



SENADO FEDERAL

PROJETO DE LEI Nº 4264, DE 2025

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para regular a atividade de telemarketing.

AUTORIA: Senador Confúcio Moura (MDB/RO)



[Página da matéria](#)



SENADO FEDERAL
Gabinete do Senador CONFÚCIO MOURA

PROJETO DE LEI Nº , DE 2025

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para regular a atividade de telemarketing.

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. 38-A:

“Art. 38-A. A atividade de *telemarketing* somente pode ser exercida nos termos e limites estabelecidos neste artigo.

§ 1º Considera-se *telemarketing* qualquer promoção, oferta, comunicação, sugestão ou proposta de fornecimento de bens ou serviços, a publicidade de marcas e ideias, incluindo solicitação de donativos, com ou sem fins lucrativos, por meio da rede mundial de computadores (*internet*) ou não, dirigida a qualquer pessoa, constante ou não de banco de dados, mediante a utilização de chamadas telefônicas e envio de mensagens.

§ 2º Não se inclui no âmbito de aplicação do § 1º deste artigo a correspondência impressa, a publicidade e a propaganda realizadas pelos serviços de radiodifusão, bem como qualquer forma de comunicação destinada a prevenir ou combater situações de emergência ou de grave ameaça nas áreas de saúde e segurança.

§ 3º Pessoas naturais ou jurídicas que, direta ou indiretamente, executem, contratem ou sejam contratadas para executar as atividades previstas no § 1º deste artigo, devem manter serviço de cadastro das pessoas que aceitem ser contactadas, devendo a exclusão desses cadastros ser feita de forma simples, por meio da *internet* ou por simples contato telefônico, sem prejuízo do disposto no § 9º deste artigo.

§ 4º Em todo o contato de *telemarketing* deve ser informado claramente quem são as pessoas físicas ou jurídicas que são responsáveis pelo contato telefônico, bem como o número telefônico ou

sítio na *internet* por meio dos quais a pessoa poderá exercer o direito de ser excluído de campanhas de *telemarketing*, podendo esse direito ser exercido imediatamente por ocasião da chamada telefônica relativa às ações previstas no § 1º deste artigo, o que deverá ser informado ao destinatário.

§ 5º É vedada a cessão ou comercialização de bancos de dados de pessoas físicas e jurídicas para fins de *telemarketing*.

§ 6º Pessoa incapaz, incluindo menor de idade, sem autorização dos pais ou responsáveis legais, não pode ser destinatária de campanha de *telemarketing*, devendo ser finalizado o contato e excluído o referido registro das bases de dados tão logo seja identificada tal situação.

§ 7º É proibida a atividade de *telemarketing*:

I – fora do horário comercial ou em dia que seja feriado nacional, estadual, distrital ou municipal;

II – direcionada a pessoa, número de telefone, endereço virtual ou eletrônico não constante de cadastro de aceitação de *telemarketing*; e

III – por meio de chamadas telefônicas automatizadas, por meio de robôs, mensagens previamente gravadas, ou qualquer meio que não utilize operador humano para efetuar o contato.

§ 8º Considera-se horário comercial, para fins do inciso I do § 7º deste artigo, o período das 8h às 12h e das 14h às 18h, de segunda-feira a sexta-feira.

§ 9º Nos Estados, no Distrito Federal ou nos Municípios em que houver cadastro de bloqueio de *telemarketing*, as pessoas mencionadas no § 3º deverão comunicar ao órgão responsável pelo cadastro os dados recebidos diretamente do consumidor que manifestar a vontade de não ser contactado por *telemarketing* ou de ser excluído de cadastro de aceitação de *telemarketing*.

§ 10. O descumprimento, total ou parcial, das normas estabelecidas neste artigo sujeitará os infratores às sanções do art. 56 desta Lei.

§ 11. Considera-se infrator, para fins do § 10, tanto a pessoa contratante como a pessoa contratada para as atividades previstas no § 1º deste artigo.”

Art. 2º Esta Lei entra em vigor após decorridos noventa dias da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A atividade de telemarketing é importante para a economia do País, não só pela geração de empregos, mas também pelo incremento dos negócios por ela promovido. Contudo, devemos proteger o consumidor, a pessoa comum, dos excessos que são cometidos.

E mais: o excesso de telemarketing é prejudicial ao país, pois já se observa que significativo número de pessoas simplesmente está deixando de atender a telefones de números desconhecidos, o que prejudica a eficiência da economia brasileira.

Esses abusos devem ser coibidos. Não estamos propondo a proibição da atividade, pelo contrário, estamos apenas regulando-a para equilibrar o interesse dos fornecedores com o direito ao sossego por parte dos consumidores.

Já há cadastros de bloqueio de telemarketing. Porém, a restrição de contato telefônico ou de envio de mensagens a pessoas constantes desses cadastros não é obrigatória. Por tal razão, na prática, esses cadastros têm eficácia muito limitada.

Assim, propomos não apenas que seja proibido qualquer ação de telemarketing dirigida a essas pessoas, mas também que apenas sejam passíveis de ações de telemarketing as pessoas que voluntariamente manifestarem o desejo de serem contactadas.

Não estamos estabelecendo restrições exageradas ou de difícil cumprimento. Ao revés, a proposição é equilibrada, mantendo a possibilidade do exercício do telemarketing, mas ao mesmo tempo protegendo o direito ao descanso e sossego dos consumidores.

Noventa dias, tal como previsto na cláusula de vigência, é período mais do suficiente para que as pessoas possam se adaptar às regras constantes da lei decorrente do presente projeto, caso aprovado.

Assim, contamos com o apoio dos nossos pares para aprovação desta importante proposição.

Sala das Sessões,

Senador CONFÚCIO MOURA

LEGISLAÇÃO CITADA

- Lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor (1990) - 8078/90

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:1990;8078>