



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal JORGE ARAÚJO – PP/BA

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026
(Do Sr. Jorge Araújo)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para instituir o consentimento prévio, expresso, específico, comprovável e revogável como condição para a realização de chamadas de telemarketing ativo, vedar a comercialização e a cessão de números telefônicos para fins de oferta comercial sem autorização do titular, atribuir responsabilidade solidária aos agentes da cadeia de oferta e agravar as sanções nos casos de direcionamento a pessoas idosas ou vulneráveis e de indícios de fraude.

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar acrescida dos seguintes arts. 39-A, 39-B e 39-C:

"Art. 39-A. A realização de chamada telefônica de telemarketing ativo destinada à oferta de produtos, serviços ou vantagens ao consumidor depende de consentimento prévio, expresso, específico, comprovável e revogável do titular da linha telefônica.

§ 1º O consentimento a que se refere o caput não pode ser presumido, tácito ou inferido de relação contratual preexistente, de cadastro genérico ou do exercício de legítimo interesse do fornecedor, devendo ser registrado de forma que permita a sua comprovação a qualquer tempo.

§ 2º O consentimento é específico para a finalidade e para o fornecedor que o obteve, sendo vedado o seu compartilhamento, cessão ou reaproveitamento para oferta de produtos ou serviços de terceiros, ainda que integrantes do mesmo grupo econômico, sem nova manifestação do titular.





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal JORGE ARAÚJO – PP/BA

§ 3º O consumidor pode revogar o consentimento a qualquer tempo, por meio de fácil acesso e sem qualquer ônus, com efeito imediato sobre novos contatos, devendo o fornecedor suspender as chamadas em prazo não superior a 2 (dois) dias úteis, contado do pedido de revogação.

§ 4º Cabe ao fornecedor o ônus de comprovar a existência e a validade do consentimento do consumidor, nos termos deste artigo."

"Art. 39-B. É vedada a comercialização, a cessão, o compartilhamento ou a disponibilização, a qualquer título, de números telefônicos de consumidores para fins de oferta comercial por telemarketing sem a autorização prévia e específica do respectivo titular, na forma do art. 39-A.

§ 1º Respondem solidariamente pelos danos causados ao consumidor em razão da inobservância do disposto no caput deste artigo e no art. 39-A o fornecedor beneficiário direto da oferta, a central de teleatendimento contratada, o fornecedor ou administrador do banco de dados utilizado e a plataforma tecnológica responsável pelo disparo das chamadas.

§ 2º Presume-se em favor do consumidor a inexistência do consentimento de que trata o art. 39-A, cabendo ao fornecedor e aos demais responsáveis solidários o ônus da prova em contrário."

"Art. 39-C. As sanções administrativas previstas no art. 56 desta Lei são aplicadas em dobro quando a infração aos arts. 39-A e 39-B for cometida mediante chamadas direcionadas a pessoas idosas ou a consumidores em situação de vulnerabilidade, ou quando houver indícios de prática fraudulenta ou de engenharia social contra o





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal JORGE ARAÚJO – PP/BA
consumidor.

Parágrafo único. A reincidência nas hipóteses deste artigo é considerada circunstância agravante para fins de dosimetria da multa prevista no art. 57 desta Lei."

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

Apresentação: 23/07/2026 14:15:57.457 - Mesa

PL n.4773/2026



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD260249537600>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Jorge Araújo



* C D 2 6 0 2 4 9 5 3 7 6 0 0 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal JORGE ARAÚJO – PP/BA
JUSTIFICAÇÃO

O telemarketing ativo consolidou-se, no Brasil, sob uma lógica invertida de proteção: cabe ao consumidor se cadastrar em listas de bloqueio ou manifestar oposição para deixar de ser contatado, quando o ônus correto deveria recair sobre quem pretende realizar a abordagem comercial. Essa inversão faz com que milhões de pessoas recebam diariamente ligações de oferta que jamais autorizaram, muitas vezes em horários inoportunos e com insistência que caracteriza prática abusiva nos termos do art. 39 do Código de Defesa do Consumidor.

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709, de 2018), ao admitir o legítimo interesse como base legal alternativa ao consentimento para o tratamento de dados pessoais, tem sido invocada por empresas e intermediários para justificar o contato de oferta sem autorização efetiva do titular da linha telefônica. Este projeto fecha essa margem interpretativa no campo específico do telemarketing ativo, exigindo consentimento prévio, expresso, específico, comprovável e revogável como única base legal apta a autorizar a chamada de oferta, nos termos do novo art. 39-A ora proposto.

A cadeia de terceirização típica do setor, empresa contratante da oferta, central de teatendimento, fornecedor do banco de dados e plataforma tecnológica de disparo automatizado de chamadas, tem servido de escudo para diluir responsabilidades quando o consumidor busca reparação. Ao atribuir responsabilidade solidária a todos os agentes dessa cadeia (art. 39-B, § 1º), o projeto assegura que o consumidor possa buscar reparação de qualquer um deles, sem depender de identificar isoladamente qual elo específico foi o responsável direto pela infração.

A inversão do ônus da prova quanto à existência do consentimento (art. 39-B, § 2º) reconhece uma impossibilidade prática: o consumidor não tem como comprovar um fato negativo, isto é, que nunca autorizou o contato. Cabe a quem afirma deter autorização, e que dela se beneficia comercialmente, o dever de comprová-la, solução compatível com a lógica de proteção do





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado Federal JORGE ARAÚJO – PP/BA

hipossuficiente que informa todo o microssistema do Código de Defesa do Consumidor.

O agravamento das sanções nos casos de contato direcionado a pessoas idosas ou em situação de vulnerabilidade, e nos casos com indícios de fraude (art. 39-C), responde a um fenômeno recorrente: o uso do canal de telemarketing como porta de entrada para golpes e engenharia social contra públicos mais suscetíveis a esse tipo de abordagem, aos quais o ordenamento já reconhece proteção reforçada, a exemplo do Estatuto da Pessoa Idosa (Lei nº 10.741, de 2003).

A proposta encontra fundamento na competência privativa da União para legislar sobre direito civil e comercial (Constituição Federal, art. 22, I) e na determinação constitucional de que o Estado promova, na forma da lei, a defesa do consumidor (art. 5º, XXXII), tratando-se de matéria de iniciativa concorrente comum, não reservada ao Poder Executivo (art. 61, § 1º, a contrario sensu), e que não cria despesa nova para os cofres públicos, razão pela qual conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação desta proposição.

Sala das Sessões, em de julho de 2026.

Dep. Jorge Araújo
(Progressistas/BA)

