

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

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para disciplinar a responsabilidade de intermediadores digitais de consumo, estabelecer normas de governança, transparência e rastreabilidade no comércio eletrônico, coibir práticas de camuflagem operacional e de manipulação digital, e fortalecer a proteção do consumidor em ambientes virtuais.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 3º .....

*'§ 3º Equiparam-se a fornecedor, para todos os efeitos legais, os intermediadores digitais de consumo, assim compreendidas as pessoas jurídicas que, operando como plataformas, aplicativos, sítios eletrônicos ou ambientes virtuais, de forma onerosa, organizem, facilitem, promovam ou de qualquer modo participem da cadeia de fornecimento de produtos ou serviços entre consumidores e terceiros.*

*§ 4º A onerosidade de que trata o § 3º caracteriza-se pelo recebimento de remuneração ou vantagem econômica, direta ou indireta, pela plataforma, incluindo, mas não se limitando a:*

*I – cobrança de comissões, taxas de transação, aluguéis de espaço virtual ou mensalidades dos vendedores;*

*II – monetização de publicidade ou impulsionamento de ofertas;*



\* C D 2 5 7 3 4 7 2 1 3 7 0 0 \*

*III – exploração de dados de comportamento dos usuários para fins comerciais.*

*§ 5º Para fins de caracterização da condição de fornecedor, a análise da operação considerará a substância da relação e a percepção do consumidor médio, sendo irrelevante a denominação contratual ou a forma jurídica declarada pela plataforma, especialmente quando houver, isolada ou cumulativamente:*

*I – gestão, processamento ou supervisão de fluxos de pagamento, incluindo estornos, repasses e retenções;*

*II – controle de reputação, sistema de avaliação, ranqueamento, bloqueio ou classificação de vendedores;*

*III – oferta de programas de proteção ao consumidor, garantias, seguros ou qualquer modalidade de solução de disputas;*

*IV – integração, gestão ou direcionamento de logística, armazenamento ou entrega, ainda que por meio de terceiros;*

*V – utilização de algoritmos de curadoria, destaque, recomendação personalizada ou ordenação de ofertas que influenciem a decisão do consumidor;*

*VI – imposição de regras, termos ou condições para a atuação dos vendedores na plataforma;*

*VII – utilização ostensiva de sua marca, nome, insígnias ou identidade visual de modo a gerar no consumidor a percepção de que a plataforma é responsável pela transação.*

*§ 6º Considera-se intermediador digital de consumo a pessoa jurídica que, por meio de ambiente eletrônico, organize, controle, facilite ou integre, de modo remunerado, total ou parcialmente, a oferta, a contratação, a pagamento, a logística, a comunicação ou o pós-venda de produtos ou serviços. ”*

*"Art. 7º .....*  
.....



\* C D 2 5 7 3 4 7 2 1 3 7 0 0 \*

*'Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo, incluindo todos os integrantes da cadeia de fornecimento, os intermediadores digitais e as demais sociedades integrantes de mesmo grupo econômico, de fato ou de direito.'*

Art. 2º O Título I da Lei nº 8.078, de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte Capítulo VI-A:

## **"CAPÍTULO VI-A**

### **DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

#### **Seção I**

##### ***Da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço***

*Art. 28-A. Os intermediadores digitais de consumo, na qualidade de fornecedores, respondem objetiva e solidariamente com os demais participantes da cadeia de fornecimento pelos danos decorrentes de vício ou defeito do produto ou do serviço, falha na entrega, descumprimento contratual, publicidade enganosa, fraude, práticas abusivas ou qualquer outra falha que cause prejuízo ao consumidor.*

*Parágrafo único. A prestação de serviços pelos intermediadores digitais presume-se defeituosa quando, entre outras hipóteses:*

*I – permitir a comercialização de produtos ou serviços sabidamente ilícitos, falsificados ou perigosos, sem adotar as providências para sua imediata remoção;*

*II – ocorrer falha na entrega ou no cumprimento da oferta quando a logística estiver integrada, direta ou indiretamente, ao seu ambiente de transação;*

*III – houver retenção, atraso ou cancelamento injustificado de pagamentos devidos ao consumidor, como estornos e reembolsos;*



\* C D 2 5 7 3 4 7 2 1 3 7 0 0 \*

*IV – omitir ou apresentar de forma desorganizada informações essenciais sobre o produto, o serviço ou o vendedor, induzindo o consumidor a erro.*

### Seção II

#### *Da Teoria da Aparência e da Confiança Legítima*

*Art. 28-B. Aplica-se aos intermediadores digitais a teoria da aparência, respondendo pela legítima expectativa de segurança e confiança criada no consumidor, sempre que a interface, o design, os fluxos operacionais, a comunicação, a publicidade, a gestão de pagamentos ou o uso ostensivo da marca induzirem à percepção de que a plataforma é a provedora ou garantidora da transação comercial.*

*Art. 28-C. É nula de pleno direito e não produzirá qualquer efeito a cláusula, aviso, termo de uso ou condição contratual que busque afastar, limitar ou mitigar a responsabilidade do intermediador digital quando presentes os elementos objetivos de indução de confiança de que trata o art. 28-B.*

### Seção III

#### *Do Combate à Confusão Societária e à Camuflagem Operacional*

*Art. 28-D. A personalidade jurídica poderá ser desconsiderada sempre que for, de alguma forma, obstáculo ao resarcimento de prejuízos causados aos consumidores, nos termos do § 5º do art. 28 desta Lei.*

*Parágrafo único. Considera-se obstáculo à reparação, para os fins deste artigo, a utilização de múltiplas pessoas jurídicas do mesmo grupo econômico para segmentar artificialmente atividades essenciais, dificultar a rastreabilidade ou limitar a responsabilização.*

*Art. 28-E. Para os fins desta Lei, a utilização de estrutura societária complexa, com a divisão de operações entre diferentes pessoas jurídicas (CNPJs) sob controle comum ou pertencentes ao mesmo grupo econômico, não afasta a responsabilidade solidária de toda a cadeia empresarial perante o consumidor, especialmente da marca que se apresenta ostensivamente ao público.*



\* C D 2 5 7 3 4 7 2 1 3 7 0 0 \*

*Art. 28-F. Constituem práticas de camuflagem operacional, vedadas por esta Lei, entre outras:*

*I – o desmembramento artificial de etapas essenciais da transação (venda, pagamento, logística, pós-venda) em diferentes pessoas jurídicas com o objetivo de diluir ou afastar responsabilidades;*

*II – a criação de estruturas paralelas, subsidiárias ou empresas-espelho para simular neutralidade ou segmentar a responsabilidade;*

*III – a apresentação de cláusulas que declarem 'mera intermediação' ou 'serviço de classificados', quando presentes os critérios dos §§ 3º a 5º do art. 3º desta Lei.*

*Art. 28-G. A constatação de prática de camuflagem operacional, sem prejuízo de outras sanções cabíveis, ensejará:*

*I – a responsabilidade solidária e integral de todas as empresas envolvidas, de fato ou de direito;*

*II – a presunção absoluta de falha grave na prestação do serviço;*

*III – a inversão do ônus da prova em favor do consumidor em todas as instâncias, administrativas ou judiciais.*

#### *Seção IV*

##### *Da Transparência e da Rastreabilidade*

*Art. 28-H. Os intermediadores digitais deverão manter, em formato acessível e auditável, pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos, registros referentes a:*

*I – identificação completa dos vendedores, incluindo nome ou razão social, CPF ou CNPJ, e dados de contato;*

*II – fluxos de pagamento, incluindo datas, valores e partes envolvidas;*

*III – cadeia logística real, quando por eles gerenciada ou indicada;*



\* C D 2 5 7 3 4 7 2 1 3 7 0 0 \*

*IV – histórico de comunicação com fornecedores e consumidores para resolução de conflitos;*

*V – critérios gerais dos algoritmos de curadoria, ordenação e recomendação.*

*Art. 28-I. A destruição imotivada, a ocultação, a fragmentação ou a recusa em fornecer os registros de que trata o art. 28-H, quando solicitados por autoridade competente ou por determinação judicial, gera presunção de veracidade dos fatos alegados pelo consumidor.*

*Art. 28-J. Responde o intermediador digital pela falha de seus sistemas automatizados, incluindo algoritmos de ranqueamento, recomendação, curadoria, filtragem, priorização, personalização ou ordenação de ofertas, sempre que tais mecanismos influírem na decisão de consumo ou criarem risco injustificado ao consumidor.*

*Parágrafo único. Consideram-se defeituosos os sistemas que operem com vieses, priorização comercial oculta, informações incompletas ou manipulação não transparente da decisão de consumo.*

*Art. 28-K. São consideradas práticas abusivas, para os fins desta Lei, as técnicas de arquitetura de escolha ou de design digital que manipulem, confundam, pressionem ou distorçam o consentimento do consumidor, incluindo, dentre outras, padrões escuros (“dark patterns”), indução subliminar, urgências artificiais e obstáculos injustificados ao exercício de direitos.*

*Art. 28-L. Os intermediadores digitais deverão verificar, previamente à habilitação de vendedores, a autenticidade das informações cadastrais, a regularidade da atividade econômica e a mínima confiabilidade documental, nos termos de regulamento.*

*§1º O descumprimento do dever previsto no caput gera presunção de falha grave do serviço.*

*§2º A plataforma deverá, sempre que solicitado, comprovar a realização da verificação mínima.*

*Art. 28-M. Identificados indícios de fraude, produtos ilícitos, riscos à saúde ou segurança, ou recorrência de reclamações graves de determinado vendedor, o intermediador digital deverá comunicar imediatamente o*



\* C D 2 5 7 3 4 7 2 1 3 7 0 0 \*

*consumidor e adotar medidas preventivas, incluindo suspensão temporária de vendas, remoção de anúncios ou bloqueio da conta.*

*Art. 28-N. Quando o intermediador digital, direta ou indiretamente, integrar, indicar, gerenciar ou influenciar a cadeia logística, responderá solidariamente por atrasos, extravios, falhas de entrega ou descumprimento de prazos.*

*Art. 28-O. Os intermediadores digitais deverão manter política de governança de riscos, auditoria periódica de sistemas e plano de contingência para falhas operacionais, nos termos de regulamento.*

*Art. 28-P. Os intermediadores digitais deverão comunicar às autoridades competentes operações suspeitas de fraude, venda de produtos ilícitos, riscos à saúde ou indícios fundados de atividades criminosas realizadas por meio da plataforma."*

Art. 3º Esta Lei entra em vigor após decorridos 180 (cento e oitenta) dias de sua publicação oficial.

Art. 4º A Secretaria Nacional do Consumidor – Senacon regulamentará a aplicação deste Capítulo no prazo de 180 dias, inclusive quanto a padrões mínimos de transparência, governança, auditoria e verificação de vendedores.

Art. 5º Revogam-se as disposições em contrário.

## **JUSTIFICATIVA**

A presente proposição legislativa tem por finalidade modernizar e densificar o regime de proteção instituído pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor – CDC), de modo a adequá-lo à realidade contemporânea marcada pela centralidade das plataformas digitais de intermediação nas relações de consumo, pelo avanço acelerado do comércio eletrônico e pela complexificação dos arranjos empresariais e tecnológicos que estruturam o ambiente digital. Passadas mais de três décadas da promulgação do CDC, o mercado de consumo sofreu transformações profundas, em especial com a consolidação de marketplaces, aplicativos e ambientes virtuais que deixaram de ser simples espaços de anúncio para se converterem em verdadeiros ecossistemas integrados de oferta, contratação, pagamento, logística, publicidade e pós-venda. Esses intermediadores digitais não apenas aproximam consumidores e



\* C D 2 5 7 3 4 7 2 1 3 7 0 0 \*

fornecedores, mas se posicionam como agentes centrais da cadeia de fornecimento, exercendo poder econômico, informacional e tecnológico de grande envergadura.

Nesse cenário, tornou-se evidente que a mera leitura literal dos dispositivos originários do CDC, embora ainda aptos a fundamentar decisões protetivas, já não é suficiente para enfrentar com a devida clareza as práticas sofisticadas de elisão de responsabilidade que se consolidaram no ambiente digital. Muitas plataformas, valendo-se de uma autodeclaração de “mera intermediadora” ou de “provedora de classificados”, estruturam contratos de adesão, termos de uso e arquiteturas digitais concebidas para atenuar ou afastar, na prática, o alcance de sua responsabilidade civil e administrativa perante os consumidores, mesmo quando auferem ganhos significativos com a intermediação, controlam fluxos de pagamento, exercem curadoria algorítmica, coordenam logística e implementam programas próprios de proteção ao comprador. Cria-se, assim, um descompasso entre a realidade fática da operação e a narrativa contratual, que acaba por transferir ao consumidor o ônus de enfrentar, isoladamente, fornecedores muitas vezes ocultos, pulverizados, de difícil localização ou economicamente irrelevantes frente ao grupo econômico que estrutura o ambiente digital.

A jurisprudência pátria, em particular a do Superior Tribunal de Justiça, tem avançado no reconhecimento da responsabilidade solidária dos marketplaces, com fundamento na teoria do risco da atividade, na equiparação desses agentes a fornecedores e na constatação de sua efetiva participação na cadeia de fornecimento. Em diversos precedentes, firmou-se a compreensão de que, quando a plataforma integra o fluxo econômico da relação de consumo, seja por receber e repassar pagamentos, seja por organizar a logística, seja por emprestar sua marca e estrutura à operação, não se pode admitir que se escude na alegação de neutralidade para se furtar à reparação dos danos sofridos pelos consumidores. Não obstante, a ausência de disciplina legal específica e expressa para a figura do “intermediador digital de consumo” gera espaço para soluções casuísticas, insegurança jurídica e exploração de lacunas normativas, com multiplicação de litígios, decisões contraditórias e estratégias contratuais voltadas a fragmentar responsabilidades.

O projeto, atento a esse contexto, propõe consolidar no texto do próprio art. 3º do CDC a equiparação dos intermediadores digitais a fornecedores, estabelecendo critérios objetivos para a sua caracterização e enfatizando a prevalência da substância sobre a forma, bem como da percepção do consumidor médio sobre a autodeclaração contratual da plataforma. Ao definir que a onerosidade, sob a forma de comissões, taxas, monetização de publicidade, exploração econômica de dados e outras vantagens indiretas, é elemento caracterizador da atividade e ao elencar, em rol exemplificativo, condutas que, evidenciam a inserção da plataforma na cadeia de fornecimento (gestão de pagamentos, controle de reputação, programas de proteção ao consumidor, integração logística, curadoria algorítmica, imposição de regras a vendedores, uso ostensivo de marca), a proposição densifica, em termos legislativos, aquilo que já vem sendo reconhecido pela doutrina e pela jurisprudência como expressão do risco do empreendimento digital.

Outro eixo estruturante da proposta reside na positivação explícita da teoria da aparência e da confiança legítima no contexto das relações de consumo mediadas por





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

Apresentação: 14/11/2025 19:50:53.010 - Mesa

PL n.5871/2025

CD257347213700\*

plataformas digitais. O consumidor que acessa um ambiente virtual sofisticado, no qual a marca da plataforma se destaca, os fluxos de navegação são desenhados de modo integrado, os sistemas de pagamento são centralizados e são oferecidas políticas de proteção ou garantias, constrói, de boa-fé, a expectativa de que a plataforma assumirá responsabilidade pela segurança e efetividade da transação. A despeito disso, é comum a inserção, em letras miúdas e campos pouco visíveis, de cláusulas de exoneração de responsabilidade, nas quais a empresa se diz alheia à relação de consumo, atribuindo integralmente o risco ao vendedor terceiro. A proposta legislativa, ao prever a aplicação expressa da teoria da aparência aos intermediadores digitais e ao tornar nulas de pleno direito as cláusulas que pretendam afastar a responsabilidade da plataforma quando presentes elementos objetivos de indução de confiança, reafirma o princípio da boa-fé objetiva, protege a legítima expectativa do consumidor e harmoniza o texto normativo com a evolução da jurisprudência.

A proteção do consumidor no comércio eletrônico também demanda enfrentamento direto de práticas empresariais que exploram a complexidade de estruturas societárias e contratuais para dificultar a responsabilização e o resarcimento de danos. Grandes grupos econômicos passaram a segmentar artificialmente as etapas da transação em múltiplas pessoas jurídicas, uma detém a marca, outra administra pagamentos, outra responde pela logística, outra figura como empresa de tecnologia, outra como detentora de ativos intangíveis, de modo a criar um labirinto societário que, na prática, funciona como obstáculo à reparação. Inspirado na teoria menor da desconsideração da personalidade jurídica, já consagrada no art. 28, § 5º, do CDC, o projeto explicita que a utilização de estruturas societárias complexas, com divisão artificial de operações sob o mesmo controle, não afasta a responsabilidade solidária perante o consumidor, e qualifica como camuflagem operacional, vedada por lei, a criação de empresas-espelho, a fragmentação artificial de etapas essenciais da transação e a utilização de cláusulas que proclaim “mera intermediação” em claro contraste com a realidade operacional. Ao fazê-lo, busca-se conferir transparência à cadeia empresarial, dar efetividade ao princípio da vulnerabilidade do consumidor e impedir que a personalidade jurídica seja manipulada como instrumento de fraude ou de abuso de direito.

Paralelamente, a proposição enfrenta uma dimensão cada vez mais relevante do comércio eletrônico: a opacidade algorítmica e o uso de técnicas de design digital para influenciar, orientar ou mesmo manipular o comportamento do consumidor. Os mecanismos de curadoria, ranqueamento, recomendação, filtragem, priorização e personalização de ofertas, baseados em algoritmos e em larga coleta de dados pessoais e de comportamento, passaram a exercer papel decisivo nas escolhas do consumidor. Quando esses sistemas operam com vieses, priorizam de forma oculta determinados fornecedores, omitem informações relevantes ou produzem efeitos que agridem a transparência, há verdadeiro defeito do serviço. O projeto, ao estabelecer responsabilidade específica pelos sistemas automatizados e ao considerar defeituosos aqueles que operam com priorização comercial oculta, informações incompletas ou manipulação não transparente da decisão de consumo, reforça o dever de lealdade informacional, atua em sintonia com a tutela de dados pessoais e contribui para a construção de um ambiente digital mais honesto e previsível.



No mesmo sentido, o texto explicita que são práticas abusivas as chamadas técnicas de arquitetura de escolha ou de design digital que manipulam, confundem, pressionam ou distorcem o consentimento do consumidor, incluindo os chamados padrões escuros (*dark patterns*), a indução subliminar, a criação de urgências artificiais e a imposição de obstáculos injustificados ao exercício de direitos (como o cancelamento, o arrependimento ou a exclusão de cadastro). Trata-se de reconhecer, no plano normativo, que o poder de configuração das interfaces digitais e dos fluxos de navegação é, em si, um instrumento de poder econômico e psicológico, e que o seu uso para subverter a autodeterminação do consumidor conflita frontalmente com os princípios estruturantes do CDC, notadamente a transparência, a boa-fé, o equilíbrio e a dignidade da pessoa humana.

O projeto também introduz deveres claros de *due diligence* mínima sobre vendedores e de rastreabilidade das operações, impondo às plataformas a obrigação de verificar autenticidade cadastral, regularidade da atividade econômica e mínima confiabilidade documental, bem como de manter registros auditáveis de identificação de vendedores, fluxos de pagamento, cadeia logística, histórico de comunicação e critérios gerais de algoritmos. Essas obrigações não apenas viabilizam a atuação de órgãos de fiscalização, do Poder Judiciário e dos próprios consumidores, como induzem um padrão mais elevado de governança e de *compliance* digital, coibindo a facilitação de fraudes, venda de produtos ilícitos, circulação de mercadorias perigosas ou práticas reiteradas de descumprimento contratual. O dever de conservar e disponibilizar tais registros, somado à previsão de presunção de veracidade em caso de destruição imotivada, ocultação ou recusa de fornecimento, reforça o regime de inversão do ônus da prova e combate o assimétrico poder informacional das plataformas.

Ainda nesse contexto, a proposição consagra deveres de comunicação ativa de riscos ao consumidor e de reporte a autoridades competentes quando forem identificados indícios de fraude, comercialização de produtos ilícitos, riscos à saúde ou segurança e atividades criminosas realizadas por meio da plataforma. Trata-se de medida coerente com o dever de cooperação na tutela de direitos fundamentais, com a função social da atividade econômica e com a necessidade de integrar a proteção do consumidor a uma agenda mais ampla de proteção da ordem econômica e da segurança pública. A obrigação de adotar medidas preventivas, como suspensão de vendas, remoção de anúncios ou bloqueio de contas, quando evidenciada a recorrência de reclamações graves ou a presença de produtos perigosos reforça a dimensão preventiva e precaucional da tutela consumerista, evitando que danos se multipliquem em escala massiva.

Por fim, a proposta estabelece que os intermediadores digitais devem manter políticas de governança de riscos, auditorias periódicas de sistemas e planos de contingência para falhas operacionais, delegando à Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) a tarefa de regulamentar, no prazo assinalado, os padrões mínimos de transparência, governança, auditoria e verificação de vendedores. Essa remissão à regulamentação infralegal não fragiliza, mas antes potencializa a eficácia da norma, na medida em que permite à autoridade técnica acompanhar a evolução tecnológica, ajustar parâmetros e detalhar procedimentos à luz de novas práticas e desafios, sem necessidade





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

de contínua alteração formal da lei. Garante-se, dessa forma, a necessária flexibilidade regulatória, preservando, porém, o núcleo duro de proteção consagrado em lei.

Diante de todo o exposto, evidencia-se que o presente Projeto de Lei não pretende criar privilégios ou entraves desproporcionais à inovação, mas, ao contrário, busca equilibrar o dinamismo econômico do comércio eletrônico com a efetividade dos direitos do consumidor, assegurando que os benefícios da tecnologia não sejam construídos à custa da vulnerabilidade e da desproteção da parte mais fraca da relação. Ao reconhecer explicitamente o papel das plataformas como fornecedores, afirmar a teoria da aparência e da confiança legítima, combater a camuflagem societária e operacional, responsabilizar falhas algorítmicas, reprimir práticas de manipulação digital e impor padrões mínimos de transparência, governança e cooperação regulatória, o legislador reforça a vocação do CDC como instrumento de tutela da dignidade, da segurança jurídica, da isonomia e do equilíbrio nas relações de consumo em ambiente digital.

Nessas condições, a aprovação desta proposição mostra-se medida necessária, oportuna e compatível com a melhor doutrina e a mais avançada jurisprudência nacional e internacional sobre responsabilidade de plataformas digitais, merecendo, pois, o apoio dos ilustres Pares desta Casa legislativa.

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

**Deputado João Daniel**  
**PT/SE**

