estado democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias, promulgamos, sob a proteção de Deus, a seguinte Constituição da República Federativa do Brasil.

.....

TÍTULO II
DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS

CAPÍTULO I
DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição;

II - ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei;

III - ninguém será submetido a tortura nem a tratamento desumano ou degradante;

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

VI - é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;

VII - é assegurada, nos termos da lei, a prestação de assistência religiosa nas entidades civis e militares de internação coletiva;

VIII - ninguém será privado de direitos por motivo de crença religiosa ou de convicção filosófica ou política, salvo se as invocar para eximir-se de obrigação legal a todos imposta e recusar-se a cumprir prestação alternativa, fixada em lei;

IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

XI - a casa é asilo inviolável do indivíduo, ninguém nela podendo penetrar sem consentimento do morador, salvo em caso de flagrante delito ou desastre, ou para prestar socorro, ou, durante o dia, por determinação judicial;

XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal;

XIII - é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer;

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

XV - é livre a locomoção no território nacional em tempo de paz, podendo qualquer pessoa, nos termos da lei, nele entrar, permanecer ou dele sair com seus bens;

XVI - todos podem reunir-se pacificamente, sem armas, em locais abertos ao público, independentemente de autorização, desde que não frustrem outra reunião anteriormente convocada para o mesmo local, sendo apenas exigido prévio aviso à autoridade competente;

XVII - é plena a liberdade de associação para fins lícitos, vedada a de caráter paramilitar;

XVIII - a criação de associações e, na forma da lei, a de cooperativas independem de autorização, sendo vedada a interferência estatal em seu funcionamento;

XIX - as associações só poderão ser compulsoriamente dissolvidas ou ter suas atividades suspensas por decisão judicial, exigindo-se, no primeiro caso, o trânsito em julgado;

XX - ninguém poderá ser compelido a associar-se ou a permanecer associado;

XXI - as entidades associativas, quando expressamente autorizadas, têm legitimidade para representar seus filiados judicial ou extrajudicialmente;

XXII - é garantido o direito de propriedade;

XXIII - a propriedade atenderá a sua função social;

XXIV - a lei estabelecerá o procedimento para desapropriação por necessidade ou utilidade pública, ou por interesse social, mediante justa e prévia indenização em dinheiro, ressalvados os casos previstos nesta Constituição;

XXV - no caso de iminente perigo público, a autoridade competente poderá usar de propriedade particular, assegurada ao proprietário indenização ulterior, se houver dano;

XXVI - a pequena propriedade rural, assim definida em lei, desde que trabalhada pela família, não será objeto de penhora para pagamento de débitos decorrentes de sua atividade produtiva, dispondo a lei sobre os meios de financiar o seu desenvolvimento;

XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar;

XXVIII - são assegurados, nos termos da lei:

a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;

b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas;

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

XXX - é garantido o direito de herança;

XXXI - a sucessão de bens de estrangeiros situados no País será regulada pela lei brasileira em benefício do cônjuge ou dos filhos brasileiros, sempre que não lhes seja mais favorável a lei pessoal do *de cujus*;

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

XXXIV - são a todos assegurados, independentemente do pagamento de taxas:

a) o direito de petição aos poderes públicos em defesa de direitos ou contra ilegalidade ou abuso de poder;

b) a obtenção de certidões em repartições públicas, para defesa de direitos e esclarecimento de situações de interesse pessoal;

XXXV - a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito;

XXXVI - a lei não prejudicará o direito adquirido, o ato jurídico perfeito e a coisa julgada;

XXXVII - não haverá juízo ou tribunal de exceção;

XXXVIII - é reconhecida a instituição do júri, com a organização que lhe der a lei, assegurados:

a) a plenitude de defesa;

b) o sigilo das votações;

c) a soberania dos veredictos;

d) a competência para o julgamento dos crimes dolosos contra a vida;

XXXIX - não há crime sem lei anterior que o defina, nem pena sem prévia cominação legal;

XL - a lei penal não retroagirá, salvo para beneficiar o réu;

XLI - a lei punirá qualquer discriminação atentatória dos direitos e liberdades fundamentais;

XLII - a prática do racismo constitui crime inafiançável e imprescritível, sujeito à pena de reclusão, nos termos da lei;

XLIII - a lei considerará crimes inafiançáveis e insuscetíveis de graça ou anistia a prática da tortura, o tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, o terrorismo e os definidos como crimes hediondos, por eles respondendo os mandantes, os executores e os que, podendo evitá-los, se omitirem;

XLIV - constitui crime inafiançável e imprescritível a ação de grupos armados, civis ou militares, contra a ordem constitucional e o Estado democrático;

XLV - nenhuma pena passará da pessoa do condenado, podendo a obrigação de reparar o dano e a decretação do perdimento de bens ser, nos termos da lei, estendidas aos sucessores e contra eles executadas, até o limite do valor do patrimônio transferido;

XLVI - a lei regulará a individualização da pena e adotará, entre outras, as seguintes:

a) privação ou restrição da liberdade;

b) perda de bens;

c) multa;

d) prestação social alternativa;

e) suspensão ou interdição de direitos;

XLVII - não haverá penas:

a) de morte, salvo em caso de guerra declarada, nos termos do art. 84, XIX;

b) de caráter perpétuo;

- c) de trabalhos forçados;
- d) de banimento;
- e) cruéis;

XLVIII - a pena será cumprida em estabelecimentos distintos, de acordo com a natureza do delito, a idade e o sexo do apenado;

XLIX - é assegurado aos presos o respeito à integridade física e moral;

L - às presidiárias serão asseguradas condições para que possam permanecer com seus filhos durante o período de amamentação;

LI - nenhum brasileiro será extraditado, salvo o naturalizado, em caso de crime comum, praticado antes da naturalização, ou de comprovado envolvimento em tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, na forma da lei;

LII - não será concedida extradição de estrangeiro por crime político ou de opinião;

LIII - ninguém será processado nem sentenciado senão pela autoridade competente;

LIV - ninguém será privado da liberdade ou de seus bens sem o devido processo legal;

LV - aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e a ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes;

LVI - são inadmissíveis, no processo, as provas obtidas por meios ilícitos;

LVII - ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória;

LVIII - o civilmente identificado não será submetido a identificação criminal, salvo nas hipóteses previstas em lei;

LIX - será admitida ação privada nos crimes de ação pública, se esta não for intentada no prazo legal;

LX - a lei só poderá restringir a publicidade dos atos processuais quando a defesa da intimidade ou o interesse social o exigirem;

LXI - ninguém será preso senão em flagrante delito ou por ordem escrita e fundamentada de autoridade judiciária competente, salvo nos casos de transgressão militar ou crime propriamente militar, definidos em lei;

LXII - a prisão de qualquer pessoa e o local onde se encontre serão comunicados imediatamente ao juiz competente e à família do preso ou à pessoa por ele indicada;

LXIII - o preso será informado de seus direitos, entre os quais o de permanecer calado, sendo-lhe assegurada a assistência da família e de advogado;

LXIV - o preso tem direito à identificação dos responsáveis por sua prisão ou por seu interrogatório policial;

LXV - a prisão ilegal será imediatamente relaxada pela autoridade judiciária;

LXVI - ninguém será levado à prisão ou nela mantido quando a lei admitir a liberdade provisória, com ou sem fiança;

LXVII - não haverá prisão civil por dívida, salvo a do responsável pelo inadimplemento voluntário e inescusável de obrigação alimentícia e a do depositário infiel;

LXVIII - conceder-se-á *habeas corpus* sempre que alguém sofrer ou se achar ameaçado de sofrer violência ou coação em sua liberdade de locomoção, por ilegalidade ou abuso de poder;

LXIX - conceder-se-á mandado de segurança para proteger direito líquido e certo, não amparado por *habeas corpus* ou *habeas data*, quando o responsável pela ilegalidade ou abuso de poder for autoridade pública ou agente de pessoa jurídica no exercício de atribuições do poder público;

LXX - o mandado de segurança coletivo pode ser impetrado por:

- a) partido político com representação no Congresso Nacional;
- b) organização sindical, entidade de classe ou associação legalmente constituída e

em funcionamento há pelo menos um ano, em defesa dos interesses de seus membros ou associados;

LXXI - conceder-se-á mandado de injunção sempre que a falta de norma regulamentadora torne inviável o exercício dos direitos e liberdades constitucionais e das prerrogativas inerentes à nacionalidade, à soberania e à cidadania;

LXXII - conceder-se-á *habeas data*:

a) para assegurar o conhecimento de informações relativas à pessoa do impetrante, constantes de registros ou bancos de dados de entidades governamentais ou de caráter público;

b) para a retificação de dados, quando não se prefira fazê-lo por processo sigiloso, judicial ou administrativo;

LXXIII - qualquer cidadão é parte legítima para propor ação popular que vise a anular ato lesivo ao patrimônio público ou de entidade de que o Estado participe, à moralidade administrativa, ao meio ambiente e ao patrimônio histórico e cultural, ficando o autor, salvo comprovada má-fé, isento de custas judiciais e do ônus da sucumbência;

LXXIV - o Estado prestará assistência jurídica integral e gratuita aos que comprovarem insuficiência de recursos;

LXXV - o Estado indenizará o condenado por erro judiciário, assim como o que ficar preso além do tempo fixado na sentença;

LXXVI - são gratuitos para os reconhecidamente pobres, na forma da lei:

a) o registro civil de nascimento;

b) a certidão de óbito;

LXXVII - são gratuitas as ações de *habeas corpus* e *habeas data*, e, na forma da lei, os atos necessários ao exercício da cidadania.

LXXVIII - a todos, no âmbito judicial e administrativo, são assegurados a razoável duração do processo e os meios que garantam a celeridade de sua tramitação. [*\(Inciso acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004\)*](#)

§ 1º As normas definidoras dos direitos e garantias fundamentais têm aplicação imediata.

§ 2º Os direitos e garantias expressos nesta Constituição não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios por ela adotados, ou dos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte.

§ 3º Os tratados e convenções internacionais sobre direitos humanos que forem aprovados, em cada Casa do Congresso Nacional, em dois turnos, por três quintos dos votos dos respectivos membros, serão equivalentes às emendas constitucionais. [*\(Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004\)*](#)

§ 4º O Brasil se submete à jurisdição de Tribunal Penal Internacional a cuja criação tenha manifestado adesão. [*\(Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004\)*](#)

CAPÍTULO II DOS DIREITOS SOCIAIS

Art. 6º São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição. [*\(Artigo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 90, de 2015\)*](#)

.....

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção II
Da Oferta

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. [*\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008\)*](#)

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

PROJETO DE LEI N.º 826, DE 2021
(Da Sra. Lauriete)

Estabelece proibição de telemarketing ativo, impondo multa para o seu descumprimento.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9942/2018.

PROJETO DE LEI DA CÂMARA Nº , DE 2021

Estabelece proibição de telemarketing ativo, impondo multa para o seu descumprimento

Apresentação: 10/03/2021 13:54 - Mesa

PL n.826/2021

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Fica proibido às instituições financeiras e sociedades de arrendamento mercantil realizar atividades de telemarketing ativo, tais como ofertas de empréstimos, financiamentos ou qualquer tipo de seguro.

Art. 2º O infrator será penalizado em multa que poderá variar de 200 (duzentos) à 1000 (mil) salários mínimos, sendo o valor revertido para o Fundo de Defesa de Direitos Difusos (FDD).

Parágrafo único: Se o telemarketing for direcionado a aposentados e pensionistas do INSS, a multa será de 1000 (mil) a 2000 (dois mil) salários mínimos;

Art. 3º Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Documento eletrônico assinado por Lauriete (PSC/ES), através do ponto SDR_56281, na forma do art. 102, § 1º, do RICD c/c o art. 2º, do Ato da Mesa n. 80 de 2016.



São crescentes os números de fraudes e atentados a idosos e pensionistas do INSS, principalmente no tocante às ofertas de empréstimos consignados, seguros e financiamentos por telefone, com taxas de juros supostamente atraentes.

Todavia, ocorre que a instituição financeira, ao oferecer o empréstimo consignado por telemarketing ativo, realiza uma omissão de taxas capciosamente embutidas, sendo o aposentado induzido a fornecer seus dados pessoais e ficando a mercê de ações de golpistas, podendo até mesmo realizar negócios contrários ao seu próprio interesse.

Ante o exposto, com o objetivo de proteger a população dessa tática vil de telemarketing, sobretudo os idosos e pensionistas, do telemarketing ativo das instituições financeiras e sociedades de arrendamento mercantil, peço o apoio dos nobres deputados para aprovação desta proposta.

Sala das sessões, 10 de março de 2021.

LAURIETE
PSC/ES



PROJETO DE LEI N.º 1.226, DE 2021

(Do Sr. Fábio Henrique)

Estabelece medidas para coibir a importunação de consumidores por chamadas publicitárias, alterando o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9615/2018.

PROJETO DE LEI Nº DE 2021

(do Sr. Fábio Henrique)

Estabelece medidas para coibir a importunação de consumidores por chamadas publicitárias, alterando o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece medidas para coibir a importunação de consumidores por mensagens publicitárias que lhes são apresentadas por meio telefônico, mensagens eletrônicas ou por envio ao seu endereço residencial ou comercial.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) passa a vigorar com as seguintes alterações:

I – Acrescentam-se à Lei os Arts. 33-A e 33-B, na forma que segue:

“Art. 33-A. É vedada a apresentação de publicidade por meio telefônico, mensagem eletrônica ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor.

§ 1º O disposto no caput não se aplica ao fornecedor que comprovar o ter recebido, do consumidor, consentimento prévio e explícito, em que o consumidor manifeste interesse em receber a publicidade daquele fornecedor.

§ 2º O consentimento de que trata o § 1º deverá ser específico para o fornecedor que apresenta a publicidade ao consumidor.

§ 3º Havendo o consentimento de que trata o § 1º, o fornecedor poderá enviar mensagem eletrônica ao consumidor, informando o

número de telefone que o consumidor deverá discar para ter acesso à mensagem publicitária.

§ 4º É vedado ao fornecedor apresentar a mensagem publicitária por discagem direta ao número telefônico do consumidor, mesmo que o consumidor tenha apresentado o consentimento de que trata o § 1º.

§ 5º É vedado o compartilhamento de dados do consumidor entre fornecedores.

§ 6º A reincidência do fornecedor na apresentação de publicidade não-solicitada pelo consumidor, nos termos do caput, configura a prática de importunação do consumidor, punível nos termos desta Lei.”

“Art. 33-B. As instituições legitimadas nos termos do Art. 82 e do § 3º do Art. 55 poderão criar listas de impugnação de chamadas publicitárias, com vistas a cadastrar os consumidores que não desejam ser importunados por mensagens publicitárias.

§ 1º O consumidor será livre para decidir se cadastrar nas listas de impugnação de chamadas publicitárias;

§ 2º Sujeitam-se às sanções administrativas e penalidades criminais previstas nesta lei os fornecedores que efetuarem chamadas publicitárias para consumidores cadastrados nas listas de impugnação de que trata o caput.

§ 3º O acesso às listas de impugnação deverá ser requisitado pelo fornecedor à instituição mantenedora da lista.

§ 4º Mediante a solicitação de que trata o § 3º, serão apresentados ao fornecedor apenas os números de telefones que solicitaram impugnação de chamadas publicitárias, sem os dados dos proprietários de cada número.

§ 5º É vedado o compartilhamento das informações contidas nas listas de impugnação, nos termos da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados, LGPD).”

II – O Art. 39 passa a vigorar acrescido do inciso XV:

“Art. 39.:

.....

XV – Utilizar informações de contato do consumidor, sem seu consentimento prévio, expresso e específico, para fins publicitários ou para oferta de produto ou serviço, por meio telefônico, eletrônico ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor.

.....”

III – O Art. 67 passa a vigorar acrescido dos §§ 1º e 2º e incisos, na forma que se segue:

“Art. 67.

.....

§ 1º Incorrerá na mesma pena quem apresentar publicidade por meio telefônico, mensagem eletrônica ou diretamente ao endereço residencial ou comercial, sem consentimento do consumidor.

§ 2º São agravantes da infração prevista no caput:

I – A reincidência na importunação de consumidores, verificada por meio de reclamações e denúncias registradas na forma do Art. 44 ou perante as instituições legitimadas na forma do Art. 82 desta Lei;

II – A importunação de consumidor cadastrado em lista de impugnação de chamadas publicitárias, na forma do Art. 33-B desta Lei.”

II – O parágrafo único do Art. 81 passa a vigorar acrescido do inciso IV, na forma que segue:

Art. 81.

Parágrafo único.:



.....

IV - Importunação de consumidores por ação publicitária ou oferta de produtos ou serviços, por meio telefônico, eletrônico ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor, ou violação do disposto no inciso XV do Art. 39 desta Lei.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.



JUSTIFICATIVA

As chamadas comerciais dirigidas ao consumidor, designadas pelo jargão de “telemarketing ativo”, vêm sendo reiteradamente apontadas como incômodas e invasivas, sendo motivo de queixas frequentes junto a órgãos de defesa do consumidor, agências reguladoras e ao poder judiciário.

Leis Estaduais de São Paulo, Paraná, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraíba, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Ceará, Alagoas, introduziram medidas de fiscalização e controle com vistas a reduzir o desconforto do consumidor com as chamadas indesejadas. Implementaram cadastros regionais em que o consumidor registra seu número de telefone, expressando seu desejo de não receber chamadas de telemarketing ativo. Nesses Estados, o número de ligações indesejadas reduziu, conseqüentemente o número de reclamações também.

Em 2019, a ANATEL, como resultado de rodadas de diálogo com as empresas operadoras de telefonia, expediu o Despacho Decisório nº 3/2019/RCTS/SRC, determinando a criação da *Lista Nacional de Não Perturbe*. Trata-se de medida semelhante à adotada pelos Estados, mas agora em nível nacional. Essa Lista Nacional entrou em funcionamento em 16/07/2019, no endereço eletrônico <https://www.naomeperturbe.com.br/>, sítio mantido por um consórcio das empresas operadoras de telefonia.

Em 01/12/2020, o Conselho Diretor, por meio do Acórdão nº 636 da ANATEL, aprovou proposta de consulta pública para revisão do Regulamento Geral do Consumidor, aprovado pela Resolução 632/14, postulando que:

Art. 35 As Prestadoras devem observar os seguintes princípios ao realizar chamadas publicitárias ou para oferta de serviços e produtos, no caso de consentimento prévio, livre e expresso do Consumidor:

I - adequação dos horários para chamadas aos consumidores, respeitado o horário comercial;

II - observância de quantidade razoável de ligações para os Consumidores e não realização de chamadas de forma insistente;

III - respeito ao desejo dos Consumidores de não receber chamadas;

IV - tratamento adequado de reclamações sobre chamadas indesejadas; e

V - garantia de proteção aos dados pessoais.

Porém, em 12/03/2021, a Presidência da ANATEL expediu o Memorando nº 22/2021/EC, dirigido à Superintendência Executiva (SUE) da Agência Reguladora, em que traça um histórico das medidas adotadas e avalia que:

Mesmo diante das iniciativas já construídas no sentido de evitar-se a propagação das chamadas indesejadas para os consumidores, dentre elas destacando-se a criação do site www.naomeperturbe.com.br, entendo que as medidas até aqui adotadas, muito embora tenham apresentado efeitos, ainda não atingiram plenamente os fins desejados, sendo premente que a Anatel aprofunde essa discussão a fim de se evitar a perpetuidade de um problema que vem se arrastando ao longo de dois anos, com um incremento geral no volume de ligações ao longo de 2020.

*Considero que a **permanência de um cenário desfavorável aos usuários dos serviços de telecomunicações, somada à limitação das ações de autorregulação até então adotadas**, impõem a pronta reflexão e nova atuação deste Órgão Regulador no sentido de alterá-lo positivamente.* (Grifamos)

Logo, a avaliação da ANATEL, ocorrida a menos de um mês, é a de que as medidas adotadas ainda não foram suficientes para conter as chamadas comerciais indesejadas, deixando os consumidores em situação francamente desfavorável.

Levantamento realizado pelo jornal Valor Econômico¹, em 12/03/2021, mostra que o Brasil lidera o ranking mundial da importunação telefônica do consumidor. Segundo o jornal, em média, cada brasileiro recebeu 49,9 chamadas de SPAM (propaganda indesejada) por mês em 2020, mostrando uma tendência de alta em relação a anos anteriores. O site Reclame Aqui, especializado em reclamações de consumidores e citado na matéria do Valor Econômico, registrou alta das queixas por “ligações insistentes” de 4.756 em 2019 para 5.767 em 2020.

Por essa razão, o presente Projeto de Lei visa introduzir inovações na Lei de Defesa do Consumidor, com vistas a coibir as chamadas indesejadas.

Trata-se, primeiramente, de proibir a apresentação de publicidade por meio telefônico, mensagem eletrônica ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor, ressalvando-se apenas os casos em que o consumidor autorizar expressamente o contato por aquele fornecedor. Conforme se propõe neste Projeto de Lei, o consentimento do consumidor deve ser específico para cada fornecedor, sendo vedado ao fornecedor estender esse consentimento a terceiros – no dia-a-dia, os fornecedores informam aos consumidores que o consentimento é “estendido a parceiros da empresa”; está é a prática que se visa proibir.

1 Disponível em: <https://valor.globo.com/eu-e/noticia/2021/03/12/brasileiros-sao-as-maiores-vitimas-de-ligacoes-indesejadas-no-mundo.ghtml> , acesso em 05/04/2021.

Mesmo que o consumidor tenha apresentado o consentimento ao fornecedor, não poderá o fornecedor contatar o consumidor diretamente por meio de chamada telefônica. O fornecedor deverá enviar uma mensagem (SMS, whatsapp ou outro meio eletrônico) com a informação que orienta o consumidor a retornar a ligação. O objetivo disto é preservar o direito do consumidor à sua privacidade e intimidade, dando-lhe a opção de somente telefonar caso tenha real interesse na mensagem publicitária.

Além de definir a conduta de importunação do consumidor, o Projeto de Lei estabelece penalidades administrativas e criminais para os fornecedores que insistirem em importunar os consumidores. Para isso, o PL primeiramente reconhece as listas de impugnação de chamadas publicitárias (conhecidas popularmente como serviços de cadastro como “não me ligue”, ou “não me perturbe”). Em seguida, estabelece como agravante de pena para o fornecedor delitoso o desrespeito a essas listas e a reincidência da importunação dos consumidores. As reclamações registradas junto às instituições de defesa do consumidor poderão ser utilizadas para comprovar a ocorrência e a reincidência do fornecedor na importunação dos consumidores.

Por fim, considerando que a importunação por chamadas publicitárias costumeiramente atinge grande número de consumidores, acrescenta-se ao Código de Defesa do Consumidor um dispositivo que autoriza a apresentação de defesa coletiva de interesses e direitos dos consumidores quando se tratar de chamadas insistentes e outros tipos de importunação.

A inovação na legislação de defesa do consumidor é fundamental para se garantir a efetiva redução do número de chamadas publicitárias e retirar o Brasil do vergonhoso topo do ranking mundial de importunação do consumidor. Diante do exposto, conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões, 6 de Abril de 2021.

FÁBIO HENRIQUE
Deputado Federal
PDT/SE



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
 Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....
CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS
.....

Seção II
Da Oferta

.....
Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. [\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008\)](#)

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.
.....

Seção IV
Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [\(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)](#)

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não

existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)*](#)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)*](#)

XI - *Dispositivo acrescido pela Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999, transformado em inciso XIII, em sua conversão na Lei nº 9.870, de 23/11/1999*

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995\)*](#)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999\)*](#)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação\)*](#)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

Seção VI

Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

§ 1º É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.

§ 2º Aplicam-se a este artigo, no que couber, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste código.

Art. 45. (VETADO).

CAPÍTULO VII

DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (VETADO).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

TÍTULO II DAS INFRAÇÕES PENAIS

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa:

Parágrafo único. (VETADO).

TÍTULO III DA DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá

ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato;

II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base;

III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum.

Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente: *(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995)*

I - o Ministério Público,

II - a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;

III - as entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este código;

IV - as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este código, dispensada a autorização assemblear.

§ 1º O requisito da pré-constituição pode ser dispensado pelo juiz, nas ações previstas nos arts. 91 e seguintes, quando haja manifesto interesse social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou pela relevância do bem jurídico a ser protegido.

§ 2º (VETADO).

§ 3º (VETADO).

Art. 83. Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela.

Parágrafo único. (VETADO).

LEI Nº 13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) *(Ementa com redação dada pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019)*

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Parágrafo único. As normas gerais contidas nesta Lei são de interesse nacional e devem ser observadas pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios. *(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019)*

Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:

I - o respeito à privacidade;

- II - a autodeterminação informativa;
- III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
- IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
- V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
- VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e
- VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

.....

.....

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES

ACÓRDÃO Nº 636, DE 01 DE DEZEMBRO DE 2020

Processo nº 53500.061949/2017-68

Recorrente/Interessado: AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES

Conselheiro Relator: Emmanoel Campelo de Souza Pereira

Fórum Deliberativo: Reunião nº 893, de 26 de novembro de 2020

EMENTA

CONSULTA PÚBLICA. PROPOSTA DE REVISÃO DO REGULAMENTO GERAL DE DIREITOS DO CONSUMIDOR DE SERVIÇO DE TELECOMUNICAÇÕES. CONSULTA INTERNA. SUBMISSÃO DE PROPOSTA DE ATO NORMATIVO À CONSULTA PÚBLICA. AUDIÊNCIA PÚBLICA. EVENTOS DE DIÁLOGO COM A SOCIEDADE. DETERMINAÇÕES ADICIONAIS.

1. Proposta de Revisão do Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações (RGC), aprovado pela Resolução nº 632, de 7 de março de 2014.
2. Realização de Consulta Interna. Atendimento ao art. 60 do Regimento Interno da Anatel.
3. Submissão da minuta de ato normativo à Consulta Pública pelo prazo de 90 (noventa) dias.
4. A autorregulação é uma iniciativa que reforça a busca da Agência por uma regulação mais responsiva aliada a instrumentos modernos de sancionamento.
5. A reavaliação da permanência dos problemas levantados na Análise de Impacto Regulatório (AIR) após implementação dos normativos do Sistema de Autorregulação das Telecomunicações (SART) pode subsidiar proposta da Superintendência de Relações com Consumidores (SRC) quanto à necessidade de adoção de medidas, tais como ajustar a regulamentação em análise, antes que sua proposta final de revisão seja submetida novamente ao Conselho Diretor.
6. Audiência Pública para discussão ampla dos temas envolvidos e realização de evento de diálogo com a sociedade com registro nos autos.
7. Caso estejam vigentes as medidas restritivas adotadas em razão da propagação da COVID-19, que se realize, em substituição à Audiência Pública e ao evento de diálogo previsto, evento por meio de videoconferência, a ser transmitido em tempo real pela Internet.
8. Determinações adicionais.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos, acordam os membros do Conselho Diretor da

Anatel, por unanimidade, nos termos da Análise nº 274/2020/EC (SEI nº 6216787), integrante deste acórdão:

- a) submeter à Consulta Pública, pelo prazo de 90 (noventa) dias, incluída a realização de 1 (uma) Audiência Pública, em Brasília-DF, a proposta de Revisão do Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações (RGC), aprovado pela Resolução nº 632, de 7 de março de 2014, nos termos da Minuta de Resolução EC (SEI nº 5290678);
- b) determinar cautelarmente a suspensão imediata da eficácia do art. 40 do Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC, aprovado pela Resolução nº 632, de 7 de março de 2014, até que se ultime a revisão do citado Regulamento;
- c) receber a Petição SEI nº 6244764 apresentada pela OI S.A e acolher o pedido nela constante no sentido de suspender o art. 40 do RGC vigente;
- d) determinar à Superintendência de Planejamento e Regulamentação (SPR) que, em conjunto com as demais Superintendências envolvidas, realize evento de diálogo com a sociedade em São Paulo/SP, e registre seus resultados nos autos;
- e) determinar à Superintendência de Planejamento e Regulamentação (SPR), em conjunto com as demais Superintendências envolvidas, que, caso estejam vigentes as medidas restritivas adotadas em razão da propagação da COVID-19, realize, em substituição aos eventos previstos nas alíneas "a" e "d", evento por meio de videoconferência, a ser transmitido em tempo real pela Internet, durante o qual serão apresentadas as propostas objeto da Consulta Pública, e respondidos eventuais questionamentos encaminhados, por meio de correio eletrônico, pela sociedade; e,
- f) determinar à Superintendência de Relações com Consumidores (SRC):
 - f.1) a adoção de medidas imediatas no sentido de garantir aos consumidores, inclusive pelos meios digitais, o direito de migração de ofertas, incluindo aquelas que representem redução no valor pago pelo serviço ou nas condições por ele anteriormente contratadas, conforme previsto no art. 46 do RGC, aprovado pela Resolução nº 632/14; e,
 - f.2) que acompanhe a implementação do Sistema de Autorregulação das Telecomunicações (SART), reportando ao Conselho Diretor periodicamente os avanços alcançados, e, caso avalie necessário, proponha ajustes na presente proposta de RGC antes que o mesmo seja submetido para sua aprovação final.

Participaram da deliberação o Presidente Leonardo Euler de Moraes, os Conselheiros Carlos Manuel Baigorri, Emmanoel Campelo de Souza Pereira e Moisés Queiroz Moreira e o Conselheiro Substituto Abraão Balbino e Silva.

RESOLUÇÃO Nº 632, DE 7 DE MARÇO DE 2014

Aprova o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC.

O CONSELHO DIRETOR DA AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES, no uso das atribuições que lhe foram conferidas pelo art. 22 da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, e pelo art. 35 do Regulamento da Agência Nacional de Telecomunicações, aprovado pelo Decreto nº 2.338, de 7 de outubro de 1997,

CONSIDERANDO a análise das contribuições recebidas em decorrência da Consulta Pública nº 14, de 15 de março de 2013;

CONSIDERANDO o que consta dos autos do Processo nº 53500.011324/2010;

CONSIDERANDO deliberação tomada em sua Reunião nº 732, realizada em 20 de fevereiro de 2014,

RESOLVE:

Art. 1º Aprovar o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de

Telecomunicações, na forma do Anexo I a esta Resolução.

Art. 2º O Regulamento mencionado no art. 1º entra em vigor no prazo de 120 (cento e vinte) dias, a contar da data da publicação desta Resolução.

§ 1º As obrigações constantes do Regulamento serão plenamente exigíveis com a sua entrada em vigor, ressalvadas:

I - No prazo de 8 (oito) meses, as dispostas no:

a) Título III: art. 10; e,

b) Título IV: art. 48.

II - No prazo de 12 (doze) meses, as dispostas no:

a) Título III: arts. 21, 22 e 26;

b) Título IV: art. 44; e,

c) Título V: arts. 62 e 74, caput, incisos I, II, III, IV, V, VII e IX. (Retificação publicada no DOU de 7/7/2014)

III - No prazo de 18 (dezoito) meses, as dispostas no:

a) Título III: arts. 12, 34, 38, 39 e 40; e,

b) Título V: art. 80.

IV - No prazo de 24 (vinte e quatro) meses, as dispostas no:

a) Título V: art. 74, inciso VIII e parágrafo único. (Retificação publicada no DOU de 7/7/2014)

§ 2º As disposições do Título VI do Regulamento entram em vigor imediatamente, na data da publicação desta Resolução.

Art. 3º Aprovar, na forma do Anexo II a esta Resolução, alteração nos Regulamentos nele previstos.

§ 1º O Anexo II entra em vigor no prazo de 24 (vinte e quatro) meses, a contar da publicação desta Resolução.

§ 2º Em caso de conflito entre as disposições vigentes do Regulamento mencionado no art. 1º e os demais dispositivos regulamentares elencados ou não no Anexo II, terão precedência os do Regulamento aprovado por esta Resolução.

Art. 4º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

JOÃO BATISTA DE REZENDE

Presidente do Conselho

ANEXO I À RESOLUÇÃO Nº 632, DE 7 DE MARÇO DE 2014

REGULAMENTO GERAL DE DIREITOS DO CONSUMIDOR DE SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

TÍTULO III DO ATENDIMENTO

CAPÍTULO III DAS FORMAS DE ATENDIMENTO

Seção II Do Atendimento no Estabelecimento

Subseção I Do Setor de Atendimento Presencial

Art. 35. A Prestadora deve adotar medidas para que o Setor de Atendimento Presencial seja claramente identificável pelo Consumidor e observar as regras de acessibilidade dispostas em legislação específica.

§ 1º Os atendentes do Setor de Atendimento Presencial devem ter acesso aos sistemas da Prestadora, sendo vedado encaminhar o Consumidor para qualquer modalidade de Atendimento Remoto.

§ 2º Em caso de indisponibilidade de sistema, o Setor de Atendimento Presencial da Prestadora deve adotar alternativas para protocolizar e dar encaminhamento às demandas do Consumidor.

Art. 36. O Setor de Atendimento Presencial deve ser dimensionado de forma a atender o Consumidor em até 30 (trinta) minutos.

Parágrafo único. A Prestadora deve disponibilizar sistema de controle eletrônico por senha para acompanhamento do tempo de espera de cada Consumidor.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.407, DE 2021

(Do Sr. Celso Russomanno)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para proibir publicidade de bens e serviços por telefone sem o consentimento do consumidor.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9942/2018.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2021

(Do Sr. CELSO RUSSOMANNO)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para proibir publicidade de bens e serviços por telefone sem o consentimento do consumidor.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 6º
.....

XI – a proteção contra publicidade por telemarketing humano ou automatizado, e-mail ou qualquer meio eletrônico, sem prévio e expresso consentimento. ” (NR)

“Art. 36-A É proibida a publicidade por telefone de bens e serviços sem o consentimento do consumidor.

Parágrafo único. Será instituído, nos termos da regulamentação, cadastro nacional de consumidores interessados no recebimento de publicidade por telefone de bens e serviços. ”

Art. 2º Os infratores estarão sujeitos às sanções administrativas constantes do artigo 56 da Lei 8.078, de 1990, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas.

Art. 3º Esta lei entra em vigor após 90 (noventa) dias da data de sua publicação.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Celso Russomanno
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD217239706500>



JUSTIFICAÇÃO

O telemarketing tem sido um dos grandes incômodos na vida dos brasileiros. Boa parte das ligações que recebemos hoje são, quase invariavelmente, oriundas de algum “consultor” de empresas de marketing, sendo que muitas dessas chamadas são executadas por robôs que inserem gravações automaticamente nos telefonemas. São repetitivas e insistentes e feitas em qualquer horário do dia, incomodando o cidadão, não apenas em seu lar, como também perturbando nos momentos de lazer ou de descanso, ambiente de trabalho.

Os telefones fixos ou celulares, embora sejam dispositivos de uso privado, são vistos pelas empresas de telemarketing como um canal de acesso a potenciais consumidores.

No Brasil, ainda não existe legislação específica para chamadas por *bots*, ou seja, o chamado telemarketing robotizado. Por aqui, esse tipo de ligação ainda depende de autorregulação, conforme sabemos, onde sempre há favorecimento às empresas em detrimento da escolha consciente do consumidor.

O presente projeto visa justamente resgatar o caráter privado dos telefones fixos ou dos celulares. Esses dispositivos, bem como os serviços atrelados a eles, devem servir aos interesses de seus titulares, os quais são os únicos legitimados a apontar as finalidades a que se destinam.

Com esta proposta, visamos que as empresas estabeleçam contato - por meio de ligações telefônicas ou de texto - somente com as pessoas que se mostrarem interessadas nesse tipo de interação. Tal postura está em oposição à inversão de valores constatada atualmente, uma vez que as empresas de marketing ativo consideram o cidadão como alvo de um produto a ser comercializado, vendendo e negociando bancos de dados contatos para anunciantes e empresários.

Nesse sentido, a proposta cria o cadastro de habilitados ao recebimento de telemarketing e, com isso, o consumidor terá controle total



sobre as empresas e setores dos quais têm interesse em receber publicidade. É claro que essa alteração de paradigma exigirá maiores detalhamentos, os quais deverão ser tratados por regulamentação. Todavia, é preciso e urgente instituir o direito dos cidadãos à privacidade e à escolha sobre receber ou não determinado tipo de ligação ou mensagem.

Os meios de telecomunicação estão presentes na vida de praticamente todos os cidadãos brasileiros. São recursos que devem estar a serviço das pessoas e não a interesse de terceiros.

Com o intuito de corrigir os abusos hoje verificados, apresentamos o presente projeto de lei, para o qual solicitamos o apoio dos pares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2021.

Deputado **CELSO RUSSOMANNO**
Autor



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Celso Russomanno
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD217239706500>



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá
outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO III
DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.741, de 8/12/2012, publicada no DOU de 10/12/2012, em vigor 6 meses após a data de publicação\)*](#)

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (VETADO);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Parágrafo único. A informação de que trata o inciso III do *caput* deste artigo deve ser acessível à pessoa com deficiência, observado o disposto em regulamento. [*\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 13.146, de 6/7/2015, publicada no DOU de 7/7/2015, em vigor 180 dias após a sua publicação\)*](#)

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

CAPÍTULO V DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção III Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (VETADO).

CAPÍTULO VII DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (VETADO).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993*)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993*)

PROJETO DE LEI N.º 3.663, DE 2021

(Do Sr. Dagoberto Nogueira)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), criando o Cadastro Nacional de Habilitação para Ligações de Televendas e proibindo a realização de chamadas destinadas a promover a comercialização de serviços de telecomunicações para usuários não inscritos no Cadastro.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-2720/2019.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2021

(Do Sr. DAGOBERTO NOGUEIRA)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), criando o Cadastro Nacional de Habilitação para Ligações de Televendas e proibindo a realização de chamadas destinadas a promover a comercialização de serviços de telecomunicações para usuários não inscritos no Cadastro.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “*Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*”, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 38-A:

“Art. 38-A. Fica criado o Cadastro Nacional de Habilitação para Ligações de Televendas, composto pelos códigos de acesso telefônico dos usuários de serviços de telefonia que manifestarem interesse em receber chamadas telefônicas destinadas a promover a venda de serviços de telecomunicações.

§ 1º O Cadastro será criado, operacionalizado, mantido e atualizado pelo órgão regulador dos serviços de telecomunicações, que zelará pela proteção dos dados pessoais nele contidos, nos termos da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

§ 2º A prestadora de serviço de telecomunicações, diretamente ou por meio de terceiros, que efetuar chamada telefônica para código de acesso não inscrito no Cadastro será submetida às penalidades de que trata a Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997 – Lei Geral de Telecomunicações.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Dagoberto Nogueira
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215503475200>



§ 3º A inscrição e o cancelamento da inscrição no Cadastro serão realizados de forma gratuita e a qualquer tempo pelo usuário, mediante a apresentação de documentação que comprove o vínculo entre o solicitante e o código de acesso.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A democratização do acesso às redes de telefonia móvel foi acompanhada pela emergência dos serviços de *telemarketing*. No entanto, o uso indiscriminado dos recursos de televendas transformou-se em verdadeiro transtorno para os usuários, que hoje se veem obrigados a lidar com o crescimento descontrolado do número de ligações indesejadas, não raro recebidas de forma reiterada e em horários inadequados.

No intuito de mitigar a proliferação dessa prática, em 2019 as grandes empresas de telefonia em operação no País lançaram o serviço “Não me perturbe”, destinado a manter uma lista de assinantes que manifestassem interesse em não receber chamadas destinadas a promover a venda de serviços de telecomunicações.

Embora seus primeiros resultados tenham se revelado animadores, com o passar do tempo, a iniciativa deixou de produzir os efeitos que dela se esperava. Não por acaso, este ano o IDEC e a própria Anatel reconheceram a ineficácia da ferramenta fornecida pelas empresas¹, tendo em vista o incremento do número de queixas registradas junto aos órgãos de defesa do consumidor contra o recebimento de ligações de *telemarketing*.

Um dos principais motivos apontados para o insucesso dessa iniciativa decorre da inexistência de dispositivos legais que inibam o descumprimento das regras estabelecidas no código de conduta criado pelas prestadoras. Além disso, para que o modelo disponha de maior efetividade,

1 Informação disponível no endereço eletrônico <https://teletime.com.br/09/02/2021/anatel-diz-que-autorregulacao-nao-entregou-resultados-esperados-teles-contestam/>, acessado em 8/10/21.

Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Dagoberto Nogueira

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215503475200>



instituições como o IDEC alegam que a sistemática empregada deve se basear não em um cadastro negativo de assinantes, como ocorre hoje, mas em uma lista de usuários que demonstrem previamente o interesse em receber chamadas de *telemarketing*². De acordo com o modelo defendido pela entidade, as ligações efetuadas para promover ações de vendas só poderiam ser destinadas aos consumidores que efetivamente estivessem dispostos a receber informações sobre os bens e serviços ofertados, respeitando-se, portanto, o direito dos demais usuários de não serem importunados com o recebimento de ligações indesejadas.

Sob a inspiração dessa proposta, elaboramos o presente projeto de lei com o objetivo de determinar a criação do Cadastro Nacional de Habilitação para Ligações de Televendas, composto pelos usuários de telefonia que manifestarem interesse em receber chamadas destinadas a promover a venda de serviços de telecomunicações. Em complemento, a proposição veda a realização de ligações de *telemarketing* para assinantes não inscritos no Cadastro, sob pena da aplicação das penalidades previstas na Lei Geral de Telecomunicações (Lei nº 9.472/97), em caso de descumprimento dessa determinação.

A iniciativa, ao mesmo tempo em que preserva o direito das operadoras de promover ações de *marketing* por meio dos serviços de telefonia, também estabelece um instrumento efetivo de proteção do consumidor, evitando, assim, que os usuários sejam submetidos a uma rotina de aborrecimentos e desassossego com o recebimento de ligações inoportunas.

Desse modo, considerando a importância da matéria, solicitamos o apoio dos eminentes Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2021.

Deputado DAGOBERTO NOGUEIRA

2021-16725



2 Informação disponível no endereço eletrônico <https://www.mobiletime.com.br/noticias/27/09/2021/nao-me-perturbe-e-ineficaz-diz-coordenador-do-idec/>, acessado em 8/10/21.

Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Dagoberto Nogueira

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215503475200>



* C D 2 1 5 5 0 3 4 7 5 2 0 0 *

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá
outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção III
Da Publicidade

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

Seção IV
Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994](#)

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo

Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)](#)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)](#)

XI - Dispositivo acrescido pela [Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999, transformado em inciso XIII, em sua conversão na Lei nº 9.870, de 23/11/1999](#)

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995\)](#)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999\)](#)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação\)](#)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

.....

.....

LEI Nº 13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais
(LGPD) [\(Ementa com redação dada pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019\)](#)

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Parágrafo único. As normas gerais contidas nesta Lei são de interesse nacional e devem ser observadas pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios. [\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019\)](#)

Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:

- I - o respeito à privacidade;
- II - a autodeterminação informativa;
- III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
- IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
- V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
- VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e

VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

.....

.....

LEI Nº 9.472, DE 16 DE JULHO DE 1997

Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO I DOS PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

Art. 1º Compete à União, por intermédio do órgão regulador e nos termos das políticas estabelecidas pelos Poderes Executivo e Legislativo, organizar a exploração dos serviços de telecomunicações.

Parágrafo único. A organização inclui, entre outros aspectos, o disciplinamento e a fiscalização da execução, comercialização e uso dos serviços e da implantação e funcionamento de redes de telecomunicações, bem como da utilização dos recursos de órbita e espectro de radiofrequências.

Art. 2º O Poder Público tem o dever de:

I - garantir, a toda a população, o acesso às telecomunicações, a tarifas e preços razoáveis, em condições adequadas;

II - estimular a expansão do uso de redes e serviços de telecomunicações pelos serviços de interesse público em benefício da população brasileira;

III - adotar medidas que promovam a competição e a diversidade dos serviços, incrementem sua oferta e propiciem padrões de qualidade compatíveis com a exigência dos usuários;

IV - fortalecer o papel regulador do Estado;

V - criar oportunidades de investimento e estimular o desenvolvimento tecnológico e industrial, em ambiente competitivo;

VI - criar condições para que o desenvolvimento do setor seja harmônico com as metas de desenvolvimento social do País;

VII - criar condições para ampliação da conectividade e da inclusão digital, priorizando a cobertura de estabelecimentos públicos de ensino. [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 14.173, de 15/6/2021\)*](#)

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.232, DE 2021

(Do Sr. Nicoletti)

Institui o cadastro telefônico nacional de instituições de telemarketing e altera as Leis nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e nº 9.472, de 16 de julho de 1997, para identificar as chamadas telefônicas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9615/2018.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2021

(Do Sr. NICOLETTI)

Institui o cadastro telefônico nacional de instituições de telemarketing e altera as Leis nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e nº 9.472, de 16 de julho de 1997, para identificar as chamadas telefônicas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica instituído o cadastro telefônico nacional de instituições de telemarketing.

§ 1º Regulamento disporá sobre a forma de implementação e funcionamento do cadastro, bem como as informações que deverão constar dele.

§ 2º A consulta ao cadastro mencionado no caput deste artigo deverá ser pública e gratuita.

§ 3º Compreende-se como telemarketing, para efeito desta lei, a promoção de vendas de produtos e serviços por telefone, bem como serviços de cobrança de quaisquer naturezas, não importando, para efeito da presente lei, que seja realizada diretamente por funcionários da empresa, por terceiros contratados, por gravações ou qualquer outro meio.

Art. 2º O art. 33 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com o seguinte acréscimo, renomeando-se o parágrafo único para § 1º.

“Art. 33.....

.....

§ 2º É proibida a publicidade de bens e serviços por ligação telefônica ou por mensagens de texto por entidade não registrada em cadastro telefônico nacional de telemarketing.” (NR)



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Nicoletti
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD216176720300>



Art. 3º O art. 3º da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, passa a vigorar com os seguintes acréscimos, renomeando-se o parágrafo único para § 1º:

“Art. 3º

.....

XIII – de solicitar gratuitamente à sua prestadora o não recebimento de ligações e mensagens advindas de entidades registradas no cadastro telefônico nacional de instituições de telemarketing.

.....

§ 2º O direito previsto no inciso VI do caput deste artigo não se aplica aos códigos de acesso telefônico que constem do cadastro telefônico nacional de instituições de telemarketing.” (NR)

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, exceto os arts. 2º e 3º, que entram em vigor em 180 (cento e oitenta) dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Com as diversas possibilidades de comunicação que temos atualmente, como envio de mensagens de texto, de vídeos e de áudios, as chamadas telefônicas tradicionais ficaram mais reservadas a assuntos urgentes, em que a comunicação precisa ser imediata. No entanto, muitas vezes somos surpreendidos com ligações de telemarketing e, imaginando que possa ser algo importante e imprescindível, atendemos. Com isso, a atividade de telemarketing tem causado diversos transtornos à população brasileira, desde a perda de tempo para atender ligações indesejadas, até a elevação dos níveis de stress por acreditar que alguma emergência esteja acontecendo.

A sugestão ora apresentada é proporcionar ao cidadão formas de se proteger contra essas ligações muitas vezes insistentes e também outras formas de marketing ativo, como o envio de mensagens de texto. A proposta é que as empresas interessadas em realizar esse tipo de atividade tenham sua



identificação pública e obrigatória, de forma que o usuário possa não atender, não abrir a mensagem ou, até mesmo, solicitar o bloqueio de tais contatos.

A presente iniciativa é complementar a algumas outras já existentes de cadastro de usuários que não desejam receber ligações de telemarketing. Exemplos dessas soluções são o serviço “Não me Perturbe”¹, bem como determinações similares, como a Lei nº 13.226 do Estado de São Paulo, que, desde 2008, já instituiu um cadastro nesses moldes. Esses cadastros auxiliam o usuário a se defender, mas têm sido insuficientes, uma vez que o Brasil segue como um dos líderes mundiais no recebimento de ligações indesejadas².

A proposição acima se baseia nas iniciativas mencionadas acima, tomando definições da referida lei paulista e deixando a implementação do cadastro para ser definida em regulamento, pois diversas podem ser as soluções, como o aproveitamento de cadastros governamentais já existentes, a construção de cadastros privados, como o “Não me perturbe”, bem como outras soluções. O importante é que esse cadastro seja acessível pelo público, de modo que a consulta e o bloqueio sejam possíveis.

Outra frente importante da proposta é instituir o direito de o usuário dos serviços de telecomunicações solicitar à sua prestadora o bloqueio do recebimento de ligações e mensagens de telemarketing. A combinação desse direito com a autorização de realização dessas atividades somente às entidades registradas no cadastro, inserida no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), constitui uma proteção mais robusta aos cidadãos que podem, assim, se resguardar contra os seguidos abusos praticados pelas empresas de telemarketing.

Acreditamos que com essa medida haverá maior proporcionalidade na relação entre as partes. Se a empresa de telemarketing conhece para quem está ligando, seria justo que o cidadão também conhecesse quem está originando a chamada. Com o cadastro das empresas de telemarketing e de seus números telefônicos, será possível que o número de origem seja consultado e que o nome da empresa seja apresentado ao

¹ O serviço pode ser acessado pelo seguinte endereço eletrônico: <https://www.naomeperturbe.com.br/>

² Fonte: <https://valor.globo.com/eu-e/noticia/2021/03/12/brasileiros-sao-as-maiores-vitimas-de-ligacoes-indesejadas-no-mundo.ghtml>

Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Nicoletti

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD216176720300>



usuário na tela de seu celular, que terá meios para decidir se atende ou não à chamada. No caso da telefonia fixa, não seria possível fazer essa identificação chamada a chamada, uma vez que as telas, quando existem, não costumam ser grandes, o que é mais uma razão para se instituir o direito de o usuário pode solicitar o bloqueio dessas chamadas à sua operadora.

Estamos certos de que novas iniciativas devem ser implementadas para conter o problema das chamadas e mensagens publicitárias indesejadas e, por esse motivo, oferecemos a presente proposta convictos de que é uma contribuição significativa em sua resolução. Por essas razões, pedimos o apoio dos nobres pares na aprovação desta medida.

Sala das Sessões, em de de 2021.

Deputado NICOLETTI

2021-16847



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Nicoletti
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD216176720300>



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

DECRETO-LEI Nº 667, DE 2 DE JULHO DE 1969

Reorganiza as Polícias Militares e os Corpos de Bombeiros Militares dos Estados, dos Territórios e do Distrito Federal, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando das atribuições que lhe confere o § 1º do artigo 2º do Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1968,

DECRETA:

Art. 1º As Polícias Militares consideradas forças auxiliares, reserva do Exército, serão organizadas na conformidade deste Decreto-lei.

Parágrafo único. O Ministério do Exército exerce o controle e a coordenação das Polícias Militares, sucessivamente através dos seguintes órgãos, conforme se dispuser em regulamento:

- a) Estado-Maior do Exército em todo o território nacional;
- b) Exércitos e Comandos Militares de Áreas nas respectivas jurisdições;
- c) Regiões Militares nos territórios regionais.

Art. 2º A Inspetoria-Geral das Polícias Militares, que passa a integrar, organicamente, o Estado-Maior do Exército incumbe-se dos estudos, da coleta e registro de dados bem como do assessoramento referente ao controle e coordenação, no nível federal, dos dispositivos do presente Decreto-lei.

Parágrafo único. O cargo de Inspetor-Geral das Polícias Militares será exercido por um General-de-Brigada da ativa.

.....
CAPÍTULO VII

DAS VEDAÇÕES, DOS DIREITOS, DOS DEVERES, DA REMUNERAÇÃO, DAS PRERROGATIVAS, DA INATIVIDADE E DA PENSÃO

(Denominação do capítulo com redação dada pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019)

.....
 Art. 24. Os direitos, os deveres, a remuneração, as prerrogativas e outras situações especiais dos militares dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios são estabelecidos em leis específicas dos entes federativos, nos termos do § 1º do art. 42, combinado com o inciso X do § 3º do art. 142 da Constituição Federal. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019)*

Art. 24-A. Observado o disposto nos arts. 24-F e 24-G deste Decreto-Lei, aplicam-se aos militares dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios as seguintes normas gerais relativas à inatividade:

I - a remuneração na inatividade, calculada com base na remuneração do posto ou da graduação que o militar possuir por ocasião da transferência para a inatividade remunerada, a pedido, pode ser:

- a) integral, desde que cumprido o tempo mínimo de 35 (trinta e cinco) anos de serviço, dos quais no mínimo 30 (trinta) anos de exercício de atividade de natureza militar; ou
- b) proporcional, com base em tantas quotas de remuneração do posto ou da graduação quantos forem os anos de serviço, se transferido para a inatividade sem atingir o referido tempo mínimo;

II - a remuneração do militar reformado por invalidez decorrente do exercício da função ou em razão dela é integral, calculada com base na remuneração do posto ou da graduação que possuir por ocasião da transferência para a inatividade remunerada;

III - a remuneração na inatividade é irredutível e deve ser revista automaticamente na mesma data da revisão da remuneração dos militares da ativa, para preservar o valor equivalente à remuneração do militar da ativa do correspondente posto ou graduação; e

IV - a transferência para a reserva remunerada, de ofício, por atingimento da idade-limite do posto ou graduação, se prevista, deve ser disciplinada por lei específica do ente federativo, observada como parâmetro mínimo a idade-limite estabelecida para os militares das Forças Armadas do correspondente posto ou graduação.

Parágrafo único. A transferência para a reserva remunerada, de ofício, por inclusão em quota compulsória, se prevista, deve ser disciplinada por lei do ente federativo. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019\)](#)

Art. 24-B. Aplicam-se aos militares dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios as seguintes normas gerais relativas à pensão militar:

I - o benefício da pensão militar é igual ao valor da remuneração do militar da ativa ou em inatividade;

II - o benefício da pensão militar é irredutível e deve ser revisto automaticamente, na mesma data da revisão das remunerações dos militares da ativa, para preservar o valor equivalente à remuneração do militar da ativa do posto ou graduação que lhe deu origem; e

III - a relação de beneficiários dos militares dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios, para fins de recebimento da pensão militar, é a mesma estabelecida para os militares das Forças Armadas. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019\)](#)

Art. 24-C. Incide contribuição sobre a totalidade da remuneração dos militares dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios, ativos ou inativos, e de seus pensionistas, com alíquota igual à aplicável às Forças Armadas, cuja receita é destinada ao custeio das pensões militares e da inatividade dos militares.

§ 1º Compete ao ente federativo a cobertura de eventuais insuficiências financeiras decorrentes do pagamento das pensões militares e da remuneração da inatividade, que não tem natureza contributiva.

§ 2º Somente a partir de 1º de janeiro de 2025 os entes federativos poderão alterar, por lei ordinária, as alíquotas da contribuição de que trata este artigo, nos termos e limites definidos em lei federal. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019\)](#)

Art. 24-D. Lei específica do ente federativo deve dispor sobre outros aspectos relacionados à inatividade e à pensão militar dos militares e respectivos pensionistas dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios que não conflitem com as normas gerais estabelecidas nos arts. 24-A, 24-B e 24-C, vedada a ampliação dos direitos e garantias nelas previstos e observado o disposto no art. 24-F deste Decreto-Lei.

Parágrafo único. Compete à União, na forma de regulamento, verificar o cumprimento das normas gerais a que se refere o *caput* deste artigo. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019\)](#)

Art. 24-E. O Sistema de Proteção Social dos Militares dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios deve ser regulado por lei específica do ente federativo, que estabelecerá seu modelo de gestão e poderá prever outros direitos, como saúde e assistência, e sua forma de custeio.

Parágrafo único. Não se aplica ao Sistema de Proteção Social dos Militares dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios a legislação dos regimes próprios de previdência social dos servidores públicos. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019\)](#)

Art. 24-F. É assegurado o direito adquirido na concessão de inatividade remunerada aos militares dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios, e de pensão militar aos seus

beneficiários, a qualquer tempo, desde que tenham sido cumpridos, até 31 de dezembro de 2019, os requisitos exigidos pela lei vigente do ente federativo para obtenção desses benefícios, observados os critérios de concessão e de cálculo em vigor na data de atendimento dos requisitos. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019\)](#)

Art. 24-G. Os militares dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios que não houverem completado, até 31 de dezembro de 2019, o tempo mínimo exigido pela legislação do ente federativo para fins de inatividade com remuneração integral do correspondente posto ou graduação devem:

I - se o tempo mínimo atualmente exigido pela legislação for de 30 (trinta) anos ou menos, cumprir o tempo de serviço faltante para atingir o exigido na legislação do ente federativo, acrescido de 17% (dezesete por cento); e

II - se o tempo mínimo atualmente exigido pela legislação for de 35 (trinta e cinco) anos, cumprir o tempo de serviço exigido na legislação do ente federativo.

Parágrafo único. Além do disposto nos incisos I e II do *caput* deste artigo, o militar deve contar no mínimo 25 (vinte e cinco) anos de exercício de atividade de natureza militar, acrescidos de 4 (quatro) meses a cada ano faltante para atingir o tempo mínimo exigido pela legislação do ente federativo, a partir de 1º de janeiro de 2022, limitado a 5 (cinco) anos de acréscimo. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019\)](#)

Art. 24-H. Sempre que houver alteração nas regras dos militares das Forças Armadas, as normas gerais de inatividade e pensão militar dos militares dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios, estabelecidas nos arts. 24-A, 24-B e 24-C deste Decreto-Lei, devem ser ajustadas para manutenção da simetria, vedada a instituição de disposições divergentes que tenham repercussão na inatividade ou na pensão militar. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019\)](#)

Art. 24-I. Lei específica do ente federativo pode estabelecer:

I - regras para permitir que o militar transferido para a reserva exerça atividades civis em qualquer órgão do ente federativo mediante o pagamento de adicional, o qual não será incorporado ou contabilizado para revisão do benefício na inatividade, não servirá de base de cálculo para outros benefícios ou vantagens e não integrará a base de contribuição do militar; e

II - requisitos para o ingresso de militares temporários, mediante processo seletivo, cujo prazo máximo de permanência no serviço ativo será de 8 (oito) anos, observado percentual máximo de 50% (cinquenta por cento) do efetivo do respectivo posto ou graduação.

§ 1º O militar temporário de que trata o inciso II do *caput* deste artigo contribuirá de acordo com o disposto no art. 24-C deste Decreto-Lei e fará jus aos benefícios de inatividade por invalidez e pensão militar durante a permanência no serviço ativo.

§ 2º Cessada a vinculação do militar temporário à respectiva corporação, o tempo de serviço militar será objeto de contagem recíproca para fins de aposentadoria no Regime Geral de Previdência Social ou em regime próprio de previdência social, sendo devida a compensação financeira entre os regimes. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019\)](#)

Art. 24-J. O tempo de serviço militar e o tempo de contribuição ao Regime Geral de Previdência Social ou a regime próprio de previdência social terão contagem recíproca para fins de inativação militar ou aposentadoria, e a compensação financeira será devida entre as receitas de contribuição referentes aos militares e as receitas de contribuição referentes aos demais regimes. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 13.954, de 16/12/2019\)](#)

Art. 25. Aplicam-se ao pessoal das Polícias Militares:

a) as disposições constitucionais relativas ao alistamento eleitoral e condições de elegibilidade dos militares;

b) as disposições constitucionais relativas às garantias, vantagens prerrogativas e deveres, bem como tôdas as restrições ali expressas, ressalvado o exercício de cargos de interesse policial assim definidos em legislação própria.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 346, DE 2022

(Do Sr. Bibó Nunes)

Estabelece regras de proteção aos consumidores quanto ao uso abusivo de serviços de Telemarketing Ativo.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9942/2018.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2022
(Do Sr. BIBO NUNES)

Estabelece regras de proteção aos consumidores quanto ao uso abusivo de serviços de Telemarketing Ativo.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece regras de proteção aos consumidores quanto ao uso abusivo de serviços de Telemarketing Ativo.

§1º Para os fins desta Lei, considera-se serviço de telemarketing ativo, a oferta de produtos e serviços por meio de canais telefônicos ou qualquer outro meio que se utilize dos códigos de acesso de serviços de telecomunicações, incluindo ligações, correspondências eletrônicas, mensagens de texto, inclusive via aplicativos e outros canais de comunicação pela internet.

§2º Considera-se abusivo o telemarketing ativo que não observar as normas estabelecidas por esta Lei.

Art. 2º Os serviços de telemarketing ativo obedecerão aos princípios da dignidade, boa-fé, transparência, eficiência, eficácia, celeridade e cordialidade, bem como às disposições da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais) e de demais normas aplicáveis.

Art. 3º O uso de telemarketing ativo somente poderá ocorrer mediante fornecimento de consentimento pelo consumidor, ainda que os dados pessoais necessários à realização da comunicação tenham sido manifestamente publicados pelo titular.

§1º O consentimento de que trata o caput deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular.

§2º No consentimento fornecido por escrito, especialmente em contrato de adesão, deverá constar cláusula específica, independente e destacada quanto a essa manifestação de vontade.

§3º Ainda que haja fornecimento de consentimento do consumidor para recebimento de telemarketing ativo, a comunicação deverá atender aos critérios estabelecidos no art. 5º desta Lei e demais normas aplicáveis.

§4º O consentimento de que trata o *caput* deverá ser prévio e se dar mediante



manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o consumidor concorda especificamente com o recebimento de telemarketing ativo em cada um de seus meios de comunicação, sendo nulas autorizações genéricas.

§5º O consentimento poderá ser revogado a qualquer momento mediante manifestação expressa do consumidor, por procedimento gratuito e facilitado.

§6º A imposição de óbices à revogação do consentimento concedido configurará infração grave para efeitos de dosimetria da sanção, nos termos do art. 52 da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

§7º Cabe ao fornecedor o ônus da prova de que o consentimento foi obtido em conformidade com o disposto nesta Lei e demais normas aplicáveis.

§8º Os operadores de telemarketing ativo devem ser capazes de informar a origem do consentimento para o contato realizado e a fonte das informações e dos dados pessoais utilizados para contatar o consumidor.

Art. 4º A inobservância das disposições desta Lei ensejará aplicação das sanções previstas pela Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), nos termos do regulamento de sanções da Agência Nacional de Proteção de Dados Pessoais (ANPD).

Parágrafo único. O disposto neste artigo não substitui a aplicação de sanções administrativas, civis ou penais definidas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e em legislação específica.

Art. 5º O Poder Executivo Federal regulamentará o disposto nesta Lei no prazo de 120 (cento e vinte) dias após sua publicação, incluindo:

I - a definição de taxa máxima de abandono de ligações que consistirá no número máximo de chamadas, por consumidor, realizadas por sistemas eletrônicos automatizados ou por operadores humanos, em que possa ocorrer a interrupção da ligação por parte do fornecedor antes ou depois de atendida pelo consumidor;

II - o número limite diário, semanal e mensal de tentativas de contato com o mesmo consumidor, incluindo ligações, mensagens, comunicação por meio de aplicativos, dentre outros;

III - os horários e dias da semana em que é permitido promover comunicações de telemarketing ativo aos consumidores; e

IV - as informações a serem fornecidas imediatamente pelo operador ao contatar o consumidor, como nome do operador e da empresa.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor 120 (cento e vinte) dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O objetivo deste Projeto é findar, de uma vez por todas, com a abusividade das práticas de telemarketing ativo na rotina dos consumidores brasileiros. Chamadas



insistentes para venda de produtos ou serviços, em dias e horários inapropriados e uso abusivo de robôs são alguns dos problemas mais comuns dos cidadãos vítimas de telemarketing abusivo.

Segundo o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC)¹, os brasileiros recebem uma média de 50 chamadas indesejadas por mês, o que posiciona o país no topo do ranking das vítimas desse abuso. Ademais, pesquisa realizada pela Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), em 2019, revelou que 92,5% das pessoas entrevistadas afirmaram receber ligações indesejadas de telemarketing. Além desse transtorno, 80,6% dessas ligações caem ou ficam mudas assim que atendidas (abandono de ligações), sendo que 48,7% são realizadas por robôs².

Os impactos nocivos dessa prática na qualidade de vida dos consumidores são enormes e algumas medidas têm sido adotadas na tentativa de combatê-la, o que inclui a criação de listas de bloqueio em diversos estados brasileiros e a iniciativa federal Não Me Perturbe³. Contudo, apesar dos esforços do poder público, os dados e inúmeros relatos em todo o Brasil revelam que as práticas abusivas se mantêm.

Diante dessa realidade, temos assistido à propositura de inúmeros Projetos de Lei nesta Casa no intuito de cessar prática tão abusiva. Todavia, seguem o mesmo caminho no sentido de criarem mais listas de bloqueios ou de, ainda, fixarem a proibição veemente de ligações automatizadas.

Primeiramente, a proibição do uso de técnicas avançadas pelas empresas para aprimoramento de suas estratégias de marketing não deve ser o foco, pois há o risco de se obstaculizar a inovação dos modelos de negócio e até mesmo a liberdade de iniciativa. Além disso, tal tipo de proibição não garante combate eficaz a abordagens de marketing abusivas, pois elas podem ocorrer ainda que por meios não automatizados.

Por sua vez, o estabelecimento de listas de bloqueios não tem se mostrado eficiente, pois não são plenamente respeitadas e muitos cidadãos simplesmente desconhecem, não têm acesso a elas e/ou as consideram burocráticas.

É ainda necessário reconhecer que a criação de listas de bloqueios resulta no uso massivo de dados pessoais dos consumidores, o que exige a incidência das disposições da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD - Lei n. 13.709/2018). Em decorrência disso, mero pedido do consumidor para constar de listas de bloqueio não é suficiente para suprir a necessidade de consentimento para recebimento de abordagens de telemarketing ativo, pois a LGPD exige consentimento livre e específico para autorização do uso de dado pessoal em tais circunstâncias.

1 Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC). *TELEMARKETING, DIREITO DO CONSUMIDOR E DIREITO À PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS. Nota técnica sobre práticas abusivas, iniciativas implementadas pelo poder público e empresas, e bases legais para práticas de telemarketing*. Maio de 2021.

2 http://www.mpce.mp.br/wp-content/uploads/2019/05/pesquisa_Ligacoes_indesejadas.pdf

3 Lista Nacional que entrou em funcionamento em 2019, no endereço eletrônico <https://www.naomeperturbe.com.br>, e é mantida por consórcio das empresas operadoras de telefonia. É necessário frisar que a iniciativa abrange apenas oferta de operações de Empréstimo Consignado e Cartão de Crédito Consignado (Bancos) ou oferta de Telefone móvel, telefone fixo, TV e Internet (Prestadoras).



Conforme destaca o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC)⁴:

Analisada a LGPD, à luz do fato notório do número de telefone ser um dado pessoal, entende-se que seu uso para a finalidade específica de telemarketing só pode ser realizado após consentimento prévio do consumidor. Não há outra base legal possível para o uso de dados pessoais para fins de publicidade, marketing ou vendas, sendo salutar legislação federal específica que reconheça e incorpore essa orientação.

Nesse sentido, o presente Projeto propõe a definição do direito do consumidor de não receber comunicações de telemarketing ativo como REGRA, tornando exceção a abordagem por tais empresas, e somente mediante consentimento prévio, específico e concedido mediante manifestação livre, informada e inequívoca (art. 5º, XII, da LGPD). Como consequência, há ainda inversão do ônus da prova, cabendo à empresa comprovar que obteve previamente o consentimento e disponibilizar meio para que o consumidor possa revogá-lo a qualquer tempo, caso assim o deseje.

Após o estabelecimento do consentimento como premissa, são também firmadas balizas para a prática adequada de telemarketing ativo, tal como a definição de número máximo de abordagens diárias, semanais e mensais ao mesmo consumidor e fixação de dias e horários limitados para realização de contato.

É importante ressaltar igualmente, que a presente proposta não abrange apenas chamadas telefônicas, mas também correspondências eletrônicas e mensagens via SMS ou aplicativos. Além disso, as regras propostas não se aplicam apenas às ofertas praticadas por empresas de telecomunicações a seus clientes, mas a qualquer empresa que se utilize de telemarketing ativo para ofertar produtos e serviços.

O presente Projeto busca restabelecer o respeito ao direito de não importunação dos consumidores. Os abusos são recorrentes e a grande maioria dos cidadãos possui relatos lamentáveis acerca das abordagens de telemarketing ativo. A proposta vem, portanto, ao encontro do anseio dos brasileiros.

Considerando, pois, a relevância da matéria, conto com o apoio dos nobres pares.

Sala das Sessões, de fevereiro de 2022

DEPUTADO BIBO NUNES
RS

⁴ Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC). *TELEMARKETING, DIREITO DO CONSUMIDOR E DIREITO À PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS. Nota técnica sobre práticas abusivas, iniciativas implementadas pelo poder público e empresas, e bases legais para práticas de telemarketing.* Maio de 2021.



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
 Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

.....

LEI Nº 13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) ([*Ementa com redação dada pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019*](#))

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Parágrafo único. As normas gerais contidas nesta Lei são de interesse nacional e devem ser observadas pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios. ([*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019*](#))

Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:

- I - o respeito à privacidade;
- II - a autodeterminação informativa;
- III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
- IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;

V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e
VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 515, DE 2022

(Do Sr. José Medeiros)

Dispõe sobre o uso abusivo dos meios de telecomunicação.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-346/2022.



Câmara dos Deputados
Gabinete do Deputado Federal José Medeiros

Apresentação: 09/03/2022 18:07 - Mesa

PL n.515/2022

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2022
(Do Sr. JOSÉ MEDEIROS)

Dispõe sobre o uso abusivo dos meios de telecomunicação.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece limites ao uso repetido e abusivo de sistemas de telecomunicações com vistas a proteger a intimidade e o sossego dos cidadãos.

Art. 2º O uso sistemático e repetido de sistemas telefônicos ou de comunicações eletrônicas automatizados sem consentimento dos interlocutores ou destinatários é considerado perturbação da paz e do sossego, sujeitando o responsável às seguintes penalidades:

I – multa;

II – indenização por danos aos afetados;

III – interrupção dos serviços de telecomunicações, única e exclusivamente do infrator, utilizados no cometimento da infração.

§ 1º A perturbação da paz e do sossego estará caracterizada independentemente de haver interesse comercial nas comunicações.

§ 2º As penas de multa e de indenização por danos aos afetados serão graduadas de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do ofensor, e serão aplicadas em valores não inferiores a duzentos reais e não superiores a dois milhões de reais cada uma.

§ 3º A infração cometida com uso de sistemas de comunicação por voz ou vídeo será considerada mais grave que aquela cometida por uso de sistemas de comunicação via texto.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. José Medeiros
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD227897694700>



§ 4º Os valores recolhidos a título de multa serão revertidos para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos.

Art. 3º O art. 42 do Decreto-lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso V:

“Art.

42.

....

V – mediante o uso sistemático e repetido de sistemas telefônicos ou de comunicações eletrônicas automatizados sem consentimento dos interlocutores ou destinatário. (NR)”

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

As tecnologias de informação e comunicações passaram por um processo de desenvolvimento absolutamente sem precedentes na história da humanidade nas últimas décadas. Há não mais que 30 anos atrás, a palavra telecomunicações era usada para se referir, basicamente, a televisão a cabo e telefonia fixa. De lá para cá, um verdadeiro universo de possibilidade se descortinou diante de nossos olhos. Telefonia móvel, internet em alta velocidade, mensagens de vídeo e *live streaming* são algumas das tecnologias de comunicação, rotineiras nos dias de hoje, consideradas impensáveis poucos anos atrás.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. José Medeiros
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD227897694700>



Esse admirável progresso humano veio acompanhado ainda da redução vertiginosa no custo marginal do uso dos sistemas. Comunicações por texto, como e-mails e SMS, e mesmo comunicações por voz, como ligações telefônicas, beiram a gratuidade, bastando que o usuário arque com um custo fixo mensal para ter acesso a essas tecnologias de forma ilimitada.

Lamentavelmente, esse novo cenário deu margem para o surgimento de um vasto contingente de empresas especializadas em se aproveitar dos baixos custos das telecomunicações para acabar com a paz dos cidadãos. Por meio de repetidas e insistentes mensagens de texto, e-mails e ligações telefônicas, somos hoje constantemente bombardeados por propagandas e ofertas dos mais variados produtos e serviços. Chegamos ao ponto em que muitas pessoas se abstém de atender chamadas telefônicas oriundas de números desconhecidos. O terminal telefônico está se transformando em um verdadeiro estorvo em nossas vidas.

Como resposta parcial a esse movimento, a Agência Nacional de Telecomunicações criou o Não Me Perturbe, um sistema em que qualquer cidadão pode cadastrar seu número telefônico para não receber ligações de telemarketing de empresas de telecomunicações e de alguns bancos parceiros. Entretanto, a efetividade do sistema é bastante limitada, por duas razões: está restrita a bancos e a empresas de telecomunicações; depende da boa vontade das empresas participantes. Assim, ainda que a iniciativa seja louvável, é certo que não foi capaz de enfrentar o problema de forma satisfatória.

Por essas razões, elaboramos a presente proposição legislativa. Nosso projeto visa estabelecer limites ao uso de sistemas de telecomunicações com vistas a proteger a intimidade e o sossego dos cidadãos. Para tanto, define que o uso sistemático e repetido de sistemas telefônicos ou de comunicações eletrônicas automatizados sem consentimento dos interlocutores ou destinatários é considerado perturbação da paz e do sossego, sujeitando o autor da prática a penalidades como multa, indenização aos afetados e interrupção dos serviços de telecomunicações utilizados no cometimento da infração. A conduta é ainda caracterizada como contravenção penal, de modo a possibilitar a responsabilização pessoal dos autores da prática.

Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. José Medeiros

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD227897694700>



Certo de que com a proposta estamos contribuindo com a paz do cidadão e com o uso adequado dos sistemas de telecomunicações, conclamamos os nobres pares a votarem favoravelmente à aprovação da medida.

Sala das Sessões, em de de 2022.

Deputado JOSÉ MEDEIROS



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. José Medeiros
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD227897694700>



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
 Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 7.347, DE 24 DE JULHO DE 1985

Disciplina a ação civil pública de responsabilidade por danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico (VETADO) e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados: *(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.529, de 30/11/2011, publicada no DOU de 1/12/2011, em vigor 180 dias após a publicação)*

I - ao meio-ambiente;

II - ao consumidor;

III - a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

IV - a qualquer outro interesse difuso ou coletivo. *(Inciso acrescido pela Lei nº 8.078, de 11/9/1990)*

V - por infração da ordem econômica; *(Inciso acrescido pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994, e com nova redação dada pela Lei nº 12.529, de 30/11/2011, publicada no DOU de 1/12/2011, em vigor 180 dias após a publicação)*

VI - à ordem urbanística. *(Inciso acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de 24/8/2001)*

VII - à honra e à dignidade de grupos raciais, étnicos ou religiosos. *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.966, de 24/4/2014, retificado no DOU de 5/5/2014)*

VIII - ao patrimônio público e social. *(Inciso acrescido pela Lei nº 13.004, de 24/6/2014, publicada no DOU de 25/6/2014, em vigor após decorridos 60 dias de sua publicação oficial)*

Parágrafo único. Não será cabível ação civil pública para veicular pretensões que envolvam tributos, contribuições previdenciárias, o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS ou outros fundos de natureza institucional cujos beneficiários podem ser individualmente determinados. *(Parágrafo único acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de 24/8/2001)*

Art. 2º As ações previstas nesta Lei serão propostas no foro do local onde ocorrer o dano, cujo juízo terá competência funcional para processar e julgar a causa.

Parágrafo único. A propositura da ação prevenirá a jurisdição do juízo para todas as ações posteriormente intentadas que possuam a mesma causa de pedir ou o mesmo objeto. *(Parágrafo único acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de 24/8/2001)*

.....

.....

DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 3 DE OUTUBRO DE 1941

Lei das Contravenções Penais.

O Presidente da República, usando das atribuições que lhe confere o artigo 180 da Constituição,

DECRETA:

LEI DAS CONTRAVENÇÕES PENAIS**PARTE ESPECIAL****CAPÍTULO IV
DAS CONTRAVENÇÕES REFERENTES À PAZ PÚBLICA****Perturbação do trabalho ou do sossego alheios**

Art. 42. Perturbar alguém o trabalho ou o sossego alheios:

I - com gritaria ou algazarra;

II - exercendo profissão incômoda ou ruidosa, em desacordo com as prescrições legais;

III - abusando de instrumentos sonoros ou sinais acústicos;

IV - provocando ou não procurando impedir barulho produzido por animal de que tem a guarda:

Pena - prisão simples, de quinze dias a três meses, ou multa, de duzentos mil réis a dois contos de réis.

**CAPÍTULO V
DAS CONTRAVENÇÕES REFERENTES À FÉ PÚBLICA****Recusa de moeda de curso legal**

Art. 43. Recusar-se a receber, pelo seu valor, moeda de curso legal no país:

Pena - multa, de duzentos mil réis a dois contos de réis.

Imitação de moeda para propaganda

Art. 44. Usar, como propaganda, de impresso ou objeto que pessoa inexperiente ou rústica possa confundir com moeda:

Pena - multa, de duzentos mil réis a dois contos de réis.

PROJETO DE LEI N.º 1.112, DE 2022

(Do Sr. Felipe Carreras)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) para dispor sobre o cadastro telefônico de proibição de oferta.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9615/2018.

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2022.
(Deputado Felipe Carreras)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) para dispor sobre o cadastro telefônico de proibição de oferta.

Apresentação: 04/05/2022 14:02 - Mesa

PL n.1112/2022

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.

.....

XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

.....

§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá todos os números de telefones móveis e fixos dos consumidores excetuando-se os que optarem pela inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Felipe Carreras
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD226939851300>



§4º Será aplicada multa no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), por ligação efetuada de forma indevida nos termos do regulamento disciplinado no parágrafo 3º (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O projeto em tela trata da oferta pelos fornecedores de produto ou serviço por meio de chamada telefônica ou mensagem de texto, com a utilização do telemarketing ativo. Não raro o consumidor se sente verdadeiramente importunado durante a sua rotina de trabalho ou de lazer pela quantidade de contatos que os fornecedores fazem em um só dia. A maior parte dos consumidores sequer autorizou qualquer tipo de contato pelos números de telefone fixos ou móveis.

Para proteger o consumidor dos incontáveis e repetidos contatos feitos pelas empresas para o oferecimento dos seus produtos ou serviços, que entendemos ser de suma importância regulamentar o direito do cidadão em não receber essas ligações sem sua expressa autorização.

De fato, embora muitos deles manifestem o total desinteresse pelas ofertas, os fornecedores insistem em entrar em contato telefônico, perturbando a vida particular dos cidadãos, por isso entendemos ser necessário a inversão do cadastro, deixamos todos os números telefônicos no cadastro de proibição de oferta permitindo o telemarketing ativo apenas aos consumidores que assim o desejarem.

Mediante o exposto conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação do Projeto de Lei que ora apresento.

Sala das Sessões, em de de 2022.

Deputado FELIPE CARRERAS



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Felipe Carreras
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD226939851300>



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá
outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

Seção IV
Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; (Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. (Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)

XI - *Dispositivo acrescido pela Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999,*

transformado em inciso XIII, em sua conversão na [Lei nº 9.870, de 23/11/1999](#)

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995\)](#)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999\)](#)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação\)](#)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.834, DE 2022

(Do Sr. Felício Laterça)

Altera a Lei Geral de Telecomunicações (Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997), determinando o bloqueio das chamadas telefônicas com desligamento automático realizadas de forma massiva.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4678/2020.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2022

(Do Sr. FELÍCIO LATERÇA)

Altera a Lei Geral de Telecomunicações (Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997), determinando o bloqueio das chamadas telefônicas com desligamento automático realizadas de forma massiva.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, que *“Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995”*, determinando o bloqueio de chamadas telefônicas com desligamento automático realizadas de forma massiva.

Art. 2º A Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, passa a vigorar acrescida dos seguintes artigos:

“Art. 78-A. As prestadoras do Serviço Telefônico Fixo Comutado e do Serviço Móvel Pessoal deverão bloquear o uso dos recursos de numeração que originarem chamadas telefônicas com desligamento automático realizadas de forma massiva.

§ 1º Consideram-se chamadas telefônicas com desligamento automático realizadas de forma massiva aquelas efetuadas com o emprego de solução tecnológica para o disparo intensivo de chamadas em volume superior à capacidade humana de discagem, atendimento e comunicação, não completadas ou, quando completadas, com desligamento pelo originador em curto intervalo de tempo.



§ 2º As prestadoras deverão remeter mensalmente à Agência relatório sobre os usuários que sofreram o bloqueio, os respectivos recursos de numeração utilizados, o volume de tráfego diário, discriminado por recurso de numeração bloqueado, e as datas de bloqueio.

§ 3º O extrato dos dados do relatório de que trata o § 2º deverá ser divulgado na internet, sendo vedada a identificação, direta ou indireta, do usuário, ou a violação de sua intimidade, observando-se, no que for aplicável, o disposto na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

§ 4º O recurso de numeração poderá ser desbloqueado caso o usuário ofensor identificado firme compromisso formal com a Agência de se abster da prática indevida, bem como apresentar as providências adotadas.

§ 5º Pelo período em que persistir o bloqueio, as prestadoras de serviços de telecomunicações deverão recusar a ativação de novos recursos de numeração eventualmente requeridos por usuário ofensor identificado.

§ 6º A realização de chamadas telefônicas automatizadas é considerada:

I – utilização inadequada de serviço de telecomunicações, sujeitando o usuário ofensor identificado às penalidades previstas nesta Lei; e

II – publicidade abusiva, sujeitando o usuário ofensor identificado, bem como o tomador de serviço contratante do usuário, às penalidades previstas no Código de Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

§ 7º O disposto neste artigo não se aplica a usuários que prestam serviço de emergência e de utilidade pública.



§ 8º Até que seja editada regulamentação sobre o disposto neste artigo, serão classificadas como chamadas telefônicas com desligamento automático realizadas de forma massiva aquelas efetuadas por usuários que gerarem ao menos 10.000 (dez mil) chamadas por dia com duração de 0 (zero) até 3 (três) segundos.

Art. 78-B. O encaminhamento, pelas prestadoras do Serviço Telefônico Fixo Comutado e do Serviço Móvel Pessoal, de chamadas telefônicas que não utilizem recursos de numeração atribuídos pela Agência, sejam elas originadas na própria rede da prestadora ou provenientes de interconexão, será considerada infração, caso seja identificada falta de empenho da prestadora na adoção de medidas técnicas que impeçam o seu encaminhamento.

Parágrafo único. O usuário que originar a tentativa de chamada deverá ser informado pela prestadora do motivo do seu não encaminhamento.”

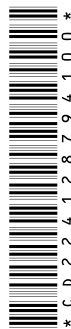
Art. 3º Esta Lei entra em vigor após 30 (trinta) dias da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A democratização do acesso às telecomunicações no País foi acompanhada pela escalada de ações abusivas praticadas contra os usuários. Um exemplo que ilustra esse cenário é o gigantesco número de ligações telefônicas automatizadas recebidas diariamente pelos consumidores dos serviços de telefonia.

Não por acaso, nos últimos quatro anos o Brasil vem ocupando, com larga folga, o primeiro lugar entre os países mais afetados por chamadas indesejadas. De acordo com informações divulgadas pela BBC¹, em

1 Informações disponíveis no endereço eletrônico <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/bbc/2021/12/17/ligacoes-telefonicas-spam-brasil-lidera-disparado-ranking-mundial-de-chamadas-indesejadas.htm>, consultado em 23/06/22.



2021 o Brasil registrou, em média, 33 ligações de “spam” por usuário ao mês, enquanto que, no Peru, segundo país do *ranking*, foi observada a média de 18 chamadas.

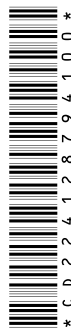
Nos casos mais recorrentes dessas ligações, o usuário recebe uma chamada de um número desconhecido e, após o seu atendimento, a ligação é subitamente encerrada. Essa prática é facilitada porque muitas empresas de publicidade, valendo-se da crescente oferta de planos de serviços que dão direito a ligações ilimitadas, bem como do barateamento dos sistemas de disparo automático de chamadas, utilizam-se de robôs para realizar ligações em massa, mediante o uso de múltiplas linhas em operação simultânea.

No entanto, como o número de operadores de *telemarketing* contratados disponíveis para oferecer o produto ou serviço normalmente é muito inferior à quantidade de ligações completadas, grande parte das chamadas é encerrada no momento em que o potencial consumidor a atende. Como em regra essas chamadas são originadas a partir de números telefônicos aleatórios, o usuário é afetado na sua percepção sobre a conveniência ou não de atendê-las, em virtude do elevado risco do recebimento de chamadas automatizadas. O resultado dessa situação é que, para evitar ligações inoportunas, o consumidor é induzido a não atender quaisquer chamadas originadas de números desconhecidos, conduta que o leva a, eventualmente, perder comunicações relevantes.

Em reconhecimento aos abusos praticados pelas empresas de *telemarketing*, em junho deste ano a Anatel expediu medida cautelar visando reduzir o volume de ligações automáticas². O despacho expedido pela Agência qualifica como indevido o uso dos serviços de telefonia em caso de emprego de solução tecnológica para o disparo massivo de chamadas com duração de até três segundos em quantidade superior à capacidade humana de discagem.

A cautelar também obriga as operadoras de telefonia a identificar e remeter à Anatel a lista de empresas que, nos últimos trinta dias, geraram cem mil ou mais chamadas diárias com duração de até três segundos.

2 Despacho decisório nº 160/2022/COGE/SCO, disponível no endereço eletrônico https://sei.anatel.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?eEP-wqk1skrd8hSIk5Z3rN4EVg9uLJqrLYJw_9INcO51bezP-t06vzsGPbkTj2UKReZzc0X0KcFtlabLTRxdz4SDUri39RgN4645ZXiL7k1MfW9-Xvny6r6CI9tPUy5F, acessado em 23/06/22.



Além disso, passados quinze dias da edição da cautelar, caso as empresas persistam na prática, o despacho determina que as prestadoras bloqueiem por quinze dias as linhas que originarem chamadas automáticas.

Em complemento, a decisão da Anatel obriga as prestadoras de telefonia a bloquearem as ligações originadas a partir de números telefônicos não atribuídos pela Agência. A cautelar prevê ainda a aplicação da multa de até cinquenta milhões de reais às operadoras de telefonia e empresas de *telemarketing* que descumprirem o disposto no despacho.

Entendemos que as ações da Agência, embora meritórias, podem não se revelar efetivas em longo prazo. A cautelar, por se tratar de instrumento expedido a título precário, não assegura continuidade e segurança jurídica às medidas adotadas no despacho, até mesmo porque alguns dos dispositivos nele previstos têm duração limitada apenas a três meses. O risco é o de que, mesmo que os resultados imediatos da cautelar sejam exitosos, as ações de combate às ligações de *spam* se tornem inócuas com o passar do tempo, haja vista a precariedade jurídica da solução empregada pelo órgão.

Exemplo desse risco pode ser ilustrado pela trajetória do “Não Me Perturbe”. Esse serviço, instituído em 2019 a partir de iniciativa voluntária das operadoras de telefonia, tinha por objetivo coibir a realização de ligações de *telemarketing* com publicidade direcionada para a venda de serviços de telecomunicações. Embora o serviço tenha registrado relativo sucesso nos primeiros meses da sua vigência, a partir do início de 2021 a própria Anatel passou a reconhecer que os resultados alcançados pela plataforma haviam ficado aquém das expectativas³, o que demonstra as limitações do instrumento instituído, na forma em que foi criado.

Por esse motivo, elaboramos o presente Projeto de Lei com o objetivo de elevar alguns dos dispositivos estabelecidos pela cautelar da Anatel ao nível de legislação ordinária. O objetivo da iniciativa é conferir perenidade e estabilidade jurídica às medidas de combate a ligações automáticas estatuídas pela Agência, bem como aperfeiçoá-las e torná-las mais efetivas e sintonizadas com o interesse dos cidadãos.

3 <https://teletime.com.br/09/02/2021/anatel-diz-que-autorregulacao-nao-entregou-resultados-esperados-tele-contestam/> e <https://teletime.com.br/10/12/2021/para-a-anatel-autorregulacao-do-nao-me-perturbe-nao-foi-eficaz/>, consultados em 24/06/21.



Nesse sentido, em consonância com o que dispõe o despacho da Anatel, a proposição determina o bloqueio das linhas telefônicas que originarem chamadas automatizadas, até que a empresa de *telemarketing* firme compromisso formal com a Agência de se abster da prática indevida, bem como apresente as providências adotadas. No entanto, ajustamos os parâmetros utilizados pela Anatel para que a ligação seja considerada automática, de modo a torná-los mais rigorosos, haja vista que o patamar estabelecido na cautelar não reflete com precisão a demanda dos consumidores pela imediata cessação das chamadas abusivas.

Isso porque, de acordo com a decisão liminarmente expedida pelo órgão, deverão ser bloqueadas as chamadas geradas a partir de sistemas com capacidade de efetuar cem mil ou mais chamadas diárias com desligamento pelo originador em até três segundos – o que representa quase setenta ligações por minuto efetuadas com essa característica. Por esse motivo, propomos a redução desse limite de corte para dez mil chamadas diárias, até que seja editada regulamentação sobre a matéria.

Além disso, a iniciativa estabelece dispositivo com o intuito de cessar em definitivo a continuidade das ligações efetuadas a partir de recursos de numeração não atribuídos pela Anatel. Essa prática, embora seja realizada à margem dos limites da regulamentação, tem contribuído de forma significativa para a proliferação das chamadas inoportunas. Assim, para inibir tal conduta, a proposição qualifica como infração o encaminhamento dessas chamadas, caso seja identificada falta de empenho da prestadora na adoção de medidas técnicas que impeçam o seu completamento.

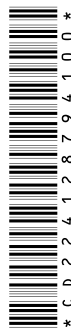


Entendemos que as medidas propostas pelo projeto contribuirão para a redução de uma prática abusiva e que tem causado imensos transtornos para os cidadãos, motivo pelo qual solicitamos o apoio dos nobres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2022.

Deputado FELÍCIO LATERÇA

2022-6799



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 9.472, DE 16 DE JULHO DE 1997

Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

LIVRO III
DA ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

TÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

.....

CAPÍTULO III
DAS REGRAS COMUNS

.....

Art. 78. A fabricação e o desenvolvimento no País de produtos de telecomunicações serão estimulados mediante adoção de instrumentos de política creditícia, fiscal e aduaneira.

TÍTULO II
DOS SERVIÇOS PRESTADOS EM REGIME PÚBLICO

CAPÍTULO I
DAS OBRIGAÇÕES DE UNIVERSALIZAÇÃO E DE CONTINUIDADE

Art. 79. A Agência regulará as obrigações de universalização e de continuidade atribuídas às prestadoras de serviço no regime público.

§ 1º Obrigações de universalização são as que objetivam possibilitar o acesso de qualquer pessoa ou instituição de interesse público a serviço de telecomunicações, independentemente de sua localização e condição sócio-econômica, bem como as destinadas a permitir a utilização das telecomunicações em serviços essenciais de interesse público.

§ 2º Obrigações de continuidade são as que objetivam possibilitar aos usuários dos serviços sua fruição de forma ininterrupta, sem paralisações injustificadas, devendo os serviços estar à disposição dos usuários, em condições adequadas de uso.

.....

.....

LEI Nº 13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) ([Ementa com redação dada pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019](#))

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Parágrafo único. As normas gerais contidas nesta Lei são de interesse nacional e devem ser observadas pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019](#))

Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:

I - o respeito à privacidade;

II - a autodeterminação informativa;

III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;

IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;

V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;

VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e

VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 1.909, DE 2022

(Da Sra. Rejane Dias)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1.990 – Código de Defesa do Consumidor para proibir ligações telefônicas por meio automatizado e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2720/2019.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2022

(Da Sra. Deputada Rejane Dias)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1.990 – Código de Defesa do Consumidor para proibir ligações telefônicas por meio automatizado e dá outras providências.

Apresentação: 06/07/2022 09:21 - Mesa

PL n.1909/2022

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1.990 – Código de Defesa do Consumidor para proibir ligações telefônicas por meio automatizado.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1.990 – Código de Defesa do Consumidor, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art.39.....

.....

XV - ofertar produtos ou serviços por telefone ou mensagem de texto por meio automatizado;

XVI - estabelecer qualquer contato telefônico com o consumidor fora do período comercial compreende o período de segunda-feira a sexta-feira das 9 h(nove horas) às 20h (vinte horas);

.....

§ 1º Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

2º o fornecedor de serviço será obrigado a disponibilizar tecla que interrompa a chamada ou que retire o contato do consumidor do cadastro de telemarketing da empresa;

* C D 2 2 1 9 0 6 0 8 2 2 0 *



§ 3º Não se aplica os dispositivos do caput deste artigo às entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, ou que estejam inscritas no conselho municipal de assistência social na cidade onde está instalada sua Sede, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades. “ (NR)

Art. 3º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita o infrator às sanções previstas na Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, podendo ser aplicada cumulativamente ou alternadamente, inclusive por medida cautelar, com multa a ser estabelecida pela Agência Nacional de Telecomunicações.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

São diversas as reclamações recebidas em meu gabinete parlamentar de consumidores que se sentem lesados por inúmeras chamadas telefônicas. As reclamações são as mesmas: o telefone toca, a tela mostra um número estranho e a voz do outro lado reproduz uma mensagem automática, e assumida por algum atendente de telemarketing ou simplesmente dá lugar a um toque de que a ligação caiu.

Essa é a realidade de milhões de consumidores brasileiros que já receberam, ou ainda recebem cotidianamente, ligações do tipo “robochamadas”. São geralmente ligações que incluem a incorporação de tecnologias da telecomunicação que disparam ligações para múltiplas linhas simultaneamente.

No Brasil as ligações são feitas por diversos motivos: telemarketing, oferecimentos de serviços financeiros, operadoras de



telecomunicação oferecendo novos serviços entre outros serviços. O que trás um problema muito maior a vulnerabilidade do consumidor fica exposta desde a questão da privacidade, pois a obtenção de dados muitas vezes vem do comércio criminoso de informações.

A Agência Nacional de Telecomunicações proferiu Despacho Decisório nº 160/2022/COGE/SCO determinando que às prestadoras de serviço de telecomunicações abrangidas pelo despacho, no prazo de 30 (trinta) dias de sua notificação, o bloqueio das chamadas que não utilizem recursos de numeração atribuídos pela Anatel, sejam elas originadas na própria rede (Serviço Telefônico Fixo Comutado - STFC e Serviço Móvel Pessoal - SMP) ou provenientes de interconexão. O descumprimento das medidas impostas pela Decisão sujeita as prestadoras de serviços de telecomunicações e os usuários ofensores identificados à aplicação de multa de até R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais).

Tal decisão foi baseada em estudos e o acompanhamento realizados pela Agência que demonstraram a persistência dos incômodos gerados aos usuários dos serviços de telecomunicações, com o recebimento massivo de ligações de centrais de atendimento, confirmando a necessidade de ações adicionais às já implementadas em proteção aos consumidores.

Observou-se que a realização de ligações para um universo exponencialmente maior do que a capacidade de atendimento humano gera chamadas de curta duração e volume excessivo de tráfego. E consideraram que estas chamadas geradas por meio automatizado, e desligadas pelo originador antes de produzir comunicação, causam perturbação ao consumidor e geram reclamações.

As respectivas chamadas utilizam numeração aleatória, impedindo o correto discernimento do consumidor, quanto à decisão de atendimento ou não da chamada recebida, sendo potencial causa de prejuízos, seja pelo excesso de ligações inoportunas, seja pelo não atendimento de chamadas relevantes não atendidas, por erro na identificação.

Portanto, a Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel publicou decisão com a finalidade de categorizar o uso indevido de serviços de telemarketing. Na prática o referido despacho decisório 160/2022/COGE/SCO



adotou como medida cautelar a vedação de uso massivo de ligações de centrais de atendimento utilizando chamadas de curta duração com robôs o que vem gerando perturbações e diversas reclamações por parte dos consumidores.

Por entender que se trata de um Despacho Decisório da Agência Nacional de Telecomunicações e esse pode ser alterado a qualquer momento, entendemos ser necessário apresentamos um projeto de lei para estabelecer uma maior segurança jurídica aos consumidores.

Contamos com o apoio dos Nobres Pares para aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em de junho de 2022.

Deputada Rejane Dias



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção IV
Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994*](#)

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; [*Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994*](#)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. [*Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994*](#)

XI - *Dispositivo acrescido pela Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999, transformado em inciso XIII, em sua conversão na Lei nº 9.870, de 23/11/1999*

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. [*Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995*](#)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999\)](#)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação\)](#)

XV - [\(VETADO na Lei nº 14.368, de 14/6/2022\)](#)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

.....
.....

LEI Nº 12.101, DE 27 DE NOVEMBRO DE 2009

[\(Revogada pela Lei Complementar nº 187, de 16/12/2021\)](#)

Dispõe sobre a certificação das entidades beneficentes de assistência social; regula os procedimentos de isenção de contribuições para a seguridade social; altera a Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993; revoga dispositivos das Leis nºs 8.212, de 24 de julho de 1991, 9.429, de 26 de dezembro de 1996, 9.732, de 11 de dezembro de 1998, 10.684, de 30 de maio de 2003, e da Medida Provisória nº 2.187-13, de 24 de agosto de 2001; e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º A certificação das entidades beneficentes de assistência social e a isenção de contribuições para a seguridade social serão concedidas às pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, reconhecidas como entidades beneficentes de assistência social com a finalidade de prestação de serviços nas áreas de assistência social, saúde ou educação, e que atendam ao disposto nesta Lei.

Parágrafo único. (VETADO)

Art. 2º As entidades de que trata o art. 1º deverão obedecer ao princípio da universalidade do atendimento, sendo vedado dirigir suas atividades exclusivamente a seus

associados ou a categoria profissional.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.600, DE 2022

(Do Sr. Ronaldo Martins)

Disciplina o marketing direto ativo e cria lista pública de consumidores para o fim que menciona.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-23/2019.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado Ronaldo Martins - Republicanos/CE

Apresentação: 14/10/2022 13:43 - Mesa

PL n.2600/2022

PROJETO DE LEI (Do Sr. Ronaldo Martins)

Disciplina o marketing direto ativo e cria lista pública de consumidores para o fim que menciona.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei cria a lista pública, identificada como "Lista Antimarketing", para registro dos consumidores que não desejam receber ofertas comerciais ou cobranças por meio de telemarketing.

§1º. Para os efeitos desta Lei, compreende-se como telemarketing, para efeito dessa lei, a promoção de vendas de produtos e serviços por telefone, bem como serviços de cobrança de quaisquer naturezas, não importando, para efeito da presente lei, seja o telemarketing realizado diretamente por funcionários da empresa, por terceiros contratados, por gravações ou qualquer outro meio.

§2º. Constituem práticas de telemarketing:

- I - As chamadas telefônicas realizadas buscando o titular da linha;
- II - As chamadas telefônicas buscando terceiro, ou quem atender a ligação, que não seja o detentor da linha;
- III - As chamadas no telefone por meio de aplicativos associados àquela linha de telefone;
- IV - O envio de mensagens (SMS) ao telefone onde há a linha em funcionamento ou envio de mensagens de aplicativos associados à linha de telefone.

Câmara dos Deputados - Anexo IV - Gabinete 809 - Brasília-DF CEP: 70.160-900
Fones. (061) 3215-5809 / 3215-3809
e-mail: dep.ronaldomartins@camara.leg.br



Art. 2º A todo consumidor residente no território nacional é assegurado o direito de requerer a inclusão na lista de que trata esta Lei.

Art. 3º Toda ligação feita pelo fornecedor deverá ser informado o número de protocolo, mediante penalidades impostas nesta lei.

Art. 4º É vedado ao fornecedor apresentar ofertas comerciais por meio de marketing direto ativo ao consumidor cadastrado na lista de que trata esta Lei, salvo com autorização prévia e expressa deste.

Art. 5º A Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) será responsável pela manutenção da lista de que trata esta Lei, podendo ser integrada a lista nacional, as listas já elaboradas por cada Estado da Federação.

Art. 6º A inclusão de consumidor na lista de que trata esta Lei e a consulta a essa lista são gratuitas.

Parágrafo único. O cadastro do consumidor conterà, ao menos, nome completo, CPF, endereço residencial completo, números de telefone celular e e-mails, quantos possua e deseje cadastrar, e será mantido na lista durante 1 (um) ano, ao final do qual o usuário receberá alerta para renovar seu cadastro, se desejar.

Art. 7º É vedado ao fornecedor apresentar ofertas comerciais por meio de telemarketing a qualquer consumidor constante ou não da lista de que trata esta lei:

I – sábados, domingos e feriados, em qualquer horário;

II – em dias úteis, entre as 18 e 10 horas.

Parágrafo único. O disposto no caput não se aplica ao fornecedor que detenha autorização do consumidor específica para as datas e os horários indicados neste artigo.

Art. 8º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita o fornecedor às penalidades previstas na Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor, sem prejuízo das sanções de natureza civil e penal, por cada consumidor incluído na Lista Antimarketing que receba oferta comercial ou cobranças por meio de telemarketing.

Câmara dos Deputados - Anexo IV - Gabinete 809 - Brasília-DF CEP: 70.160-900
Fones. (061) 3215-5809 / 3215-3809
e-mail: dep.ronaldomartins@camara.leg.br



Parágrafo único. No caso de acordo entre o fornecedor e o consumidor lesado, a penalidade administrativa será reduzida em até 20% do valor principal, na forma do regulamento desta Lei.

Art. 9º Incorre nas penalidades a serem aplicadas, de forma solidária, quando da inobservância da lei:

I – a empresa proprietária dos bens, serviços e direitos;

II - a empresa ou particulares contratados pela empresa descrita no inciso anterior;

III - as empresas ou particular, descritos nos incisos I e II, com sede ou domicílio em qualquer Estado da Federação.

Parágrafo único. O montante referente à pena de multa será revertido para o fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis a União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos.

Art. 10 A partir do 30º (trigésimo) dia do ingresso do usuário no Cadastro, as empresas que prestam serviços relacionados ao artigo anterior ou pessoas físicas contratadas com tal propósito, não poderão efetuar ligações telefônicas e envio de mensagens por meio de aplicativos celulares destinadas às pessoas inscritas no cadastro supracriado.

Parágrafo único. Incluem-se nas disposições desta lei os telefones fixos, os aparelhos de telefonia móvel em geral e aplicativos que se destinam a envio de mensagens.

Art. 11 O disposto nesta Lei não se aplica às entidades sem fins lucrativos e de caridade que utilizem telemarketing.

Art. 12 Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.



Justificação

Esta proposta de lei tem por objetivo cessar com o spam telefônico feito pelas empresas com seus setores de telemarketing, no qual atrapalham e incomodam a vida dos consumidores ao longo dos anos.

Muitos cidadãos se veem em situações completamente aborrecedoras, ou até mesmo que prejudiquem quase por completo o seu dia, quando se tratam de várias ligações ou mensagens de SMS enviadas por diversas empresas oferecendo serviços e realizando cobranças que extrapolem o aceitável de acordo com o CDC.

De acordo com um relatório feito pelo BBC News, em 2021, o Brasil ficou em 1ª lugar na categoria de usuários que receberam ligações de spam ao longo do ano, ficando com uma média de 32,9 chamadas por usuário ao mês. Assim, ficando muito atrás de outros países nessa categoria como, por exemplo, o Peru com uma média de 18 chamadas de spam por usuário ao longo de um mês. Mostrando que o Brasil é “um caso a parte”.

Já o levantamento feito pelo Truecaller, fundado em 2009 na Suécia, afirma em "dizer que o Brasil tem um problema com o spam é pouco. Quatro anos consecutivos como o país mais afetado pelo spam deveria servir como alerta às autoridades locais para que sejam adotadas restrições pesadas e multas para essas atividades.

Com isso, mostra-se mais do que evidente o combate às práticas discriminatórias feitas pelas empresas ao longo dos anos com relação às ligações realizadas de forma discriminatória aos seus consumidores. Podemos pensar neste projeto não só como uma forma de remediar as práticas abusivas feitas pelos fornecedores, mas também podemos utilizá-lo para educar de forma consciente os consumidores quanto aos seus direitos e a melhor maneira de solucionar este problema de forma mais amigável e eficiente.

Sendo assim, conclamamos aos nobres pares, para aprovação do presente projeto de lei, por ser de interesse dos consumidores brasileiros.

Sala da Comissão, em de de 2022.

RONALDO MARTINS
Deputado Federal (Republicanos-CE)

Câmara dos Deputados - Anexo IV - Gabinete 809 - Brasília-DF CEP: 70.160-900
Fones. (061) 3215-5809 / 3215-3809
e-mail: dep.ronaldomartins@camara.leg.br



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
 Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

.....
LEI Nº 7.347, DE 24 DE JULHO DE 1985

Disciplina a ação civil pública de responsabilidade por danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico (VETADO) e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados: *(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.529, de 30/11/2011, publicada no DOU de 1/12/2011, em vigor 180 dias após a publicação)*

I - ao meio-ambiente;

II - ao consumidor;

III - a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

IV - a qualquer outro interesse difuso ou coletivo. *(Inciso acrescido pela Lei nº 8.078, de 11/9/1990)*

V - por infração da ordem econômica; *(Inciso acrescido pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994, e com nova redação dada pela Lei nº 12.529, de 30/11/2011, publicada no DOU de 1/12/2011, em vigor 180 dias após a publicação)*

VI - à ordem urbanística. *(Inciso acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de*

24/8/2001)

VII - à honra e à dignidade de grupos raciais, étnicos ou religiosos. (Inciso acrescido pela Lei nº 12.966, de 24/4/2014, retificado no DOU de 5/5/2014)

VIII – ao patrimônio público e social. (Inciso acrescido pela Lei nº 13.004, de 24/6/2014, publicada no DOU de 25/6/2014, em vigor após decorridos 60 dias de sua publicação oficial)

Parágrafo único. Não será cabível ação civil pública para veicular pretensões que envolvam tributos, contribuições previdenciárias, o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS ou outros fundos de natureza institucional cujos beneficiários podem ser individualmente determinados. (Parágrafo único acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de 24/8/2001)

Art. 2º As ações previstas nesta Lei serão propostas no foro do local onde ocorrer o dano, cujo juízo terá competência funcional para processar e julgar a causa.

Parágrafo único. A propositura da ação prevenirá a jurisdição do juízo para todas as ações posteriormente intentadas que possuam a mesma causa de pedir ou o mesmo objeto. (Parágrafo único acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de 24/8/2001)

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 459, DE 2023

(Do Sr. Kim Kataguiri)

Altera a Lei 8.078, de 1990 (o Código de Defesa do Consumidor) e a Lei 9.472, de 1997, para vedar o telemarketing

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1226/2021.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado Federal KIM KATAGUIRI

Art. 38-A. É vedada a publicidade de serviço ou produto por telefone ou mensagem de texto.

.....

Art. 39.....

.....

XV - contatar o consumidor por meio eletrônico ou mensagem de texto, salvo nos termos do art. 54-H deste Código.

.....

Art. 51.....

.....

XX - permitam o contato por telefone ou mensagem de texto fora das hipóteses previstas neste Código.

.....

Capítulo VI-B

Da vedação de contato

Art. 54-H. O contato telefônico ou por mensagem de texto do fornecedor com o consumidor só pode ocorrer para esclarecer aspectos de funcionamento ou segurança do produto ou serviço e observadas as seguintes regras, cumulativamente:

I - o destinatário da ligação deve ser consumidor do produto ou serviço quando da ligação;

Praça dos Três Poderes - Câmara dos Deputados
Anexo IV, 4º andar, gabinete 421
dep.kimkatgui@camara.leg.br
CEP 70160-900 - Brasília-DF





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado Federal KIM KATAGUIRI

II - o contato não pode ter como objetivo, nem incidentalmente, a publicidade ou venda de novo produto ou serviço ou de nova modalidade do produto ou serviço já contratado;

III - a ligação deve ser precedida de mensagem de texto em que o fornecedor pergunte ao consumidor se ele aceita receber a ligação, sendo o seu silêncio interpretado como recusa;

IV - o contato deverá ser feito por atendentes humanos, vedado o uso de ligações promovidas por robôs ou qualquer tipo de agente automatizado, mesmo que o agente automatizado apenas faça a ligação e a repasse ao agente humano após o consumidor atendê-la.

.....

Art. 60-A. A sanção por violação da vedação de contato será de multa e, em caso de reincidência, de cassação de licença do estabelecimento ou de atividade.

Parágrafo único. A multa será em valor suficiente para punir o infrator e para tornar a violação economicamente desvantajosa”.

Art. 3º. A Lei 9.472, de 1997, passa a vigor com as seguintes alterações:

“Art. 3º.....

.....

Praça dos Três Poderes - Câmara dos Deputados
Anexo IV, 4º andar, gabinete 421
dep.kimkatgui@camara.leg.br
CEP 70160-900 - Brasília-DF





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado Federal KIM KATAGUIRI

XIII - não receber ligações ou mensagens de fornecedores de produtos ou serviços”

Art. 4º. Esta lei entra em vigor 90 dias após a sua publicação.

KIM KATAGUIRI

Deputado Federal (UNIÃO-SP)

Justificação

O presente projeto de lei tem por objetivo alterar o código de defesa do consumidor e a lei geral de telecomunicações com o objetivo de impedir o telemarketing. Com efeito, conforme sabemos, o telemarketing virou um verdadeiro inferno na vida dos brasileiros. Estima-se que cerca de 80% das ligações telefônicas feitas no Brasil sejam alguma forma de telemarketing. A maioria dessas ligações são feitas através de “robôs”, como são chamados os sistemas automatizados.

Nos termos o presente projeto de lei, a ligação só poderá ser feita nos casos em que o consumidor já for cliente do fornecedor e, mesmo assim, não poderá ser feita para oferecer novo produto ou serviço ponto ainda, o fornecedor tem o dever de enviar mensagem de texto antes da ligação perguntando ao consumidor se autoriza que a ligação seja feita. O projeto também proíbe o contato por mensagem de texto, com exceção da

Praça dos Três Poderes - Câmara dos Deputados
Anexo IV, 4º andar, gabinete 421
dep.kimkatguiiri@camara.leg.br
CEP 70160-900 - Brasília-DF





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado Federal KIM KATAGUIRI

mensagem de texto enviada antes do contato telefônico. Ainda, o projeto proíbe a ligação feita por meio de sistemas automatizados.

Espera-se que a aprovação do presente projeto acabe de uma vez por todas com o enorme abuso cometido pela indústria de telemarketing e dê um pouco de paz aos brasileiros

Sala das Sessões, (data)

KIM KATAGUIRI

Deputado Federal (UNIÃO-SP)

Praça dos Três Poderes - Câmara dos Deputados
Anexo IV, 4º andar, gabinete 421
dep.kimkatguiiri@camara.leg.br
CEP 70160-900 - Brasília-DF



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

Seção de Legislação Citada - SELEC

LEGISLAÇÃO	ENDEREÇO ELETRÔNICO
LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990	https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:1990-09-11;8078
LEI Nº 9.472, DE 16 DE JULHO DE 1997	https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:1997-07-16;9472

PROJETO DE LEI N.º 1.173, DE 2023

(Do Sr. Maurício Carvalho)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para criar o Cadastro Nacional de Bloqueio de Ligações de Telemarketing e incluir como prática abusiva a realização de chamadas telefônicas ou envio de comunicações eletrônicas a consumidores inscritos nesses cadastros.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-4232/2021.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. Maurício Carvalho)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para criar o Cadastro Nacional de Bloqueio de Ligações de Telemarketing e incluir como prática abusiva a realização de chamadas telefônicas ou envio de comunicações eletrônicas a consumidores inscritos nesses cadastros.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para criar o Cadastro Nacional de Bloqueio de Ligações de Telemarketing e incluir como prática abusiva a realização de chamadas telefônicas ou envio de comunicações eletrônicas a consumidores inscritos nesses cadastros.

Art. 2º O art. 39 da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso XV:

“Art. 39.....

.....

XV – efetuar ligações telefônicas ou enviar mensagens de texto ou outras comunicações eletrônicas com o objetivo de telemarketing para consumidores inscritos no Cadastro Nacional de Bloqueio de Ligações de Telemarketing.

.....”

(NR)

Art. 3º O art. 106 da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso XIV:

“Art. 106.....

.....



XIV – Instituir e gerenciar o Cadastro Nacional de Bloqueio de Ligações de Telemarketing com objetivo de impedir que empresas de telemarketing ou fornecedores que empreguem esse tipo de serviço efetuem ligações ou enviem mensagens de texto ou outras comunicações eletrônicas a consumidores inscritos no Cadastro, na forma do regulamento.

.....” (NR)

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Uma das finalidades essenciais da Lei n.º 8.078, de 1990, Código de Defesa do Consumidor, consiste na construção de um mercado de consumo que – marcado pela boa-fé, equilíbrio, transparência – concilie os interesses dos participantes das relações de consumo, garantindo a compatibilidade do desenvolvimento econômico e tecnológico com o princípio fundamental da proteção do consumidor.

Uma arena que ainda permanece distante desse ideal de equilíbrio e harmonização é aquele relacionado às ofertas de serviços por telemarketing, uma incômoda e insistente realidade para todos os consumidores brasileiros. Embora inicialmente aparente ser um regular mecanismo de fomento de negócios para os fornecedores, a atividade de telemarketing perde sua legitimidade quando avança sobre a privacidade e o direito ao sossego do consumidor, conquistas inequívocas de nosso sistema jurídico.

Acreditamos que os abusos do telemarketing alcançaram um patamar que demanda o imediato estabelecimento de regras específicas para regulação dessa atividade e salvaguarda dos interesses dos consumidores. No campo das operações de crédito e de telefonia, a recente implementação da plataforma “Não Me Perturbe” trouxe alguns avanços. Mas é preciso conceber um sistema que abarque todos os segmentos do telemarketing e não apenas o setor financeiro ou de operadoras telefônicas.



Com esse objetivo, apresentamos o presente projeto, que se inspira nas bem sucedidas experiências regionais do Procon-SP (“Não Me Ligue”) e do Procon do Distrito Federal (Me Respeite), para criar um cadastro de âmbito nacional e de ampla abrangência para o bloqueio, por iniciativa do consumidor, de ligações ou comunicações com ofertas de produtos e serviços.

Para assegurar a eficácia da medida, aproveitamos as vertentes atribuições do órgão de cúpula do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor para instituição e gestão do Cadastro e tipificamos a realização dessas comunicações não solicitadas como prática abusiva, o que permitirá a utilização do arsenal punitivo do Código de Defesa do Consumidor em caso de descumprimento.

Contamos com a preciosa colaboração dos nobres pares para o aprimoramento e posterior aprovação do Projeto.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado MAURICIO CARVALHO

2022-XXXXX



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC



CÂMARA DOS DEPUTADOS
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990**
Art. 39, 106

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199009-11:8078>

PROJETO DE LEI N.º 1.550, DE 2023

(Do Sr. Marcos Soares)

Disciplina o envio de e-mail marketing, seu descadastramento, e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-346/2022.



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal Marcos Soares

Apresentação: 30/03/2023 14:39:54,963 - MESA

PL n.1550/2023

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. Marcos Soares)

Disciplina o envio de e-mail marketing, seu
descadastramento, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Para o envio de E-mail Marketing o Remetente deverá obter autorização prévia do destinatário para o recebimento de dito correio eletrônico.

Art. 2º O corpo da mensagem deverá conter, além da identificação do Remetente, recurso que possibilite o descadastramento (Opt-out), sendo que este recurso deverá ser apresentado na forma de link para descadastramento e pelo menos mais uma alternativa de contato para a mesma finalidade, a critério do Remetente, desvinculada de qualquer link passível de utilização pelo usuário.

Art. 3º O Remetente de e-mail marketing deverá disponibilizar ao Destinatário a sua política de descadastramento e informar o prazo de remoção do seu endereço eletrônico da base de destinatários, nunca inferior a 1 (um) dia útil, quando solicitado diretamente pelo link de descadastramento do E-mail Marketing .

Art. 4º Não será obrigatório o recurso de opt-out quando houver contrato entre o Remetente e o Destinatário, exclusivamente para e-mails com finalidade de assegurar a execução contratual e pós-contratual referentes àquele contrato.



* CD 233567582300 *
ExEdit

Art. 5º Fica vedada a utilização e compartilhamento do banco de dados pessoais por terceiros, conforme regulamentação prevista na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

Art. 6º Os proprietários de Base de Destinatários não poderão divulgar ou colocar à disposição de terceiros informações pessoais que constem de tais Bases sem o prévio e expresso consentimento das pessoas a que tais informações se referem.

Art. 7º O não cumprimento da presente Lei acarretará ao infrator multa de 1% (um por cento) do faturamento bruto anual do Remetente infrator e a uma multa diária no valor de R\$ 1.302,00 (um mil trezentos e dois reais) equivalentes a 01 (um) salário mínimo, até o efetivo cumprimento do descadastramento.

Art. 8º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Para começar, podemos dizer que o e-mail Marketing é toda comunicação direta, via e-mail, que acontece entre uma empresa e seus contatos ou clientes. Uma campanha de e-mail Marketing pode ser desenvolvida em texto ou HTML e conter produtos, promoções ou conteúdos. Em geral, as mensagens são enviadas com uma ferramenta de disparo de e-mails.

E-mail Marketing é uma prática de comunicação que conecta de forma direta empresas e seu público através de um canal de comunicação usado por 53% da população mundial.

Visa a presente proposição em obrigar as empresas a adotarem opt-out que consiste na possibilidade de se oferecer o descadastramento no e-mail marketing, permitindo que os destinatários de tais mensagens desautorizem o envio de novos conteúdos e materiais a partir daquele momento.



O cadastrastro, por outro ponto de vista, pode ser uma ótima oportunidade para descobrir o motivo do descontentamento dos clientes.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado Marcos Soares.



PROJETO DE LEI N.º 1.856, DE 2023

(Do Sr. Juninho do Pneu)

Proíbe o envio de mensagem publicitária sem o consentimento prévio, livre e expresso do consumidor.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1226/2021.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. JUNINHO DO PNEU)

Proíbe o envio de mensagem publicitária sem o consentimento prévio, livre e expresso do consumidor.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso XV e do seguinte § 2º, renumerando-se seu atual parágrafo único como § 1º:

“Art.

39.

.....

.

XV – enviar mensagem de cunho publicitário a estação móvel de telefonia, por quaisquer meios disponibilizados por operadoras de telefonia ou por notificações de provedores de aplicações de internet, sem o consentimento prévio, livre e expresso do consumidor.

§

1º

§ 2º O disposto no inciso XV não se aplica às entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de que trata a Lei Complementar nº 187, de 16 de dezembro de 2021.”

Art. 2º Esta lei entra em vigor noventa dias após a sua publicação.



JUSTIFICAÇÃO

Segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), existem hoje no País mais de 250 milhões de linhas de celulares em operação. Dessas, mais de 200 milhões estão habilitadas em smartphones de gerações recentes, capazes de recepcionar sinais de internet em banda larga nas tecnologias 4G e 5G. Há, portanto, uma quase ubiquidade dos serviços de telefonia móvel no Brasil – e, quando falamos na parcela da população com poder de consumo, praticamente todos os brasileiros possuem ao menos um aparelho celular. Em compasso inverso, as linhas de telefonia fixa vêm sendo cada vez menos utilizadas, sofrendo de uma obsolescência tecnológica contínua. Também segundo dados da Anatel, existem hoje pouco mais de 26 milhões de linhas de telefones fixos em operação. Desde 2015, o número de acessos telefônicos fixos vem caindo, sendo progressivamente substituídos pela telefonia móvel.

Exatamente por isso, o mercado de telemarketing vem alterando de maneira significativa suas estratégias de abordagem aos consumidores. As antigas chamadas de telemarketing, que tanto incomodaram os brasileiros nos anos recentes, foram progressivamente sendo desviadas da telefonia fixa para a telefonia móvel. E com o predomínio crescente da utilização dos serviços de dados sobre os serviços de voz na telefonia móvel, o envio de mensagens de cunho publicitário, seja por meio do SMS, seja por meio de notificações de aplicativos, está ganhando mais relevo a cada dia. Alteram-se as tecnologias, porém permanece o desrespeito aos direitos do consumidor, representado por uma avalanche de mensagens publicitárias não solicitadas que chega todos os dias aos aparelhos celulares de milhões de brasileiros.

O envio de mensagens não solicitadas representa uma prática invasiva, que desrespeita a privacidade dos consumidores e que não raro se utiliza de dados que deveriam estar protegidos. Além disso, o encaminhamento excessivo de mensagens publicitárias pode terminar por consumir uma parte significativa das franquias de dados dos consumidores, representando um prejuízo monetário palpável e evidente. Há, ainda, uma possibilidade de



prejuízo coletivo, representado pela eventual diminuição da qualidade dos serviços de telefonia móvel e de internet causada pelo congestionamento da rede por mensagens publicitárias.

Tendo em vista tal realidade, apresentamos o presente projeto de lei, que acrescenta dispositivos ao art. 39 do Código de Defesa do Consumidor, modernizando o seu texto. O objetivo da proposição é vedar ao fornecedor de produtos ou serviços o envio de mensagem de cunho publicitário a estação móvel de telefonia, por quaisquer meios disponibilizados por operadoras de telefonia ou por notificações de provedores de aplicações de internet, sem o consentimento prévio, livre e expresso do consumidor. Note-se, portanto, que a proibição se aplica exclusivamente a mensagens de cunho publicitário não solicitadas. Desse modo, será possível ao consumidor selecionar as mensagens publicitárias que lhe interessam, tendo ele, assim, maior controle sobre os contatos realizados por fornecedores de produtos e serviços.

Ressalte-se também que a proposta não abrange o envio de mensagens informativas, de serviços relevantes e de utilidade pública, que podem seguir sendo enviadas livremente aos usuários da telefonia móvel. Do mesmo modo, as entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente não serão abrangidas pelo escopo da futura lei, podendo manter livremente suas campanhas de arrecadação de fundos para a continuidade de suas obras sociais.

Portanto, com a convicção da conveniência e oportunidade do presente projeto de lei, que conclamo o apoio dos nobres Parlamentares para a sua célere aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado JUNINHO DO PNEU

2023-1397



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
 Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990 Art. 39	https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:1990-09-11;8078
LEI COMPLEMENTAR Nº 187, DE 16 DE DEZEMBRO DE 2021	https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei.complementar:2021-12-16;187

PROJETO DE LEI N.º 3.103, DE 2023

(Do Sr. Adail Filho)

Inclui o inciso XV no art. 39 da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, para caracterizar o telemarketing abusivo.

DESPACHO:
 APENSE-SE AO PL-9615/2018.

PROJETO DE LEI Nº de 2023

(Do Sr. Adail Filho)

Inclui o inciso XV no art. 39 da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, para caracterizar o telemarketing abusivo.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 39 da Lei n.º 8. 078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art.39.....
.....

XV – oferecer, sem consentimento do consumidor, produtos e serviços por meio de canais telefônicos ou qualquer outro meio que se utilize dos códigos de acesso de serviços de telecomunicações, incluídas ligações, correspondências eletrônicas e mensagens de texto“. (NR).

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A inconformidade pelas violações constitucionais, com a proteção de dados pessoais (art. 5º, LXXIX) e a inviolabilidade da vida privada (art. 5º, X) rendeu auspiciosas movimentações no âmbito desta Casa Parlamentar para ordenar a conduta dos fornecedores de bens e serviços em suas atividades publicitárias.



Embora o legislador consumerista de 1990 tivesse positivado como conduta abusiva “enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço” (art. 39, III, da Lei 8.078/90), ele não se antecipou sobre a evolução de táticas perversas de publicidade tão abusivas quanto o envio de bem ou serviço não solicitado.

A sociedade consumidora brasileira encontra-se encurralada por ofensivas que molesta o seu sossego com uma publicidade que desrespeita os domínios individuais com abordagens cada vez mais agressivas e contumazes, alheias à acrimônia, portanto, o marketing que se utiliza dessa abordagem tem sido alvo de críticas generalizadas. Sem prejuízo das proposições legislativas que trazem diretrizes para o exercício da fiscalização e regulamentação da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), o presente projeto de lei vem para caracterizar como abusiva publicidade não consentida meio de canais telefônicos ou qualquer outro meio que se utilize dos códigos de acesso de serviços de telecomunicações.

A riqueza técnica das proposições em tramitação desta Casa prenunciam resultados prodigiosos para a defesa dos consumidores na regulação do setor de telecomunicações.

Por conseguinte, solicito aos Nobres Pares apoio para aprovação da proposição em tela.

Sala das Sessões, 2023.

ADAIL FILHO

Deputado Federal

Republicanos-AM





CÂMARA DOS DEPUTADOS
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990
Art. 39

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:1990-0911;8078>

PROJETO DE LEI N.º 4.316, DE 2023

(Do Sr. Romero Rodrigues)

Altera a Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, para dispor sobre a preservação do sossego dos usuários de serviços de telecomunicações.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1226/2021.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. ROMERO RODRIGUES)

Altera a Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, para dispor sobre a preservação do sossego dos usuários de serviços de telecomunicações.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 3º da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 3º

.....

XIII – à preservação do sossego no uso de serviços de telecomunicações.

.....

§ 2º Para fins do disposto no inciso XIII, considera-se perturbação do sossego o encaminhamento de chamadas telefônicas, ou de comunicações em qualquer formato, automáticas e repetidas, bem como outras condutas definidas em regulamento.

§ 3º A prestadora de serviço tem a obrigação de oferecer aos seus usuários meios de se protegerem contra tentativas de perturbação do sossego no uso de serviço de telecomunicações.” (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.



JUSTIFICAÇÃO

O uso abusivo de serviços de telefonia por operadoras de telemarketing é um mal que aflige a população brasileira há muito tempo. As repetidas e insistentes ligações para oferta de produtos e serviços ou pedidos os mais variados são um flagelo na vida de grande parte dos cidadãos. Algumas tentativas no sentido de resolver o problema foram feitas, como por exemplo o sistema “Não Me Perturbe”, mas a experiência do dia a dia mostra claramente que nenhuma delas foi capaz de acabar definitivamente com essa prática odiosa. Ao contrário, o que se observa é que a popularização de robôs e de sistemas automatizados, bem como a diversificação do telemarketing para outras plataformas, como aquelas baseadas em mensagens, está tornando o problema cada vez pior.

Muito se discute sobre a possibilidade de se punir diretamente as empresas praticantes do telemarketing abusivo, ou ainda de se criar listas em que o cidadão pode cadastrar seu número para não receber ligações de telemarketing. Entretanto, em ambos os casos, uma grande limitação desse tipo de mecanismo decorre do fato de que o ônus de provar o abuso cometido acaba por recair sobre o cidadão, diminuindo demasiadamente a eficácia das medidas, e por conseguinte conferindo ampla liberdade para as empresas manterem esse modelo de negócios funcionando.

Nosso projeto propõe uma abordagem alternativa para o problema. Mediante pequenas alterações na Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997 – Lei Geral de Telecomunicações ou LGT, estamos concedendo a todos os usuários dos serviços de telecomunicações o direito à preservação do sossego no uso desses serviços, bem assim entendido como o direito à proteção contra o recebimento de chamadas telefônicas, ou de outras comunicações em qualquer formato, automáticas e repetidas. Concomitantemente, estamos impondo às prestadoras dos serviços de telecomunicações a obrigação de oferecer aos seus usuários meios de se protegerem contra tentativas de perturbação do sossego. Com essa mudança de paradigma, esperamos que a solução proposta seja mais bem-sucedida que



as demais que a antecederam, com reflexos positivos para a população como um todo.

Pelas razões apresentadas, conclamamos os colegas a votarem favoravelmente ao nosso projeto.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado ROMERO RODRIGUES

2023-12061





CÂMARA DOS DEPUTADOS
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 9.472, DE 16 DE
JULHO DE 1997
Art. 3º**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:1997-0716;9472>

PROJETO DE LEI N.º 700, DE 2024 **(Do Sr. Beto Richa)**

Altera a Lei n.º 9.472, de 16 de julho de 1997, para dispor sobre a obrigação de as operadoras do Serviço Móvel Pessoal e as fabricantes de equipamentos de comunicação móvel garantirem a identificação de chamadas de telemarketing ativo ou de cobrança.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4232/2021.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2024

(Do Sr. BETO RICHA)

Altera a Lei n.º 9.472, de 16 de julho de 1997, para dispor sobre a obrigação de as operadoras do Serviço Móvel Pessoal e as fabricantes de equipamentos de comunicação móvel garantirem a identificação de chamadas de telemarketing ativo ou de cobrança.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei n.º 9.472, de 16 de julho de 1997, para dispor sobre a obrigação de as operadoras do Serviço Móvel Pessoal e as fabricantes de equipamentos de comunicação móvel garantirem a identificação de chamadas de telemarketing ativo ou de cobrança.

Art. 2º A Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art.

3º

.....

XIII – de ter conhecimento, previamente ao completamento da chamada, de que a chamada telefônica recebida é proveniente de telemarketing ativo ou de cobrança.

§ 1º Para o cumprimento do disposto no inciso IV do caput deste artigo, a prestadora de serviço deverá divulgar em seu sítio eletrônico, de forma clara e de fácil compreensão pelos usuários, tabela com o valor das tarifas e preços



praticados e a evolução dos reajustes realizados nos últimos cinco anos.

§ 2º Para o cumprimento do disposto no inciso XIII do caput deste artigo, a agência regulará e fiscalizará chamadas de telemarketing ativo ou de cobrança a fim de que:

I – a prestadora de serviços de telecomunicações forneça ao terminal do usuário de destino da chamada informações em tempo real que permitam a identificação de código virtual específico usado para telemarketing e, para as chamadas e mensagens originadas e destinadas à rede do Serviço Móvel Pessoal:

- a) identifique o chamador pelo nome;
- b) autentique a chamada, de forma a assegurar que o número chamador é aquele designado a ele pela prestadora de serviços de telecomunicações;
- c) informe ao usuário o assunto da chamada;
- d) disponibilize ao usuário um endereço eletrônico para que ele possa obter informações adicionais sobre a chamada e o respectivo chamador.

II – os fabricantes de equipamentos terminais de comunicação móvel disponibilizem atualizações do software dos equipamentos a fim de possibilitar o usufruto dos serviços mencionados no inciso I do § 2º deste artigo, sob pena de não homologação pela agência de equipamentos desse fabricante.

§ 3º O descumprimento do disposto no § 2º gera responsabilidade civil das empresas que fazem o telemarketing ativo ou de cobrança, sem prejuízo de outras sanções previstas na legislação.” (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a data de sua publicação.



JUSTIFICAÇÃO

O número de chamadas de telemarketing ativo ou de cobrança chegou a atingir o surpreendente número de 4 bilhões por semana¹ no Brasil em julho de 2022. Esforços da Anatel resultaram em uma redução significativa no número das chamadas abusivas de telemarketing. Entre maio de 2022 e julho de 2023, cerca de 88,4 bilhões de chamadas curtas deixaram de ser realizadas, o que equivale a 415 chamadas a menos para cada habitante do país. Tal redução foi possível após a Anatel bloquear o acesso telefônico de 582 empresas que realizavam chamadas em massa, infringindo medidas cautelares editadas desde 2022². Ainda assim, o problema não foi resolvido.

O presente Projeto de Lei tem, portanto, o objetivo de instituir medidas de restrição às chamadas indesejadas e de telemarketing em telefones celulares e fixos, estabelecendo diretrizes claras para a proteção dos consumidores e a regulação das práticas de telemarketing no país.

Em um cenário de avanço tecnológico constante e aumento exponencial no uso de telefones celulares e fixos como principal meio de comunicação, observou-se também um crescimento significativo no número de chamadas indesejadas e de telemarketing. Essas práticas, além de invasivas, têm gerado um considerável desconforto e perturbação na vida cotidiana dos cidadãos, afetando negativamente sua privacidade, tranquilidade e, em certos casos, sua saúde mental.

A proteção da privacidade e a garantia de um ambiente de comunicação saudável são direitos fundamentais previstos na Constituição Federal. Entretanto, a ausência de legislação específica que regule as chamadas de telemarketing permite abusos e excessos por parte de empresas que se valem dessa prática como estratégia comercial agressiva, muitas vezes

1 Veja em: <https://olhardigital.com.br/2023/02/02/pro/anatel-lanca-portal-que-promete-acabar-com-chamadas-indesejadas-veja-como-funciona/> Acesso em 05/03/2024.

2 Veja em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/267846-chamadas-abusivas-anatel-bloqueou-600-empresas-confira-proximas-medidas.htm> Acesso em 05/03/2024.



desrespeitando os horários adequados para contato e a vontade expressa dos consumidores de não receberem tais chamadas.

Diante desse contexto, a presente iniciativa propõe a criação de um marco regulatório que estabeleça limites claros para a realização de chamadas de telemarketing, garantindo que os cidadãos tenham o direito de optar por não receber esse tipo de contato.

Além disso, este projeto, ao alterar a lei de regência das Telecomunicações, permite a aplicação das sanções administrativas e multas ali previstas às empresas que descumprirem as regras estabelecidas, assegurando a efetividade da norma e o respeito aos direitos dos consumidores. Ademais, determinamos que o descumprimento do disposto na proposta gera responsabilidade civil das empresas que fazem o telemarketing ativo ou de cobrança, sem prejuízo de outras sanções previstas na legislação.

Dessa forma, na certeza de que a presente iniciativa contribuirá para promover o equilíbrio entre as práticas comerciais e o respeito à privacidade e bem-estar dos cidadãos, contribuindo para a construção de uma sociedade mais respeitosa e harmoniosa, pedimos o apoio dos nobres Deputados para a APROVAÇÃO do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 12 de março de 2024.

Deputado BETO RICHA
(PSDB-PR)





CÂMARA DOS DEPUTADOS
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 9.472, DE 16 DE
JULHO DE 1997**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199707-16:9472>

PROJETO DE LEI N.º 2.066, DE 2024 **(Do Sr. Juninho do Pneu)**

Proíbe a realização de ligações e o envio de mensagens automatizadas de telemarketing e dá outras providências.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-9615/2018.

POR OPORTUNO, PARA FINS DE ADEQUAÇÃO DO DESPACHO À RESOLUÇÃO Nº 1/2023, DETERMINO A DISTRIBUIÇÃO DA MATÉRIA À COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO, EM SUBSTITUIÇÃO À COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA, EXTINTA PELA REFERIDA RESOLUÇÃO, MANTENDO-SE VÁLIDOS OS PARECERES JÁ PROFERIDOS PELAS COMISSÕES E A MATÉRIA PRONTA PARA A ORDEM DO DIA EM PLENÁRIO [ATUALIZAÇÃO DO DESPACHO DO PL N. 9.615/18: CCOM, CDC, CFT (MÉRITO E ART. 54, RICD) E CCJC (ART. 54, RICD)].

PROJETO DE LEI Nº , DE 2024

(Do Sr. JUNINHO DO PNEU)

Proíbe a realização de ligações e o envio de mensagens automatizadas de telemarketing e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei proíbe a realização de ligações e o envio de mensagens automatizadas de telemarketing, destinadas a consumidores sem seu consentimento prévio.

Art. 2º Para os fins desta Lei, consideram-se:

I - ligações de telemarketing automatizadas: chamadas telefônicas realizadas por sistemas automáticos de discagem e reprodução de mensagens gravadas, sem a intervenção direta de um operador humano;

II - mensagens automatizadas de telemarketing: mensagens de texto, áudio ou vídeo enviadas por sistemas automáticos de envio de mensagens, sem a intervenção direta de um operador humano.

Art. 3º As empresas de telemarketing, operadoras de serviços de telecomunicações e qualquer outra entidade que realize ligações ou envie mensagens automatizadas para fins de telemarketing deverão obter consentimento prévio, expresso e informado do consumidor.

§ 1º O consentimento mencionado no caput deverá ser solicitado por meio de canais não automatizados, garantindo que o consumidor esteja plenamente ciente e de acordo com o recebimento de tais comunicações.

§ 2º A solicitação de consentimento deve informar claramente a finalidade das ligações e mensagens, a frequência com que serão realizadas, e o direito do consumidor de revogar o consentimento a qualquer momento.



Art. 4º É garantido ao consumidor o direito de revogar o consentimento a qualquer momento, de forma fácil e gratuita, por meio dos mesmos canais utilizados para obtê-lo ou por outros disponibilizados pela empresa.

§ 1º Após a revogação do consentimento, as empresas deverão cessar imediatamente o envio de mensagens e a realização de ligações automatizadas de telemarketing ao consumidor.

Art. 5º Compete aos órgãos de defesa do consumidor e à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) a fiscalização e a aplicação das sanções previstas nesta Lei.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

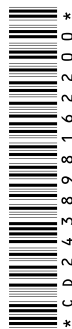
JUSTIFICATIVA

A prática de ligações e mensagens automatizadas de telemarketing tem se tornado uma fonte significativa de incômodo para os consumidores brasileiros. Essas comunicações invasivas ocorrem a qualquer hora do dia, frequentemente interrompendo atividades diárias e causando transtornos. Além disso, muitas vezes, o consumidor não deu consentimento para receber tais chamadas e mensagens, configurando uma prática abusiva.

Este projeto de lei visa a proteger os consumidores contra a invasão de sua privacidade e o abuso por parte das empresas que utilizam sistemas automatizados de telemarketing sem o consentimento prévio. A exigência de consentimento explícito e informado coloca o controle nas mãos dos consumidores, garantindo que eles recebam apenas as comunicações que desejam.

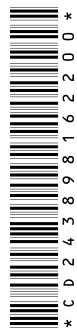
Além disso, a possibilidade de revogação do consentimento a qualquer momento assegura que os consumidores possam optar por não receber mais essas comunicações caso mudem de ideia, sem custos ou complicações.

A aprovação desta lei representará um avanço significativo na proteção dos direitos dos consumidores, assegurando maior respeito à sua privacidade e tranquilidade. Contamos com o apoio dos nobres Pares para a aprovação deste projeto de lei.



Sala das Sessões, em de de 2024.

Deputado JUNINHO DO PNEU



PROJETO DE LEI N.º 3.149, DE 2024

(Do Sr. Lebrão)

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para proibir a utilização de sistemas automatizados para ligações em massa e repetitivas, nos serviços de televendas, centrais de relacionamento telefônico (Contact Center), operadoras de telemarketing, e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2066/2024.



PROJETO DE LEI Nº , DE 2024
(Do Sr. Lebrão)

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para proibir a utilização de sistemas automatizados para ligações em massa e repetitivas, nos serviços de televendas, centrais de relacionamento telefônico (Contact Center), operadoras de telemarketing, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art.39.
.....

XV - Os sistemas de televendas, as centrais de relacionamento telefônico (contact center) e operadoras de telemarketing não poderão utilizar sistemas automatizados para ligações em massa e repetitivas.

§ 1º Os sistemas operacionais não poderão utilizar robôs de inteligência artificial para executar ligações com vários números acoplados.

§ 2º Fica vedada a realização de ligações em sequência para um mesmo número.

§ 3º As ligações deverão ser operadas um número por vez, através de um atendente funcionário da empresa, que deverá excluir do cadastro o número telefônico após a oferta do produto e ou serviço.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entre em vigor na data de sua publicação.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do **Deputado LEBRÃO** – União Brasil / RO

JUSTIFICATIVA

Com o avanço das novas tecnologias dos sistemas operacionais e softwares de atendimento, realizado pelas empresas de tele vendas, telemarketing e agora com a criação das centrais de “relacionamentos” (contact centers) que buscam de forma desenfreada e carente de regulação, somada à facilidade de acesso aos dados privados do consumidor, alcançar metas de vendas realizando verdadeiros abusos contra o consumidor. Portanto, criar barreiras regulatórias e limites para essas empresas é uma realidade que se impõe.

A população brasileira vem sofrendo com esse tipo de abordagens excessivas, através de ligações telefônicas sistemáticas, oferecendo produtos e serviços sem a anuência do consumidor, que sofre com contatos repetidos e desenfreados, na maioria das vezes alvo de sistemas de ligação em massa, e de sistemas de inteligência artificial que não possuem limites de quantidade de contatos e nem de horários.

Dessa forma, atendendo aos requisitos das práticas abusivas constante no Código de Defesa do Consumidor, entendemos ser necessário incluir artigo na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que proíbe a utilização desses sistemas operacionais que realizam ligações em massa e repetitivas. Por outro lado, os sistemas necessitam serem operados por funcionário credenciado que deverá excluir do cadastro os números telefônicos que se opuserem ao produto e ou serviço ofertado.

Diante da importância do tema, peço o apoio dos nobres pares para aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões,

Deputado LEBRÃO
UNIÃO / RO

Apresentação: 14/08/2024 08:53:23.723 - MESA

PL n.3149/2024



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199009-11;8078>

PROJETO DE LEI N.º 3.401, DE 2024

(Do Sr. Fernando Rodolfo)

Cria o “Cadastro Nacional Anti- Importunação”, que impede o contato direto com o consumidor, por meio de chamadas telefônicas, envio de mensagens por aplicações de mensageria instantânea ou atividade de telemarketing ativo, por fornecedores de produtos e serviços de qualquer natureza.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1173/2023.



PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2024.
(Do Sr. Fernando Rodolfo)

Cria o “Cadastro Nacional Anti-Importunação”, que impede o contato direto com o consumidor, por meio de chamadas telefônicas, envio de mensagens por aplicações de mensageria instantânea ou atividade de telemarketing ativo, por fornecedores de produtos e serviços de qualquer natureza.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica criado o Cadastro Nacional Anti-Importunação, que impede o contato de fornecedores de produtos e serviços de qualquer natureza, diretamente ou por meio de interposta pessoa, com o consumidor inscrito no Cadastro, por meio de chamadas telefônicas, do envio de mensagens por aplicações de mensageria instantânea ou por qualquer meio de atividade de telemarketing ativo, para oferta comercial, propostas, publicidade direcionada ou qualquer outra que não tenha sido expressamente solicitada.

Art. 2º O contato realizado por fornecedor de produto ou serviço com o usuário não inscrito no Cadastro Nacional Anti-Importunação, por qualquer meio de comunicação ou instrumento de telemarketing ativo, deverá ocorrer em dias de semana, durante o horário comercial e sem recorrência abusiva, o que, para os fins do disposto nesta Lei, compreende o limite de três contatos diários.

Art. 3º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita o infrator às disposições e sanções da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), sem prejuízo de eventual responsabilidade civil.



Art. 4º O Poder Executivo instituirá e regulamentará o Cadastro Nacional Anti-Importunação, no prazo de 90 dias.

Parágrafo único. A gestão do cadastro de que trata esta Lei poderá ser feita pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) em cooperação com o Conselho Nacional de Justiça, podendo ser delegada a entidade privada associativa, nos termos do regulamento.

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

De acordo com o relatório “Global Spam Report” de 2021, da empresa Truecaller, as chamadas indesejadas e as fraudes cometidas por meio de ferramentas de telemarketing são um problema global. Contudo, impossível não destacar que o Brasil, infelizmente, vem liderando esse ranking — não apenas na pesquisa de 2021, mas em três de suas edições anteriores. O país se destaca negativamente com uma média de 32,9 chamadas de spam por usuário por mês, uma taxa significativamente mais alta do que a observada em outros países. A maioria dessas chamadas é de serviços financeiros e de vendas, com uma considerável parcela delas sendo classificadas como tentativas de fraude.

O Brasil, como líder em chamadas de spam, enfrenta um desafio significativo no combate a fraudes e golpes, que não só perturbam a vida cotidiana dos cidadãos, como também representam riscos financeiros graves. Além disso, o relatório aponta que 44,1% do volume total de chamadas de spam no Brasil provém de serviços financeiros — na maior parte, para a oferta de créditos em condições muitas vezes desvantajosas ao consumidor, contribuindo assim para o aumento do endividamento da população brasileira. Essa situação demanda uma vigilância constante e uma colaboração mais efetiva entre as autoridades, para proteger melhor os consumidores e restaurar a confiança nas comunicações telefônicas.

Mostra-se premente, assim, a necessidade de políticas mais rigorosas e soluções tecnológicas avançadas para combater esse tipo de abuso. A persistência desse problema no Brasil destaca não apenas a vulnerabilidade dos consumidores, mas também a audácia dos *spammers* que exploram as lacunas nos sistemas de proteção de dados e na legislação. A repetição anual do Brasil como líder desse indesejado ranking sugere que as abordagens atuais para combater o telemarketing abusivo são insuficientes ou ineficazes.

Nesse contexto, exsurge o presente Projeto de Lei, que Cria o “Cadastro Nacional Anti-Importunação”, estabelecendo que todos que estiverem inscritos no cadastro estarão blindados do contato direto de fornecedores de bens e serviços, por meio de chamadas



telefônicas, envio de mensagens por aplicações de mensageria instantânea ou atividade de telemarketing ativo.

Não menos importante, a fim de coibir o contato abusivo com aqueles que não se inscreverem no vergastado cadastro, estabelece-se que o telemarketing deverá ocorrer em dias de semana, durante o horário comercial e sem recorrência abusiva, o que, para os fins do disposto nesta Lei, compreende o limite de três contatos diários.

Face ao exposto, requer-se o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente proposição, que soluciona imbróglio que incomoda a maioria esmagadora dos brasileiros.

Sala das Sessões, em 29 de agosto de 2024, na 57ª legislatura.

FERNANDO RODOLFO
DEPUTADO FEDERAL
PL-PE



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199009-11;8078>

PROJETO DE LEI N.º 2.984, DE 2025

(Do Sr. Juarez Costa)

Altera o art. 33 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para vedar ligações telefônicas oferecendo bens e serviços, salvo solicitação ou autorização expressa do consumidor

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2407/2021.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2025

(Do Sr. JUAREZ COSTA)

Altera o art. 33 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para vedar ligações telefônicas oferecendo bens e serviços, salvo solicitação ou autorização expressa do consumidor

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei proíbe a publicidade de bens e serviços por meio telefônico, salvo solicitação ou autorização expressa do consumidor.

Art. 2º O art. 33 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido dos §2º, §3º e §4º, renumerando-se o parágrafo único como §1º, com a seguinte redação:

“Art. 33.

.....

.

§1º É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina.

§ 2º É vedada a oferta de bens e serviços por telefone, salvo quando expressamente solicitado ou autorizado pelo consumidor.

§2º A autorização do consumidor deverá ser renovada de forma individualizada e expressa a cada 12 (doze) meses, vedando-se sua renovação automática.

§3º O descumprimento do disposto neste artigo sujeita o infrator às sanções previstas no art. 56 desta Lei. “ (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO



O presente Projeto de Lei tem como objetivo proibir a realização de ligações telefônicas destinadas à oferta de bens e serviços sem solicitação prévia ou expressa autorização do consumidor. A medida visa proteger os cidadãos contra o incômodo e a invasão de privacidade causados por esse tipo de abordagem, que frequentemente ocorre em horários inoportunos, de forma insistente e sem o consentimento do destinatário.

Com a popularização dos meios digitais e a ampla disponibilidade de informações de contato, tornou-se comum o uso de sistemas automáticos e centrais de telemarketing para a promoção de produtos e serviços, muitas vezes sem qualquer vínculo prévio entre a empresa e o consumidor. Tal prática, além de representar um transtorno para milhões de brasileiros, configura violação ao direito à tranquilidade e à autodeterminação informativa.

Ressalte-se que, nos dias atuais, é cada vez mais comum que o próprio consumidor tome a iniciativa de buscar informações sobre produtos ou contratar serviços de seu interesse, por meio dos canais digitais ou diretamente junto às empresas. Nesse contexto, as ligações não solicitadas tornam-se obsoletas, ineficazes e, sobretudo, indesejadas.

A aprovação desta proposição representa um avanço na proteção do consumidor e está em consonância com os princípios da dignidade da pessoa humana, da boa-fé nas relações de consumo e do respeito à vontade do indivíduo. Trata-se, portanto, de medida necessária para garantir maior equilíbrio nas relações de consumo, promovendo um ambiente mais ético, respeitoso e eficiente para consumidores e fornecedores.

Ante o exposto, contamos com o apoio dos nobres colegas para o aperfeiçoamento e a aprovação do presente projeto de lei

Sala das Sessões, em de de 2025.

Deputado JUAREZ COSTA

2025-7977



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199009-11;8078>

PROJETO DE LEI N.º 3.772, DE 2025

(Da Sra. Dayany Bittencourt)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para instituir a Lei Não Me Perturbe.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1173/2023.



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete da Deputada Dayany Bittencourt – União/CE

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2025
(Da Sra. Dayany Bittencourt)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para instituir a Lei Não Me Perturbe.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para instituir a Lei Não Me Perturbe.

Art. 2º Fica proibido às operadoras de telemarketing estabelecer contato com usuários sem autorização prévia, devidamente registrados em cadastro oficial.

Parágrafo único. Para os fins desta Lei, entende-se por telemarketing o serviço que envolve a iniciação de contato telefônico por operadores diretos da empresa, por terceiros contratados e/ou por meio de ligações ou mensagens previamente gravadas, com o objetivo de interagir diretamente com o consumidor para oferecer produtos, serviços, coletar informações ou captar clientes.

Art. 3º Constitui ato abusivo o contato realizado por prestadores de telemarketing com usuários de serviços de telefonia que tenham optado formalmente pelo não recebimento de tais comunicações.

Art. 4º A infração a esta Lei ou a normas aplicáveis, especialmente ao direito do consumidor de não receber ligações de telemarketing, sujeitará os infratores às seguintes sanções, aplicáveis





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete da Deputada Dayany Bittencourt – União/CE

pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), sem prejuízo de outras de natureza civil ou penal:

- I - advertência, com prazo para regularização;
- II - multa, conforme gravidade da infração;
- III - suspensão temporária das atividades;
- IV - proibição definitiva de operar no segmento de telemarketing.

§1º A multa poderá ser aplicada isoladamente ou cumulativamente com outras sanções, não podendo exceder R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração.

§2º A aplicação da multa considerará a condição econômica do infrator, a reincidência e o princípio da proporcionalidade entre a gravidade da falta e a intensidade da sanção.

§3º A suspensão temporária das atividades não poderá ultrapassar 30 (trinta) dias consecutivos, exceto em casos de reincidência grave, quando poderá ser prorrogada por igual período.

Art. 5º Os consumidores poderão registrar sua opção de não receber ligações de telemarketing em cadastro nacional gerido pela Anatel, com bloqueio obrigatório por parte das operadoras em até 48 (quarenta e oito) horas.

Art. 6º As operadoras de telemarketing deverão manter registros de consentimento dos consumidores que aceitarem receber ligações, sob pena de responsabilização nos termos desta Lei.

Art. 7º As operadoras de telemarketing são obrigadas a enviar à Anatel a relação dos números telefônicos utilizados para a





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete da Deputada Dayany Bittencourt – União/CE

realização de atividades de telemarketing, sob pena de sanções conforme disposto nesta Lei.

Art. 8º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 33.

§1º.....

§2º É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone direcionada a consumidor que tenha registrado expressamente sua preferência por não receber comunicações de telemarketing;

.....

Art. 39.

.....

XV - Anunciar bens e serviços por telefone direcionada a consumidor que tenha registrado expressamente sua preferência por não receber comunicações de telemarketing;" (NR)

Art. 9º Fica instituída a Campanha Nacional "Lei Não Me Perturbe", com os seguintes objetivos:

I - Conscientizar o cidadão sobre os direitos que possui em relação ao não recebimento de ligações indesejadas de telemarketing;

II - Implementar medidas necessárias para facilitar e ampliar o acesso do cidadão ao portal oficial de cadastro na lista do "Não Me Perturbe", garantindo divulgação adequada.





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete da Deputada Dayany Bittencourt – União/CE

§ 1º Para cumprimento do disposto no inciso I, o Poder Público veiculará, anualmente, campanha informativa em meios de comunicação de massa, incluindo rádio, televisão, internet e redes sociais, com linguagem acessível e abrangência nacional.

§ 2º O cadastro no portal do "Não Me Perturbe" será gratuito, de fácil acesso e deverá contar com:

- a) suporte em múltiplas plataformas;
- b) orientações claras sobre como registrar reclamações em caso de descumprimento;
- c) integração com sistemas de proteção ao consumidor, como Procons e Anatel.

Art. 10 Esta Lei entra em vigor 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação.





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete da Deputada Dayany Bittencourt – União/CE

JUSTIFICAÇÃO

A evolução tecnológica e a expansão do mercado de telecomunicações trouxeram consigo um problema crescente: o assédio telefônico por meio de ligações de telemarketing não autorizadas. Apesar de a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) já dispor de um cadastro para bloquear tais comunicações¹², a falta de uma legislação específica e robusta faz com que a proteção ao consumidor seja frágil e insuficiente.

Diante desse cenário, o presente projeto de lei busca alterar o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) para instituir a "Lei Não Me Perturbe", com o objetivo de coibir práticas abusivas de telemarketing, fortalecer os direitos dos consumidores e estabelecer sanções mais rigorosas para as empresas infratoras.

Atualmente, o combate ao telemarketing abusivo é regulado por normas infralegais, que, embora válidas, não possuem a mesma força e estabilidade de uma lei ordinária. A transformação dessa política em legislação formal é essencial por três motivos principais. Isto é, melhora a segurança jurídica, pois leis aprovadas pelo Congresso Nacional têm caráter permanente, diferentemente de portarias e regulamentos, que podem ser alterados a qualquer momento por mudanças administrativas.

Aumenta a proteção contra retrocessos, ou seja, uma lei assegura que a política seja tratada como direito do consumidor, e não como uma medida provisória sujeita a descontinuidades. Além disso, possui legitimidade democrática: A aprovação pelo Legislativo

¹ Disponível em: < <https://www.naomeperturbe.com.br/> >

² Não Me Perturbe, disponível em: < <https://www.gov.br/anatel/pt-br/consumidor/telemarketing/nao-me-perturbe> >





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete da Deputada Dayany Bittencourt – União/CE

confere maior transparência e participação social, reforçando o compromisso do Estado com a defesa dos cidadãos.

A regulamentação do telemarketing abusivo já é uma realidade em diversos países, com resultados comprovados. Na Espanha, a "Lista Robinson"³ reduziu significativamente as ligações indesejadas, enquanto nos Estados Unidos, o "Do Not Call Registry"⁴ impõe multas de até US\$ 50 mil por violação.

Esses exemplos demonstram que a regulação rigorosa é eficaz e que o Brasil deve avançar nesse sentido, garantindo aos consumidores o direito ao sossego e à privacidade.

A realidade brasileira evidencia a ineficácia das medidas atuais, segundo a Anatel⁵, os brasileiros recebem mais de 1 bilhão de chamadas de telemarketing abusivo por mês. Diante desse cenário, o presente projeto traz avanços significativos, ou seja, reforça a questão do Cadastro Nacional, que já é feito por meio do portal Não Me Perturbe, no qual os consumidores poderão formalizar sua preferência por não receber ligações indesejadas, sendo que as operadoras terão o prazo máximo de 48 horas para implementar o bloqueio, garantindo assim celeridade e efetividade na proteção dos direitos dos usuários.

Para assegurar o cumprimento das normas, foram previstas sanções rigorosas, que variam desde multas que podem alcançar R\$ 50 milhões até a suspensão temporária das atividades e, em casos

³ How to stop spam calls in Spain: Do this before it's too late, disponível em: <<https://euroweeklynews.com/2024/11/18/how-to-stop-spam-calls-in-spain-do-this-before-its-too-late/>>

⁴ National Do Not Call Registry FAQs, disponível em: <<https://consumer.ftc.gov/articles/national-do-not-call-registry-faqs>>

⁵ Brasileiros recebem mais de 1 bilhão de chamadas de telemarketing abusivo por mês, disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/brasileiros-recebem-mais-de-1-bilhao-de-chamadas-de-telemarketing-abusivo-por-mes/>





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Dayany Bittencourt – União/CE

extremos de reincidência, a proibição definitiva de atuação no segmento de telemarketing. Reconhecendo que muitos cidadãos ainda desconhecem os mecanismos de proteção já existentes, o projeto inclui uma ampla Campanha Nacional de Conscientização, com divulgação massificada através dos meios de comunicação de maior alcance, como rádio, televisão e redes sociais, democratizando o acesso à informação. Além disso, como medida preventiva contra abusos, estabelece-se a obrigatoriedade do Registro de Consentimento, mediante o qual as empresas ficam compelidas a comprovar a autorização expressa do consumidor, reforçando os princípios de transparência e boa-fé nas relações de consumo.

A "Lei Não Me Perturbe" representa um marco na proteção ao consumidor, alinhando o Brasil às melhores práticas internacionais e garantindo efetividade no combate ao assédio telefônico. A transformação dessa política em lei formal assegura sua perenidade, enquanto as sanções mais duras e a divulgação ampla garantem maior adesão e respeito às regras.

Diante do exposto, conclui-se que a aprovação deste projeto é urgente e necessária, em benefício de milhões de brasileiros que desejam, simplesmente, não ser perturbados.

Gabinete Parlamentar, em 06 de agosto de 2025.


Deputada **DAYANY BITTENCOURT**
UNIÃO/CE





CÂMARA DOS DEPUTADOS

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1990/lei-8078-11-setembro1990-365086-norma-pl.html>

PROJETO DE LEI N.º 4.058, DE 2025 (Do Sr. Kim Kataguiri)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997 (Lei Geral de Telecomunicações) para dispor sobre o direito do consumidor de manifestar oposição ao recebimento de ligações telefônicas de oferta, publicidade ou cobrança, e estabelecer mecanismos de responsabilização e sanção às empresas que descumprirem a solicitação.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4232/2021.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado Federal KIM KATAGUIRI

PROJETO DE LEI Nº ____/2025

(Do Sr. Kim KataguiRI)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997 (Lei Geral de Telecomunicações) para dispor sobre o direito do consumidor de manifestar oposição ao recebimento de ligações telefônicas de oferta, publicidade ou cobrança, e estabelecer mecanismos de responsabilização e sanção às empresas que descumprirem a solicitação.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar acrescida dos seguintes dispositivos:

"Art. 39-A. O consumidor poderá, a qualquer tempo, manifestar oposição ao recebimento de ligações telefônicas de oferta, publicidade ou cobrança, hipótese em que a empresa responsável deverá:

- I – registrar a solicitação de forma imediata e gratuita;
- II – fornecer ao consumidor, por meio eletrônico ou físico, número de protocolo ou outro comprovante inequívoco da solicitação;
- III – abster-se, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, de realizar novas chamadas telefônicas ao consumidor, independentemente do número de origem utilizado.



Praça dos Três Poderes - Câmara dos Deputados
Anexo IV, 7º andar, gabinete 744
dep.kimkatguiRI@camara.leg.br
CEP 70160-900 - Brasília-DF

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD252227621500>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Kim KataguiRI





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado Federal KIM KATAGUIRI

Apresentação: 18/08/2025 15:33:02.897 - Mesa

PL n.4058/2025

§ 1º A manifestação do consumidor terá validade contra toda a rede de contatos telefônicos vinculada à empresa emissora, direta ou indiretamente, inclusive terceirizadas e correspondentes.

§ 2º O descumprimento do disposto neste artigo sujeitará a empresa às sanções previstas no art. 56 desta Lei, sem prejuízo de indenização por danos morais e materiais ao consumidor.”

Art. 2º O art. 56 da Lei nº 8.078, de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso XIII:

“XIII – multa específica de R\$ 500,00 (quinhentos reais) por ligação realizada em descumprimento à manifestação de oposição do consumidor, sem prejuízo de indenizações cabíveis.”

Art. 3º A Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997 (Lei Geral de Telecomunicações), passa a vigorar acrescida do seguinte art. 79-A:

“Art. 79-A. As prestadoras de serviços de telecomunicações deverão assegurar, mediante solicitação do consumidor ou determinação de autoridade competente:
I – o bloqueio de chamadas originadas de empresas que descumprirem a oposição expressa do consumidor ao recebimento de ligações de oferta, publicidade ou cobrança;
II – a disponibilização de ferramenta gratuita, física ou eletrônica, para registro, acompanhamento e prova da solicitação do consumidor;
III – a manutenção de registros das solicitações por, no mínimo, 5 (cinco) anos.

§ 1º O descumprimento sujeitará a prestadora às sanções previstas nos arts. 173 e 174 desta Lei, sem prejuízo de responsabilidade solidária pelos danos causados ao consumidor.

§ 2º A ANATEL regulamentará, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, os mecanismos técnicos de bloqueio e fiscalização do disposto neste artigo.”



Praça dos Três Poderes - Câmara dos Deputados
Anexo IV, 7º andar, gabinete 744
dep.kimkatgui@camara.leg.br
CEP 70160-900 - Brasília-DF

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD252227621500>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Kim Katagui



* C D 2 5 2 2 2 7 6 2 1 5 0 0 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado Federal KIM KATAGUIRI

Art. 4º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios poderão regulamentar, no âmbito de suas competências, a criação de cadastro unificado de oposição a ligações telefônicas, de acesso gratuito ao consumidor, nos moldes dos sistemas já existentes de bloqueio de telemarketing.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala das Sessões, de de 2025.

KIM KATAGUIRI
Deputado Federal
(UNIÃO-SP)





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado Federal KIM KATAGUIRI

JUSTIFICAÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor consagra princípios fundamentais de respeito à dignidade, proteção contra práticas abusivas e direito à informação clara. Contudo, o avanço das tecnologias de comunicação e a massificação do telemarketing e das cobranças automatizadas expuseram lacunas na legislação.

Atualmente, consumidores são submetidos a verdadeiros “floods” de chamadas telefônicas, muitas vezes de dezenas de números diferentes pertencentes a uma mesma empresa ou grupo. O bloqueio individual de números tornou-se ineficaz, visto que as empresas utilizam múltiplas linhas descartáveis.

A presente proposição resolve essa distorção ao deslocar a responsabilidade **do número para a empresa**, estabelecendo um procedimento simples: o consumidor pode manifestar sua vontade de não receber novas ligações, e a empresa passa a ter obrigação legal de cessar o contato.

A lógica segue modelo já adotado em comunicações digitais, como o cancelamento de inscrições de e-mail (“unsubscribe”), garantindo efetividade e fortalecendo o poder de escolha do consumidor.

Além disso, o projeto prevê multa automática por descumprimento e possibilita a reparação de danos, tornando a medida economicamente dissuasiva.

Trata-se, portanto, de iniciativa de proteção da privacidade, da tranquilidade e da dignidade do consumidor, que fortalece o equilíbrio nas relações de consumo e responde a uma das maiores demandas sociais contemporâneas ligadas ao abuso de empresas de telemarketing e cobrança.

Diante da relevância da matéria, conclamo os nobres Pares à aprovação deste projeto.

Sala das Sessões, de de 2025.

KIM KATAGUIRI
Deputado Federal
(UNIÃO-SP)



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990	https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1990/lei-8078-11-setembro1990-365086-norma-pl.html
LEI Nº 9.472, DE 16 DE JULHO DE 1997	https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1997/lei-9472-16-julho1997-367735-norma-pl.html

FIM DO DOCUMENTO