



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

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2026

(Do Sr. DUDA RAMOS)

Institui a Lei da Transparência no Ranqueamento Comercial de Plataformas e estabelece regras de transparência para resultados, recomendações, classificações e destaques influenciados por relações comerciais em ambientes digitais.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas destinadas a assegurar transparência aos usuários e consumidores quanto à influência de relações comerciais na apresentação, ranqueamento, recomendação, classificação ou destaque de conteúdos, produtos, serviços e fornecedores em plataformas digitais.

Parágrafo único. O disposto nesta Lei aplica-se a plataformas digitais, marketplaces, mecanismos de busca, lojas de aplicativos, redes sociais, plataformas de serviços, plataformas de conteúdo e demais aplicações de internet acessíveis a usuários brasileiros.

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

I – ranqueamento comercial: ordenação, classificação, recomendação, destaque ou priorização de conteúdo, produto, serviço, fornecedor ou perfil influenciada total ou parcialmente por pagamento, patrocínio, comissão, remuneração, parceria comercial ou outra vantagem econômica;



II – resultado orgânico: resultado cuja posição não decorra diretamente de remuneração ou incentivo econômico destinado à ampliação de sua visibilidade;

III – destaque comercial: mecanismo de promoção que amplie artificialmente a visibilidade de conteúdo, produto, serviço ou fornecedor em razão de relação econômica;

IV – plataforma digital: aplicação de internet que organize, apresente, recomende, distribua ou classifique conteúdos, produtos ou serviços aos usuários.

Art. 3º O usuário tem direito à informação clara, adequada e ostensiva acerca da existência de fatores comerciais que influenciem o ranqueamento, a recomendação ou o destaque de conteúdos, produtos e serviços.

Art. 4º Os usuários deverão ser capazes de identificar, de forma simples e compreensível, quando determinado resultado, recomendação ou destaque decorra de pagamento, patrocínio ou outra relação comercial relevante.

Art. 5º Resultados, recomendações, classificações ou destaques influenciados por relações comerciais deverão conter identificação clara, ostensiva e facilmente perceptível ao usuário.

§ 1º A identificação deverá permanecer visível enquanto o conteúdo, produto ou serviço estiver sendo apresentado ao usuário.

§ 2º A informação não poderá ser ocultada, reduzida ou apresentada de forma que dificulte sua compreensão.

Art. 6º As plataformas deverão disponibilizar informações gerais e acessíveis sobre os principais fatores comerciais que possam influenciar a visibilidade de conteúdos, produtos ou serviços.



Parágrafo único. O cumprimento deste artigo não exige a divulgação de algoritmos, códigos fonte, segredos industriais ou informações protegidas por sigilo empresarial.

Art. 7º Sempre que houver pagamento ou vantagem econômica diretamente relacionada à posição ocupada por determinado conteúdo, produto ou serviço, essa circunstância deverá ser claramente indicada ao usuário.

Art. 8º Constituem práticas vedadas:

I – apresentar como resultado exclusivamente orgânico conteúdo cuja posição decorra predominantemente de pagamento ou patrocínio;

II – ocultar a existência de relações comerciais que influenciem o ranqueamento ou a recomendação de conteúdos;

III – empregar mecanismos destinados a induzir o usuário a erro quanto à natureza comercial de determinada posição, classificação ou recomendação;

IV – dificultar injustificadamente a identificação de conteúdos promovidos ou favorecidos economicamente.

Art. 9º A aplicação desta Lei observará especial atenção à proteção de:

I – crianças e adolescentes;

II – pessoas idosas;

III – pessoas com deficiência;

IV – consumidores em situação de vulnerabilidade informacional.

Art. 10. O Poder Público poderá promover campanhas educativas destinadas à conscientização da população sobre publicidade digital, ranqueamentos comerciais, recomendações patrocinadas e mecanismos de monetização de plataformas digitais.



Art. 11. A interpretação desta Lei observará os princípios da transparência, da boa fé objetiva, da proteção do consumidor, da livre iniciativa e da livre concorrência.

Art. 12. O disposto nesta Lei não implica controle editorial, censura, interferência em modelos de negócios lícitos ou obrigação de divulgação de informações protegidas por sigilo comercial.

Art. 13. Aplicam-se subsidiariamente as disposições do Código de Defesa do Consumidor, do Marco Civil da Internet e da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Art. 14. Esta Lei entra em vigor após decorridos 180 (cento e oitenta) dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

As plataformas digitais assumiram papel central na forma como consumidores acessam informações, produtos, serviços e conteúdos. Mecanismos de busca, marketplaces, redes sociais, lojas de aplicativos e diversas outras aplicações passaram a organizar a experiência dos usuários por meio de sistemas de classificação, recomendação e ranqueamento que influenciam diretamente decisões de consumo e escolhas cotidianas.

Nesse ambiente, a posição ocupada por determinado conteúdo, produto ou serviço frequentemente possui impacto decisivo sobre sua visibilidade e sobre as escolhas realizadas pelos usuários. Em razão disso, tornou-se comum a utilização de mecanismos comerciais destinados a ampliar artificialmente a exposição de determinados resultados mediante pagamento, patrocínio, comissões, impulsionamentos ou outras formas de vantagem econômica.

Embora tais práticas constituam instrumentos legítimos de monetização e façam parte do funcionamento da economia digital



contemporânea, sua utilização deve observar padrões mínimos de transparência compatíveis com os direitos dos consumidores e com os princípios da boa fé e da informação adequada.

Atualmente, nem sempre é evidente para o usuário quando determinado resultado, recomendação ou destaque decorre de critérios ordinários de relevância ou quando sua posição foi influenciada por relações comerciais estabelecidas entre a plataforma e terceiros. Em muitos casos, conteúdos promovidos comercialmente são apresentados de forma semelhante aos resultados orgânicos, dificultando a compreensão dos fatores que influenciaram sua exibição.

Essa assimetria informacional compromete a capacidade de avaliação consciente dos consumidores. A liberdade de escolha pressupõe acesso a informações claras sobre os elementos que influenciam a apresentação das opções disponíveis ao usuário.

A presente proposição busca assegurar que consumidores possam identificar, de forma simples e transparente, quando conteúdos, produtos, serviços ou fornecedores recebem tratamento diferenciado em razão de pagamentos, patrocínios ou outras relações econômicas relevantes.

O projeto não proíbe mecanismos de promoção comercial, não interfere na liberdade econômica das plataformas e não impõe a divulgação de algoritmos, códigos fonte ou segredos empresariais. Seu objetivo limita-se a garantir transparência mínima sobre a influência de interesses comerciais nos sistemas de ranqueamento e recomendação utilizados no ambiente digital.

A proposta encontra sólido fundamento nos princípios consagrados pelo Código de Defesa do Consumidor, especialmente no direito à informação adequada, na transparência das relações de consumo e na proteção contra práticas capazes de induzir o consumidor a erro.

Além de fortalecer os direitos dos usuários, a iniciativa contribui para a construção de ambiente digital mais íntegro, confiável e competitivo,



estimulando relações mais equilibradas entre plataformas, anunciantes, fornecedores e consumidores.

A matéria assume especial relevância para grupos vulneráveis, como pessoas idosas, consumidores com menor familiaridade tecnológica e usuários que dependem intensamente de sistemas de recomendação para realizar escolhas de consumo, contratação de serviços ou acesso à informação.

Em uma economia cada vez mais orientada por algoritmos, rankings e recomendações digitais, a transparência sobre a influência de interesses econômicos na visibilidade dos conteúdos deixa de ser mera boa prática e passa a constituir requisito essencial para a proteção da autonomia do consumidor e para o funcionamento saudável dos mercados digitais.

Diante da relevância da matéria para a proteção do consumidor, para a transparência das relações econômicas digitais e para o fortalecimento da confiança no ambiente digital, conclamamos os Nobres Pares a apoiarem a presente proposição.

Sala das Sessões, em 2026.

Deputado DUDA RAMOS

