

**PROJETO DE LEI Nº \_\_\_, DE 2025**  
**(Do Senhor João Daniel)**

Apresentação: 28/10/2025 13:34:21.130 - Mesa

PL n.5441/2025

Institui a Lei de Equidade Digital e Transparência Algorítmica nas Relações de Consumo, para PROIBIR a discriminação individualizada de preços por perfil, disciplinar o uso de bots e algoritmos, assegurar transparência e auditoria, e alterar a Lei nº 8.078/1990 (CDC), a Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da Internet) e a Lei nº 12.529/2011 (Defesa da Concorrência).

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

**CAPÍTULO I**  
**DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais e de ordem pública para a proteção do consumidor em ambientes digitais, assegurando transparência, isonomia, boa-fé e segurança nas práticas comerciais mediadas por tecnologia, inteligência artificial ou automação.

Art. 2º Para os fins desta Lei, considera-se:

I – ambiente digital: espaço de interação eletrônica voltado à oferta, contratação ou prestação de bens e serviços;

II – algoritmo: sequência lógica de instruções utilizada para tratamento automatizado de dados e tomada de decisões comerciais;

III – bot (robô): programa destinado a executar ações automatizadas em plataformas digitais, inclusive compra, comunicação, coleta ou manipulação de informações;

IV – precificação algorítmica: fixação de preço baseada em dados de usuários, sinais digitais, histórico de navegação ou aprendizado de máquina;

V – discriminação de preços: oferta de bens ou serviços a valores distintos a consumidores em condições equivalentes, com base em perfil, comportamento, localização ou identificação digital;



VI – transparência algorítmica: direito do consumidor de ser informado, de modo claro, sobre critérios automatizados que influenciem preços, recomendações ou condições contratuais.

## **CAPÍTULO II**

### **DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR DIGITAL**

Art. 3º O consumidor, nas relações digitais, tem direito a:

I – tratamento isonômico quanto a preços, prazos e condições;

II – informação clara e ostensiva sobre qualquer personalização de preço, oferta ou comunicação determinada por algoritmos;

III – explication adequada dos principais critérios e dados empregados em personalização de preços, recomendações ou priorização;

IV – opção de experiência não personalizável, com exibição de preço fixo e impessoal;

V – proteção contra decisões automatizadas abusivas, discriminatórias ou manipulativas (incluído nudging algorítmico e dark patterns);

VI – reparação integral por danos materiais e morais decorrentes de práticas tecnológicas lesivas;

VII – inversão do ônus da prova, nos termos do art. 6º, VIII, do CDC, sempre que verossímil a alegação de discriminação ou manipulação algorítmica.

Art. 4º É vedada a coleta ou utilização de dados pessoais para formação de preço ou condição de oferta quando:

I – inexistir consentimento expresso ou outra base legal válida e específica;

II – o tratamento implicar discriminação econômica, social, racial, territorial, etária ou de gênero, ou outra forma de discriminação direta ou indireta;

III – o tratamento resultar em desvantagem exagerada ou limitação injustificada de acesso.

## **CAPÍTULO III**

### **PROIBIÇÃO DA DISCRIMINAÇÃO DE PREÇOS**

Art. 5º É PROIBIDA a discriminação individualizada de preços, consistente em ofertar o mesmo produto ou serviço a consumidores diferentes, em condições equivalentes, com base em:



\* C D 2 5 8 1 4 3 9 5 2 0 0 0 \*



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**Gabinete Deputado João Daniel – PT/SE**

Apresentação: 28/10/2025 13:34:21.130 - Mesa

PL n.5441/2025

I – histórico de navegação, cookies, sistema operacional, geolocalização, fingerprint, identificadores de dispositivo ou ID de usuário;

II – perfil socioeconômico, renda presumida, idade, gênero, etnia, origem, crença, deficiência ou qualquer dado sensível;

III – análise de comportamento, inferência de poder aquisitivo ou disposição individual de pagar.

§ 1º A vedação do caput aplica-se também à reativação, renovação, fidelização ou retomada de serviços.

§ 2º Não constitui discriminação ilícita a diferenciação exclusivamente fundada em fatores objetivos e comprováveis de custo logístico, carga tributária regional, prazo de entrega ou volume de compra.

§ 3º O fornecedor deverá comprovar, quando solicitado pelo consumidor ou autoridade, a base objetiva, técnica e proporcional da variação de preço.

§ 4º A prática descrita no caput viola os princípios de isonomia e boa-fé, constitui prática abusiva ou engano ao consumidor e configura infração à ordem econômica, sem prejuízo das sanções cabíveis.

## **CAPÍTULO IV**

### **DO USO DE BOTS E AUTOMAÇÕES DIGITAIS**

Art. 6º É vedado o uso de bots destinados a:

I – adquirir produtos ou serviços em larga escala para revenda ou para criar escassez artificial;

II – alterar artificialmente preços, avaliações, curtidas, relevância de anúncios, métricas de reputação ou ranqueamento;

III – interferir no acesso equitativo a promoções, ofertas limitadas ou filas virtuais.

Art. 7º As plataformas digitais deverão:

I – implementar mecanismos de detecção, bloqueio e registro de bots indevidos;

II – adotar limites de aquisição por usuário, IP, meio de pagamento ou dispositivo;

III – manter logs de auditoria por no mínimo 180 (cento e oitenta) dias, observada a LGPD;

IV – comunicar incidentes relevantes de automação abusiva à SENACON e à ANPD.



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD258143952000>  
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. João Daniel



\* C D 2 5 8 1 4 3 9 5 2 0 0 0 \*

Art. 8º Bots legítimos de atendimento, informação ou mediação devem ser identificados como automações, assegurando-se canal humano quando solicitado.

## **CAPÍTULO V**

### **TRANSPARÊNCIA E RESPONSABILIDADE ALGORÍTMICA**

Art. 9º Empresas que utilizem algoritmos para definir preços, ordenar resultados, sugerir produtos ou direcionar publicidade deverão:

- I – manter registros documentais sobre lógica, parâmetros e variáveis de impacto econômico;
- II – elaborar Relatório Anual de Impacto Algorítmico a ser disponibilizado à SENACON e à ANPD;
- III – permitir auditoria independente quanto à ausência de vieses discriminatórios, manipulação ou práticas desleais;
- IV – adotar governança e testes periódicos para prevenir discriminação e corrigir desvio.

Art. 10. É vedado empregar algoritmos que:

- I – manipulem comportamento por técnicas subliminares, enganosas ou dark patterns;
- II – explorem vulnerabilidades de crianças, adolescentes, idosos ou pessoas em hipossuficiência digital;
- III – simulem urgência, escassez ou ancoragem não comprovadas.

## **CAPÍTULO VI**

### **FISCALIZAÇÃO, SANÇÕES E REPARAÇÃO**

Art. 11. Compete à SENACON, à ANPD e aos PROCONs fiscalizar e aplicar sanções, de forma coordenada, sem prejuízo do CADE nos casos de ordem econômica.

Art. 12. Constituem infrações administrativas:

- I – discriminação individualizada de preços;
- II – uso de bots para manipulação de mercado;
- III – omissão de medidas anti-automação;
- IV – personalização opaca de preços;



\* C D 2 5 8 1 4 3 9 5 2 0 0 0 \*

V – descumprimento de transparência, explicabilidade ou auditoria.

Art. 13. As infrações sujeitam o infrator, cumulativamente, a:

I – advertência;

II – multa de até 10% do faturamento bruto do grupo econômico no último exercício, limitada a R\$ 50.000.000,00 por infração, observado o CDC e a LGPD;

III – suspensão de sistemas automatizados ou funcionalidades;

IV – bloqueio temporário de domínio, aplicação ou feature, em casos graves ou reincidentes;

V – publicidade corretiva e programa de compliance obrigatório.

Art. 14. O consumidor lesado tem direito a:

I – devolução em dobro do valor pago a maior (art. 42, parágrafo único, CDC), quando configurado preço discriminatório;

II – indenização por danos morais e materiais;

III – tutela coletiva, inclusive por ação civil pública, inquérito civil e liquidação e execução coletivas, com possibilidade de destinação fluida (art. 100, CDC).

Art. 15. O Ministério Público e as Defensorias Públicas da União e dos Estados atuarão, nos limites de suas competências, em cooperação com a SENACON, ANPD e PROCONs, para:

I – promover inquéritos civis e ações coletivas relativas a discriminação algorítmica e práticas abusivas em ambiente digital;

II – fiscalizar o cumprimento das obrigações de transparência e auditoria;

III – propor medidas de tutela coletiva de reparação e restituição em favor dos consumidores afetados.

Parágrafo único. Os órgãos referidos poderão celebrar acordos de cooperação técnica e compartilhar bases de dados, observados os princípios da proteção de dados pessoais.

## **CAPÍTULO VII**

## **ALTERAÇÕES LEGISLATIVAS**

Art. 16. (CDC – Lei nº 8.078/1990)



\* C D 2 5 8 1 4 3 9 5 2 0 0 \*

I – Acrescente-se ao art. 6º o inciso XIII:

*“XIII – à não discriminação de preços por perfil ou dados pessoais, à transparência e à explicabilidade de decisões automatizadas que afetem oferta, preço ou condições.”*

II – Acrescente-se ao art. 39 os incisos XVI e XVII:

*“XVI – personalizar preços ou condições de forma opaca ou discriminatória, inclusive por algoritmos, perfis de consumo ou dados pessoais, quando a diferenciação não decorrer de critério objetivo e comprovável;*

*“XVII – utilizar, facilitar ou tolerar o uso de bots para aquisição em massa, esgotamento artificial de estoques, manipulação de métricas ou criação de barreiras de acesso ao consumo.”*

Art. 17. (Marco Civil – Lei nº 12.965/2014)

Inclua-se ao art. 7º o inciso XIV:

*“XIV – à informação clara sobre o uso de sistemas automatizados de decisão, inclusive algoritmos de especificação, assegurada explicação compreensível quando afetarem direitos do usuário.”*

Art. 18. (Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais)

Acrescente-se ao art. 6º o inciso XII:

*“XII – transparência algorítmica e não discriminação econômica, vedado o tratamento de dados pessoais com a finalidade de individualização de preços ou condições contratuais, salvo quando decorrente de critério técnico, objetivo e proporcional devidamente justificado.”*

Parágrafo único. O tratamento de dados pessoais para personalização de preços dependerá de consentimento específico e destacado, assegurando-se ao titular o direito de recusa sem prejuízo de acesso às ofertas gerais.

## **CAPÍTULO VIII**

## **POLÍTICA NACIONAL DE EQUIDADE DIGITAL**



\* C D 2 5 8 1 4 3 9 5 2 0 0 \*

Art. 19. Fica instituída a Política Nacional de Equidade Digital nas Relações de Consumo, com objetivos de:

- I – promover ética, transparência e auditoria em tecnologia e dados;
- II – incentivar certificações e ensaios de algoritmos;
- III – capacitar consumidores em educação digital e direitos tecnológicos;
- IV – fomentar pesquisa e inovação responsável.

Art. 20. O Poder Executivo regulamentará esta Lei em até 180 (cento e oitenta) dias, definindo padrões técnicos mínimos de auditoria, relatórios e interoperabilidade.

§ 1º A regulamentação disporá sobre:

- I – os requisitos mínimos de interoperabilidade técnica entre sistemas de precificação, auditoria e fiscalização, garantindo integridade e rastreabilidade de dados;
- II – os parâmetros de auditoria algorítmica, observando-se padrões internacionais de boas práticas em governança de inteligência artificial;
- III – a obrigatoriedade de uso de registros imutáveis de auditoria (logs) que permitam rastrear decisões automatizadas com impacto econômico individual ou coletivo;
- IV – a certificação de sistemas de precificação e recomendação automatizada por entidade acreditada junto ao Inmetro ou à ANPD;
- V – a criação de plataforma pública de transparência, com acesso aos relatórios de impacto algorítmico e indicadores agregados de conformidade.

## **CAPÍTULO IX**

## **DISPOSIÇÕES FINAIS**

Art. 21. Esta Lei aplica-se a toda pessoa física ou jurídica que oferte produtos ou serviços no território nacional, ainda que sediada no exterior.

Art. 22. Vigência: 180 dias após a publicação.



\* C D 2 5 8 1 4 3 9 5 2 0 0 0 \*

## JUSTIFICATIVA

A presente proposição legislativa institui um marco normativo de proteção e equidade digital nas relações de consumo, voltado a coibir práticas tecnológicas abusivas que, embora amparadas por recursos de automação e inteligência artificial, têm resultado em manipulação de preços, discriminação entre consumidores e prejuízos econômicos e informacionais à coletividade. A inovação tecnológica não pode servir de instrumento para fragilizar os direitos fundamentais assegurados pela Constituição Federal, devendo ser submetida ao mesmo regime de transparência, boa-fé e responsabilidade que orienta todas as relações de consumo.

Nos últimos anos, o avanço das tecnologias de precificação algorítmica, de coleta massiva de dados e de uso de bots automatizados tem alterado de forma profunda a dinâmica do comércio eletrônico. A capacidade de personalizar preços, em tempo real, a partir de perfis de comportamento, histórico de navegação, localização geográfica ou tipo de dispositivo, criou um novo cenário de assimetria informacional entre fornecedores e consumidores. Em vez de ampliar a concorrência e democratizar o acesso, tais ferramentas passaram a ser utilizadas para maximizar lucros individualmente, explorando a disposição máxima de pagamento de cada pessoa.

Essa prática, conhecida como discriminação de preços de primeiro grau, não encontra amparo jurídico nem ético quando aplicada de modo opaco, discriminatório ou manipulado. Ao ofertar o mesmo produto a preços distintos conforme o perfil do consumidor, sem qualquer justificativa de custo ou condição objetiva, o fornecedor viola os princípios de isonomia e boa-fé, comete prática abusiva e afronta a ordem econômica, ao distorcer o equilíbrio de mercado e restringir a livre concorrência. A personalização de preços baseada em atributos pessoais, como renda presumida, gênero, localização ou etnia, agrava desigualdades e compromete o direito à informação adequada previsto no art. 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor.

Do mesmo modo, a atuação de bots de compra automatizada constitui outro vetor de prejuízo sistêmico. Tais programas, ao adquirirem milhares de unidades de um produto em frações de segundo, impedem que consumidores humanos tenham acesso às ofertas originais. O resultado é a escassez artificial de estoques, seguida da revenda em mercados paralelos com preços inflacionados. A manipulação tecnológica da oferta, prática que já gerou crise em setores como ingressos, eletrônicos e produtos de edição limitada, fere o princípio da boa-fé objetiva, desvirtua a função social da atividade econômica e compromete a confiança pública nas relações digitais.

A legislação brasileira, embora robusta em matéria de defesa do consumidor e de proteção de dados, não possui norma específica que proíba de forma expressa a discriminação de preços por perfil nem o uso de automações para manipulação de mercado. O Código de Defesa do Consumidor e a Lei Geral de Proteção de Dados oferecem fundamentos gerais, mas não disciplinam as particularidades da precificação automatizada nem as práticas algorítmicas opacas. Assim, impõe-se a criação de um



\* C D 2 5 8 1 4 3 9 5 2 0 0 \*



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**Gabinete Deputado João Daniel – PT/SE**

Apresentação: 28/10/2025 13:34:21.130 - Mesa

PL n.5441/2025

instrumento legal que, em harmonia com o CDC, o Marco Civil da Internet e a Lei de Defesa da Concorrência, defina parâmetros claros de conduta e mecanismos eficazes de fiscalização.

A presente proposta, portanto, tem por objetivo proibir o uso indevido da tecnologia para imputar prejuízo aos consumidores, impedindo que algoritmos e bots sejam utilizados como meios de discriminação econômica, manipulação de preços ou criação de barreiras artificiais de consumo. O texto estabelece: (i) a proibição absoluta da personalização opaca de preços com base em dados pessoais; (ii) a vedação do uso de bots para aquisição em massa e manipulação de escassez; (iii) a obrigação de transparência e explicabilidade dos algoritmos de precificação; (iv) auditorias independentes e relatórios de impacto algorítmico; (v) o fortalecimento da SENACON, da ANPD e dos PROCONs como órgãos fiscalizadores; e (vi) a previsão de sanções econômicas proporcionais, incluindo devolução em dobro e indenização por dano moral coletivo.

A medida não se volta contra a inovação tecnológica, mas contra o uso antiético da automação para explorar vulnerabilidades de consumo. Ao reconhecer o poder econômico e psicológico dos algoritmos — capazes de induzir comportamentos, distorcer escolhas e criar a falsa percepção de vantagem —, o projeto protege a liberdade de escolha e o equilíbrio das relações contratuais.

O projeto também se inspira em diretrizes internacionais de regulação da inteligência artificial, como o AI Act e o Digital Markets Act, da União Europeia, que consagram princípios de transparência algorítmica e equidade digital. No mesmo sentido, a Federal Trade Commission (EUA) tem considerado ilegais as práticas de price steering e dark patterns que exploram perfis de consumidores sem consentimento. Ao seguir esse movimento global, o Brasil reafirma seu compromisso com a ética tecnológica, a livre concorrência e a proteção do consumidor no ambiente digital.

Do ponto de vista constitucional, a proposta encontra respaldo nos arts. 5º, caput, XXXII e XXXV (direito à igualdade e à defesa do consumidor como direito fundamental), no art. 170, incisos V e IX (princípios da defesa do consumidor e repressão ao abuso do poder econômico) e no art. 173, §4º (repressão ao aumento arbitrário de lucros). Assim, a lei materializa os valores da ordem econômica fundada na justiça social e na dignidade da pessoa humana, assegurando que a tecnologia sirva à coletividade e não à exploração desigual.

Em síntese, trata-se de um projeto de natureza garantista, preventiva e corretiva. Garante a isonomia digital, previne abusos algorítmicos e corrige práticas desleais que ferem a confiança do cidadão no comércio eletrônico. A norma proposta inaugura, no ordenamento jurídico brasileiro, um novo patamar de tutela do consumidor digital, integrando ética, transparência e responsabilidade como fundamentos da economia do futuro.

Por tudo isso, a aprovação desta Lei é medida de justiça, de modernização regulatória e de defesa da cidadania na era da inteligência artificial.



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD258143952000>  
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. João Daniel

\* C D 2 5 8 1 4 3 9 5 2 0 0 \*



Sala das Comissões, em \_\_\_\_ de outubro de 2025.

**Deputado João Daniel**  
**PT/SE**

Apresentação: 28/10/2025 13:34:21.130 - Mesa

PL n.5441/2025



\* C D 2 2 5 8 1 4 3 9 5 2 0 0 0 \*



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD258143952000>  
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. João Daniel