

## PARECER Nº , DE 2026

Da COMISSÃO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÃO E INFORMÁTICA, em decisão terminativa, sobre o Projeto de Lei nº 2.644, de 2019, do Senador Ciro Nogueira, que *altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para disciplinar a oferta de produtos e serviços por telefone.*

Relator: Senador **HAMILTON MOURÃO**

### I – RELATÓRIO

Vem à análise desta Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação e Informática (CCT) o Projeto de Lei (PL) nº 2.644, de 2019, de autoria do Senador Ciro Nogueira.

A proposição visa a alterar a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor – CDC), acrescentando-lhe um novo art. 33-A, para vedar ao prestador de serviço de *telemarketing*, às operadoras e às empresas em geral a realização do serviço de ligação e de abordagem de clientes, atuais ou potenciais, por intermédio de robôs e gravações, na oferta de produtos e serviços por telefone.

Na justificção, o autor torna explícito que é necessário regular o setor de *telemarketing*, proibindo especificamente que empresas do ramo, operadoras de telefonia e prestadoras de serviços utilizem sistemas automáticos, robôs e mensagens pré-gravadas para contatar clientes atuais e potenciais, medida justificável pelo constante incômodo e abuso sofridos pelos consumidores, que enfrentam um assédio mercadológico persistente por meio de seus telefones celulares e fixos.



Em virtude da Resolução nº 14, de 2023, a matéria foi distribuída para a Comissão de Comunicação e Direito Digital (CCDD), em caráter terminativo.

No dia 11 de dezembro de 2023, o senador Eduardo Gomes apresentou a Emenda nº 1 – CCDD, que altera a redação do art. 33-A da Lei nº 8.078, de 1990, proposto pelo PL nº 2.644, de 2019, para especificar o tipo de ação ativa de *telemarketing* que deve ser proibido, além de incluir um parágrafo único que exclui da vedação mecanismos que sirvam de proteção para o consumidor.

Finalmente, em 29 de outubro de 2025, a Presidência, nos termos do artigo 48, inciso X, do Regimento Interno, determinou o redespacho da presente matéria a esta Comissão.

## II – ANÁLISE

Conforme determina o Regimento Interno do Senado Federal (RISF), nos termos do seu art. 104-G, inciso VII, cabe à Comissão de Comunicação e Direito Digital (CCDD) opinar acerca de proposições que versem sobre assuntos correlatos às comunicações. Com a aprovação do Ato do Presidente nº 22, de 28 de outubro de 2025, as competências da CCDD passaram a ser exercidas pela CCT, mantida decisão terminativa atribuída pelo despacho original. Assim, compete a este Colegiado deliberar a matéria em tela. Por se tratar de distribuição em caráter exclusivo, incumbe-lhe pronunciar-se também sobre os aspectos de constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa.

Primeiramente, em relação à **constitucionalidade**, verifica-se que a União é competente para legislar sobre o direito do consumidor, conforme disposto no art. 24, inciso V, § 1º, da Constituição Federal (CF). Adicionalmente, a matéria veiculada não se insere entre as matérias de competência privativa do Presidente da República, constante o art. 61, § 1º, e art. 84, inciso III.

No que tange à **juridicidade**, a matéria tem generalidade e abstração suficientes para justificar sua transformação em norma jurídica, é dotada de coercitividade, além de inovar o ordenamento jurídico, preenchendo uma lacuna na legislação em vigor. A redação da iniciativa é clara e objetiva, e a alteração proposta é pertinente ao assunto tratado pela lei. Quanto ao aspecto



da **regimentalidade**, a tramitação tem seguido os ditames do art. 90 do Regimento Interno do Senado Federal.

O PL nº 2.644, de 2019, apresenta **técnica legislativa** adequada, em conformidade com a Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998. A alteração proposta é específica e pertinente ao assunto tratado pela lei que se pretende modificar.

Finalmente, cabe destacar que a proposta é dotada de elevado **mérito**. Observando a importância das atividades de publicidade e *marketing* para a economia, é essencial garantir que os direitos dos consumidores sejam preservados. É necessário um arcabouço legal apropriado para proteger os interesses dos consumidores sem impor exigências desproporcionais aos fornecedores. A legislação deve, portanto, buscar um equilíbrio que proteja os direitos e princípios constitucionais, evitando a violação da privacidade, da intimidade e do sossego dos indivíduos pelos métodos de publicidade dos fornecedores.

Para que esse equilíbrio entre os fornecedores e os consumidores seja alcançado, verificamos que é necessário dar mais clareza ao tipo de *telemarketing* que se deseja evitar. A proposta de proibir ações de venda remota por intermédio de robôs e gravações possui a finalidade de proteger os consumidores, evitando que eles comprem produtos ou adiram a serviços sem ter acesso a todas as informações essenciais. Essa medida também busca prevenir contratações ou adesões acidentais.

Contudo, a forma como o projeto foi originalmente apresentado pode representar um obstáculo ao uso de novas tecnologias destinadas à proteção e ao benefício dos próprios consumidores.

Dessa forma, acolhemos os ajustes propostos pela Emenda nº 1-CCDD, que delimita a forma específica de *telemarketing* nocivo, concentrando-se na proibição de abordagens ativas sem intervenção humana, permitindo o uso dessa modalidade para assegurar a transparência em contratações de produtos ou serviços efetuados por outros meios, especialmente os canais eletrônicos. Inclui assim ligações para confirmar contratações feitas por consumidores via internet ou aplicativos, técnica conhecida como “dupla checagem”. É importante destacar que essa é uma ferramenta pensada e desenvolvida para adicionar mais uma camada de segurança em benefício do próprio consumidor.



O aperfeiçoamento proposto preserva o objetivo original do projeto e mantém a linha adotada por atuais determinações da Anatel, tomadas com o intuito de evitar o incômodo a milhares de consumidores com chamadas indesejadas (“*robocalls*” ou “ligações de robôs”) efetuadas por discadores automáticos e que geram sobrecarga nas redes de telecomunicações. Ao mesmo tempo, garantem a proteção dos consumidores.

Isso posto, para que haja a produção de efeitos desejados para a efetiva proteção do consumidor, reforça-se a importância desses ajustes, com melhor esclarecimento do texto e direcionamento do foco para a proibição de ações ativas de *telemarketing* sem intervenção humana.

### III – VOTO

Ante o exposto, o voto é pela constitucionalidade, juridicidade e regimentalidade e, quanto ao mérito, pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 2.644, de 2019, com a Emenda nº 1-CCDD

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator

