

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026
(Do Sr. BIBO NUNES)

Dispõe sobre a proteção do consumidor contra o assédio consumerista por telemarketing ativo abusivo, estabelece parâmetros objetivos para a configuração de dano moral e altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Disposições Gerais

Art. 1º Esta Lei estabelece parâmetros objetivos para a caracterização de prática abusiva nas atividades de telemarketing ativo e para a configuração de dano moral indenizável, em conformidade com o disposto na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), e na Lei nº 14.297, de 5 de janeiro de 2022.

Art. 2º Para os fins desta Lei, considera-se:



I – telemarketing ativo: a modalidade de contato telefônico iniciado pelo fornecedor com o objetivo de ofertar produtos ou serviços;

II – consumidor: a pessoa física a quem se destinam as chamadas de telemarketing ativo;

III – chamada de duração zero: a ligação telefônica encerrada em até seis segundos, sem estabelecimento de comunicação efetiva, utilizada para teste de validade do número ou para desvio do consumidor para sistema automatizado;

IV – mesmo grupo econômico: o conjunto de empresas controladoras, controladas, coligadas ou sob controle comum, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976.

Art. 3º O consumidor tem o direito de não receber chamadas de telemarketing ativo não solicitadas, cabendo ao fornecedor o dever de abster-se de realizá-las quando ausente consentimento prévio, livre, informado e inequívoco, nos termos do art. 7º, I, da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

Da Prática Abusiva e do Dano Moral

Art. 4º Considera-se abusiva, para todos os efeitos legais, independentemente de comprovação de prejuízo concreto, a prática de telemarketing ativo que exceda os seguintes limites: I – mais de três chamadas telefônicas no mesmo dia para o mesmo consumidor, ainda que originadas de números distintos; II – mais de quinze chamadas telefônicas no mesmo mês calendário para o mesmo consumidor, ainda que originadas de números distintos; III – a realização de chamada de duração zero, nos termos do inciso III do



art. 2º; IV – qualquer chamada telefônica após o consumidor ter manifestado expressamente sua oposição ao recebimento, inclusive por meio de cadastro em plataforma pública de bloqueio.

§ 1º Os limites previstos nos incisos I e II aplicam-se ao total de chamadas realizadas por uma mesma empresa ou por empresas do mesmo grupo econômico, ainda que por números distintos.

§ 2º A chamada de duração zero considera-se abusiva independentemente do número de ocorrências, por caracterizar prática de verificação de número ativo sem consentimento.

Art. 5º A prática descrita no art. 4º configura dano moral *in re ipsa*, presumindo-se o prejuízo independentemente de prova do sofrimento ou do abalo psicológico sofrido pelo consumidor.

Da Prova e da Indenização

Art. 6º Para fins de prova em juízo, o consumidor que apresentar registros parciais de chamadas em seu aparelho telefônico, capturas de tela, gravações, vídeos, protocolos de reclamação junto ao fornecedor, à Agência Nacional de Telecomunicações ou aos órgãos de defesa do consumidor, ou qualquer outro indício mínimo da ocorrência das ligações, goza de presunção relativa de veracidade quanto à autoria e ao volume das chamadas pela empresa indicada.

§ 1º Cabe à empresa ré demonstrar, mediante registros próprios ou fornecidos pela prestadora de serviço de telecomunicações, que não realizou as chamadas no volume alegado ou que obteve consentimento prévio do consumidor, sob pena de confissão.



§ 2º A prestadora de serviço de telecomunicações é obrigada a fornecer, no prazo de quinze dias e sem ônus para o consumidor, os registros de chamadas originadas para o número do consumidor quando solicitados por autoridade judiciária, pelo Ministério Público, pelos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor ou a requerimento da parte interessada em ação judicial, sob pena de multa diária.

§ 3º O disposto neste artigo não prejudica a aplicação do art. 373, § 1º, do Código de Processo Civil, cabendo ao juiz a distribuição dinâmica do ônus probatório em favor do consumidor sempre que entender presentes os requisitos legais.

Art. 7º O oferecimento pelo fornecedor de plataforma de bloqueio próprio, a existência de cadastro do consumidor em plataforma pública de não recebimento de chamadas, ou a mera indicação de que o consumidor poderia ter bloqueado os contatos não afastam a responsabilidade civil do fornecedor nem descaracterizam o dano moral presumido.

Art. 8º Constituem fatores que agravam o valor da indenização:

I – a persistência das chamadas após notificação extrajudicial, reclamação administrativa ou citação judicial;

II – a realização de chamadas em horário noturno, em finais de semana ou feriados;

III – a utilização de mecanismos de ocultação ou falsificação do número de origem (*spoofing*);

IV – a destinação das chamadas a consumidor que nunca manteve relação contratual com o fornecedor;



V – a utilização de sistemas automatizados ou robôs para a realização das chamadas;

VI – a destinação das chamadas a consumidor previamente cadastrado em plataforma pública de bloqueio de chamadas de telemarketing.

Art. 9º O valor da indenização por danos morais será fixado entre três mil e vinte mil reais por consumidor afetado, observados os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, a capacidade econômica do ofensor, a gravidade da conduta, o número de chamadas realizadas e a presença de fatores agravantes.

Parágrafo único. A reincidência poderá elevar o valor da indenização em até o triplo.

Art. 10. O disposto nesta Lei não exclui a aplicação de sanções administrativas previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, e na Lei nº 14.297, de 5 de janeiro de 2022, bem como das medidas cautelares determinadas pela Agência Nacional de Telecomunicações.

Das Alterações Legislativas

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

"Art. 39. XIV – realizar chamadas de telemarketing ativo em desacordo com os parâmetros objetivos estabelecidos em lei." (NR)



Art. 12. O art. 42 da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º:

"Art. 42. § 4º A utilização de dados pessoais de contato de titular para a realização de chamadas de telemarketing ativo sem o consentimento prévio, livre, informado e inequívoco de que trata o inciso I do art. 7º, quando caracterizada a prática abusiva nos termos de lei específica, constitui violação ao direito de privacidade e à intimidade do titular, gerando o dever de indenizar pelo dano moral in re ipsa, sem prejuízo das sanções administrativas previstas nesta Lei." (NR)

Art. 13. O § 1º do art. 52 da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso:

"Art. 52. § 1º XIII – a realização de chamadas de telemarketing ativo caracterizadas como prática abusiva nos termos de lei específica." (NR)

Art. 14. Revogam-se as disposições em contrário.

Art. 15. Esta Lei entra em vigor noventa dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A presente proposição legislativa visa suprir lacuna normativa identificada na proteção do consumidor contra o assédio consumerista praticado por meio de telemarketing ativo abusivo.



Embora o ordenamento jurídico brasileiro já disponha de instrumentos gerais de tutela da intimidade e da vida privada, como o art. 5º, X, da Constituição Federal, a responsabilidade objetiva do fornecedor prevista no art. 14 do Código de Defesa do Consumidor e a proteção de dados pessoais conferida pela Lei nº 13.709, de 2018, inexistem parâmetro legal objetivo que defina, de forma clara e antecipada, o limite a partir do qual a prática de telemarketing deixa de ser exercício regular de atividade comercial para se tornar conduta abusiva geradora de dano moral presumido.

O cerne da questão é que o telemarketing abusivo constitui verdadeiro assédio consumerista, que viola a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais por utilizar o número telefônico do consumidor — dado pessoal que lhe é intrinsecamente vinculado — sem o seu consentimento prévio, livre, informado e inequívoco, invadindo assim a sua intimidade e a sua vida privada. Cada chamada não solicitada representa um acesso não autorizado à esfera pessoal do consumidor, interrompendo momentos de descanso, trabalho e lazer e submetendo-o a um estado permanente de alerta e desconforto. O consentimento para o tratamento de dados pessoais, pedra angular da LGPD, é aqui sistematicamente desrespeitado, pois a empresa que adquire ou utiliza o número de telefone para abordagem comercial sem autorização do titular pratica ato ilícito que transcende o mero descumprimento contratual para alcançar a violação de direito fundamental.

A conduta abusiva é agravada pela má-fé com que as empresas de telemarketing atuam. Para burlar o bloqueio pelos consumidores e fugir à fiscalização, utilizam múltiplos números telefônicos distintos, renovando-os periodicamente para que o consumidor não consiga identificar nem bloquear eficazmente as chamadas. Essa prática fraudulenta viola frontalmente a regulamentação editada pela Agência Nacional de Telecomunicações



que estabeleceu o prefixo 0303 como código obrigatório para todas as ligações de telemarketing ativo, norma em vigor desde março de 2022. O descumprimento reiterado desse dever normativo pelas empresas de telemarketing demonstra não apenas a insuficiência da regulação administrativa para coibir o assédio consumerista, mas também a necessidade de que a lei civil estabeleça consequências diretas e efetivas para essa conduta.

Os dados empíricos demonstram a gravidade do problema. A Agência Nacional de Telecomunicações apurou que mais de um bilhão de chamadas de telemarketing abusivo foram recebidas mensalmente pelos brasileiros entre junho de 2022 e dezembro de 2024, o que corresponde a uma média de setecentas e quarenta e três ligações por habitante, e que, desde o início das medidas mais rigorosas de combate, cerca de cento e setenta e oito bilhões de ligações abusivas foram bloqueadas, enquanto mais de mil usuários de telecomunicações foram sancionados e mais de trinta e dois milhões de reais em multas foram aplicados em vinte e quatro processos administrativos¹. Em 2026, estima-se que trezentas e cinco mil ligações indesejadas sejam feitas por minuto no país².

A jurisprudência recente do Tribunal de Justiça do Estado de Goiás, em acórdão unânime da 2ª Turma Recursal dos Juizados Especiais, firmou entendimento de que a realização de múltiplas ligações diárias de telemarketing ultrapassa o mero aborrecimento e configura dano moral indenizável, com fundamento na teoria do desvio produtivo do consumidor e na violação ao direito de intimidade e à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais³. O caso concreto envolveu consumidor que recebeu mais de cinquenta chamadas em

¹ AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. Combate às Chamadas Inoportunas. Comitê de Defesa dos Usuários de Serviços de Telecomunicações (C dust), 2025.

² Jornal Nacional. Anatel prorroga prazo de medida que permite ao consumidor bloquear chamadas indesejadas de telemarketing. G1, 3 jun. 2026.

³ Tribunal de Justiça do Estado de Goiás, 2ª Turma Recursal dos Juizados Especiais. Recurso Inominado nº 5087240-43.2026.8.09.0150, Rel. Vinícius Caldas da Gama e Abreu, j. 17 jul. 2026.

ACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. Regulamentação do prefixo 0303 para telemarketing ativo (Ato nº 10.413/2021 e normas



poucos meses, sem jamais ter sido cliente da operadora, tendo as ligações persistido mesmo após o ajuizamento da ação. A decisão revela, contudo, que a proteção judicial ainda depende de prova exaustiva do excesso e do caso concreto, o que desestimula a busca de reparação e reduz o efeito pedagógico das condenações.

O projeto de lei ora apresentado busca transformar esse entendimento jurisprudencial em regra legal objetiva e de observância obrigatória. Para tanto, estabelece limites quantitativos claros — mais de três chamadas no mesmo dia ou mais de quinze no mesmo mês — a partir dos quais a prática se presume abusiva e o dano moral se considera configurado independentemente de prova do prejuízo. Inova ao considerar intrinsecamente abusiva a chamada de duração zero, utilizada exclusivamente para teste de validade do número, independentemente do número de ocorrências. Define, igualmente, mecanismo probatório em três camadas: ao consumidor basta apresentar indícios mínimos, como registros de chamadas de seu aparelho telefônico, cabendo à empresa o ônus de demonstrar, por meio de seus próprios registros ou dos fornecidos pela operadora de telecomunicações, que não realizou as ligações no volume alegado ou que obteve consentimento prévio. Estabelece, ainda, a obrigação legal de a prestadora de telecomunicações fornecer os registros de chamadas quando solicitados pela autoridade judiciária, pelo Ministério Público, pelos órgãos de defesa do consumidor ou a requerimento da parte em ação judicial, em prazo de quinze dias e sem ônus para o consumidor, sob pena de multa diária — mecanismo que resolve o problema prático da assimetria informacional entre consumidor e fornecedor. Veda, por fim, a transferência ao consumidor do ônus de bloquear os contatos, prática condenada pela jurisprudência e que inverte indevidamente a responsabilidade preventiva que recai sobre o fornecedor.



O valor da indenização, fixado entre três mil e vinte mil reais, toma como referência o *leading case* do Tribunal de Justiça de Goiás, que arbitrou indenização de três mil reais para cinquenta chamadas em poucos meses, estabelecendo piso e teto que permitem ao juiz graduar a reparação conforme a gravidade da conduta e a capacidade econômica do ofensor, com possibilidade de majoração em até o triplo na reincidência. O projeto altera o Código de Defesa do Consumidor para incluir a prática como abusiva no rol do art. 39, conferindo-lhe tipificação legal expressa. Altera também a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais em dois pontos: acrescenta § 4º ao art. 42 para explicitar que a utilização de dados de contato para telemarketing abusivo constitui violação à privacidade e à intimidade do titular, gerando dever de indenizar pelo dano moral *in re ipsa*; e acrescenta inciso ao art. 52, § 1º, para que a prática figure como parâmetro na aplicação das sanções administrativas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados.

A medida não cria direito novo, mas operacionaliza direitos já reconhecidos pela Constituição, pelo Código de Defesa do Consumidor e pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, conferindo-lhes parâmetros concretos de aplicação, segurança jurídica para consumidores e empresas e efeito dissuasório contra o assédio consumerista que hoje afeta diariamente milhões de brasileiros.

Sala das Sessões, em de de 2026.

Deputado BIBO NUNES

