

**TEXTO FINAL DO PROJETO DE LEI DO SENADO N° 48, DE 2018,
APROVADO PELA COMISSÃO DE TRANSPARÊNCIA,
GOVERNANÇA, FISCALIZAÇÃO E CONTROLE E DEFESA DO
CONSUMIDOR NA REUNIÃO DO DIA 14 DE MARÇO DE 2018**

PROJETO DE LEI DO SENADO N° 48, DE 2018

Acresce o artigo 41-A na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para definir novas hipóteses de práticas abusivas através de telemarketing ativo.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte art.41-A:

“Art. 41-A. Considera-se abusivo o telemarketing ativo que não observar as regras a seguir estipuladas:

I – é obrigação dos fornecedores a observância dos horários para realização das ligações entre nove horas e vinte e uma horas de segunda-feira a sexta-feira, e das dez horas às treze horas de sábado;

II – é obrigação dos fornecedores a disponibilização de canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico e a custo de ligação local ou por meio eletrônico, para retirada ou inserção da manifestação de interesse nos produtos ou nos serviços oferecidos pelas empresas;

III – é dever dos fornecedores, quando em contato com o consumidor, a imediata identificação do operador do telemarketing, do nome fantasia da empresa que este representa, a apresentação do número telefônico ou meio eletrônico de contato no caso de retorno, momento que deverá ser aferida a vontade do consumidor no prosseguimento do atendimento, sendo vedada a utilização de pretexto de pesquisa, sorteio ou serviço similar, quando o verdadeiro objetivo for a venda;

IV – é dever dos fornecedores, quando em contato telefônico com o consumidor, seja em chamada com voz presencial, gravada, mecanizada ou digital, a disponibilização de tecla interruptiva da mesma e que retira o contato do consumidor do cadastro do telemarketing da empresa pelo período de quatro meses, prazo no qual o contato será vedado, salvo o disposto no inciso II;

V – não é permitida a realização de telemarketing ativo através de números telefônicos ou por meio eletrônico que não possam receber retorno do consumidor;

VI – não é permitida aos fornecedores a realização, por meio eletrônico ou telefônico, de contato com consumidor para oferecer produtos ou serviços por este cancelado, pelo prazo de seis meses após o encerramento do contrato, salvo se o consumidor consentir com a disponibilização de seus dados e contatos no cadastro referido no inciso II;

VII – é proibida a reiteração da mesma oferta de produto ou serviços, seja por meio de contato telefônico ou meio eletrônico, com o consumidor que tenha recusado a oferta de produto ou serviço, salvo o disposto no inciso II;

VIII – é proibido ultrapassar três chamadas telefônicas ou contato por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia, sendo vedada a prática de chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

Parágrafo Único: Não se aplicam as disposições deste artigo às instituições filantrópicas, organizações de assistência social, educacional e de saúde sem fins econômicos, portadoras do Certificado de Entidades Beneficentes 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, salvo o disposto no inciso I.”

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

Sala da Comissão, 14 de março de 2018.

Senador Ataídes Oliveira

Presidente da Comissão de Transparência, Governança, Fiscalização e Controle e Defesa do Consumidor