



SENADO FEDERAL

TEXTO FINAL

PROJETO DE LEI DO SENADO N° 48, DE 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.

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.

