



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 2.649, DE 2026**

**(Do Sr. Duda Ramos)**

Dispõe sobre transparência publicitária e proteção do consumidor em serviços de streaming contratados mediante assinatura paga.

**DESPACHO:**  
ÀS COMISSÕES DE  
COMUNICAÇÃO;  
DEFESA DO CONSUMIDOR E  
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54, RICD).

**APRECIÇÃO:**  
Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

### **PUBLICAÇÃO INICIAL**

Art. 137, caput - RICD



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**Gabinete do Deputado Federal Duda Ramos – PODE/RR**

Apresentação: 27/05/2026 14:40:46.323 - Mesa

PL n.2649/2026

**PROJETO DE LEI Nº , DE 2026**

(Do Sr. DUDA RAMOS)

Dispõe sobre transparência publicitária e proteção do consumidor em serviços de streaming contratados mediante assinatura paga.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a proteção do consumidor em serviços digitais de streaming contratados mediante assinatura paga, estabelecendo regras de transparência, informação e vedação à inserção de publicidade comercial em determinadas modalidades de contratação.

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

I – serviço de streaming: plataforma digital de distribuição contínua de conteúdos audiovisuais, sonoros ou multimídia mediante acesso remoto pela internet;

II – plano pago sem publicidade: modalidade de assinatura remunerada cuja oferta comercial, expectativa legítima do consumidor ou descrição contratual indiquem experiência livre de anúncios comerciais;

III – publicidade comercial: qualquer comunicação, inserção, recomendação patrocinada, propaganda audiovisual, sonora, visual ou interativa destinada à promoção de produtos, serviços, marcas ou plataformas.

Art. 3º É vedada a inserção de publicidade comercial em serviços de streaming contratados mediante assinatura paga classificados ou ofertados ao consumidor como planos sem anúncios, premium, integral, completos ou equivalentes.



§ 1º A vedação prevista no caput aplica-se inclusive a:

- I – anúncios audiovisuais antes, durante ou após conteúdos;
- II – interrupções comerciais automáticas;
- III – publicidade sonora automática;
- IV – publicidade personalizada baseada em dados comportamentais;
- V – inserções patrocinadas não identificadas;
- VI – publicidade em menus, telas de reprodução ou interfaces que comprometam a experiência originalmente contratada.

§ 2º Não se incluem na vedação:

- I – comunicações institucionais estritamente relacionadas ao funcionamento da plataforma;
- II – avisos legais, técnicos ou de segurança;
- III – divulgação de conteúdos próprios da plataforma, desde que não configurem publicidade comercial de terceiros.

Art. 4º Os serviços de streaming que disponibilizarem modalidades com publicidade deverão:

- I – informar de forma clara, ostensiva e destacada a existência de anúncios antes da contratação;
- II – diferenciar objetivamente os planos com e sem publicidade;
- III – informar a estimativa média de interrupções comerciais por hora de conteúdo;
- IV – assegurar ao consumidor acesso simplificado às condições de exibição de publicidade.

§ 1º É vedada a utilização de informações ambíguas, contraditórias ou potencialmente enganosas sobre a presença de publicidade na assinatura contratada.



§ 2º A alteração superveniente de plano originalmente contratado sem publicidade dependerá de consentimento expresso do consumidor.

Art. 5º Constitui prática abusiva, nos termos do Código de Defesa do Consumidor:

I – inserir publicidade em plano pago originalmente ofertado sem anúncios;

II – degradar artificialmente a experiência do consumidor para induzir migração a planos superiores;

III – omitir informações relevantes sobre publicidade embarcada na assinatura;

IV – alterar unilateralmente a natureza publicitária do serviço contratado.

Art. 6º O descumprimento desta Lei sujeita o infrator às sanções previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, sem prejuízo de:

I – restituição proporcional dos valores pagos pelo consumidor;

II – possibilidade de rescisão contratual sem ônus;

III – multa administrativa aplicada pelos órgãos de defesa do consumidor.

Art. 7º A fiscalização desta Lei poderá ser realizada pelos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

Art. 8º Esta Lei não impede a existência de modalidades gratuitas ou subsidiadas por publicidade, desde que haja informação clara, transparente e prévia ao consumidor.

Art. 9º Esta Lei entra em vigor após decorridos 180 (cento e oitenta) dias de sua publicação oficial.



## JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei enfrenta uma prática cada vez mais comum e profundamente abusiva no mercado digital, a cobrança de assinatura paga acompanhada da imposição de publicidade comercial ao consumidor.

O problema não está na existência de publicidade. Plataformas gratuitas, serviços subsidiados por anúncios e modelos híbridos claramente informados fazem parte da liberdade econômica e da dinâmica legítima do mercado. O abuso ocorre quando o consumidor paga por um serviço esperando uma experiência diferenciada, contínua e livre de interrupções comerciais, mas passa a ser submetido a anúncios, inserções patrocinadas ou novas cobranças para recuperar aquilo que, na prática, já integrava a expectativa original da contratação.

Trata-se de uma forma moderna de desequilíbrio contratual. O consumidor paga para acessar o serviço e, ao mesmo tempo, tem sua atenção monetizada pela plataforma. A empresa recebe pela assinatura e volta a lucrar com a exposição publicitária. **Essa dupla monetização, quando não é clara, expressa e previamente aceita, viola a boa-fé, a transparência e a confiança legítima que devem orientar toda relação de consumo.**

**Essa é uma prática abusiva de monetização dupla e alteração unilateral da experiência contratada. Em termos simples, o consumidor compra uma coisa e, depois, recebe outra pior, com mais interrupções, mais publicidade e menos controle sobre o serviço pelo qual já pagou.**

A experiência internacional demonstra que essa discussão não é isolada. A inserção de publicidade em serviços pagos de streaming já motivou ações judiciais e questionamentos de consumidores em outros países, especialmente quando plataformas passaram a exigir pagamento adicional para retirada de anúncios. O núcleo da controvérsia é sempre o mesmo, o fornecedor pode alterar substancialmente a experiência contratada, impor



publicidade e ainda cobrar mais para devolver ao consumidor o padrão originalmente esperado?

À luz do Código de Defesa do Consumidor, a resposta deve ser negativa. A oferta vincula o fornecedor. A informação deve ser clara, adequada e ostensiva. Cláusulas que permitam alteração unilateral relevante do serviço ou coloquem o consumidor em desvantagem exagerada devem ser consideradas abusivas. O consumidor digital não pode ser tratado como parte sem direitos diante de grandes plataformas globais.

O projeto também não interfere indevidamente na livre iniciativa. Ao contrário, preserva a liberdade de criação de planos gratuitos, planos com anúncios e planos híbridos, desde que a informação seja transparente e a escolha do consumidor seja real. O que se veda é a prática de vender uma experiência paga e, depois, transformá-la em vitrine publicitária compulsória.

**A medida fortalece a concorrência leal, pois impede que empresas atraiam consumidores com promessa de experiência premium e, posteriormente, reduzam a qualidade do serviço por decisão unilateral. Boas empresas devem competir por qualidade, preço, catálogo, tecnologia e respeito ao usuário, não pela capacidade de impor mudanças silenciosas ao contrato.**

Portanto, esta proposição protege o consumidor digital, combate práticas abusivas, reforça a transparência nas assinaturas e atualiza a legislação brasileira para uma realidade já presente na vida de milhões de brasileiros, pagar por plataformas digitais e, ainda assim, ser tratado como produto publicitário.

O objetivo é simples e justo, se há publicidade, o consumidor deve saber antes, escolher livremente e pagar de acordo com essa realidade. O que não se pode admitir é que o cidadão pague por um serviço e seja surpreendido com anúncios que alteram a essência da contratação.



Diante desse cenário, conclamo as senhoras e os senhores parlamentares a apoiarem esta proposta em defesa do consumidor brasileiro, da transparência nas relações digitais e do equilíbrio contratual. O avanço tecnológico não pode servir de justificativa para práticas abusivas, monetização excessiva da atenção do cidadão ou enfraquecimento dos direitos do consumidor. Modernizar o ambiente digital também significa garantir respeito, clareza e boa fé nas novas relações de consumo.

Sala das Sessões, em 2026.

Deputado DUDA RAMOS



**FIM DO DOCUMENTO**