



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

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026

(Do Sr. DUDA RAMOS)

Institui a Lei de Transparência nas Assinaturas Híbridas Digitais e estabelece direitos dos consumidores em contratos de serviços digitais que combinem pagamento periódico e exposição à publicidade.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas de transparência, informação e proteção do consumidor aplicáveis aos serviços digitais ofertados mediante modelos híbridos de contratação que combinem pagamento periódico e exposição a publicidade, patrocínios, recomendações comerciais ou outras formas de monetização.

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

I – assinatura híbrida digital: modalidade de contratação mediante pagamento periódico pelo usuário que, simultaneamente, prevê a exibição de publicidade, conteúdo patrocinado ou outras formas de comunicação comercial;

II – carga publicitária: volume, frequência, duração ou intensidade de exposição do usuário a conteúdos publicitários durante a utilização do serviço;

III – plano integral sem publicidade: modalidade contratual que não contempla exposição ordinária a publicidade durante a utilização do serviço;

IV – fornecedor digital: pessoa jurídica responsável pela oferta do serviço digital ao consumidor.



Art. 3º O consumidor tem direito à informação clara, adequada, ostensiva e facilmente compreensível acerca das condições de funcionamento das assinaturas híbridas digitais.

Art. 4º Antes da contratação, o fornecedor deverá informar de forma destacada:

- I – que o plano contratado contempla publicidade;
- II – os formatos de publicidade que poderão ser exibidos;
- III – as principais diferenças entre o plano híbrido e eventual plano sem publicidade disponível;
- IV – as limitações ou restrições decorrentes da modalidade contratada;
- V – a existência de conteúdos patrocinados, recomendações comerciais automatizadas ou outras formas de monetização associadas ao serviço.

§ 1º As informações previstas neste artigo deverão ser apresentadas em linguagem simples e acessível.

§ 2º É vedada a utilização de expressões ambíguas ou suscetíveis de induzir o consumidor a erro quanto à efetiva existência de publicidade no serviço.

Art. 5º Os planos híbridos deverão observar critérios de razoabilidade e proporcionalidade entre:

- I – o valor pago pelo consumidor;
- II – os benefícios efetivamente oferecidos;
- III – o nível de exposição publicitária previsto na contratação.

Art. 6º Constitui prática abusiva:

- I – ampliar substancialmente a carga publicitária originalmente informada sem comunicação clara ao consumidor;



II – introduzir novas modalidades de publicidade incompatíveis com as condições originalmente contratadas;

III – degradar artificialmente a experiência do plano contratado com a finalidade de induzir migração para modalidade mais onerosa.

Art. 7º Alterações relevantes relacionadas à publicidade, à experiência do usuário ou à monetização do serviço deverão ser comunicadas ao consumidor com antecedência razoável.

Art. 8º Consideram-se alterações relevantes, entre outras:

I – aumento significativo da carga publicitária;

II – inclusão de novas formas de publicidade;

III – alteração substancial da frequência de interrupções comerciais;

IV – mudanças que reduzam de maneira relevante os benefícios originalmente contratados.

Art. 9º É vedado:

I – apresentar plano híbrido como serviço livre de publicidade;

II – ocultar limitações relevantes da modalidade contratada;

III – empregar padrões de interface destinados a dificultar a compreensão das condições de monetização do serviço;

IV – utilizar informações contratuais excessivamente fragmentadas ou de difícil compreensão;

V – induzir o consumidor a erro quanto à natureza híbrida da contratação.

Art. 10. 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. 11. O Poder Público poderá promover campanhas destinadas à conscientização dos consumidores acerca dos modelos de monetização digital, assinaturas híbridas e publicidade em serviços digitais.

Art. 12. A interpretação desta Lei observará os princípios da boa fé objetiva, da transparência, da liberdade econômica, da livre iniciativa e da proteção do consumidor.

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. O disposto nesta Lei não impede a utilização de modelos híbridos de negócios digitais, limitando-se à disciplina da transparência contratual e da proteção dos consumidores.

Art. 15. Esta Lei entra em vigor após decorridos 180 (cento e oitenta) dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A economia digital vem consolidando novos modelos de negócios baseados nas chamadas assinaturas híbridas, em que o consumidor realiza pagamento periódico pelo acesso a determinado serviço, mas continua submetido à exibição de publicidade, conteúdos patrocinados ou outras formas de monetização.

Embora legítimos, esses modelos frequentemente apresentam informações insuficientes sobre a efetiva carga publicitária a que o usuário



estará sujeito, dificultando a compreensão das diferenças entre planos, das limitações do serviço contratado e da real relação entre pagamento e exposição a anúncios.

A presente proposição busca assegurar maior transparência nas relações de consumo digitais, garantindo que os consumidores recebam informações claras, adequadas e ostensivas sobre a existência de publicidade, as características da modalidade contratada e eventuais alterações relevantes nas condições originalmente oferecidas.

O projeto não restringe a publicidade nem interfere nos modelos de negócios das plataformas digitais. Seu objetivo é fortalecer princípios já consagrados pelo Código de Defesa do Consumidor, especialmente o direito à informação, a transparência, a boa fé objetiva e a proteção da legítima expectativa do consumidor.

Ao estabelecer regras mínimas de transparência contratual e proporcionalidade da carga publicitária, a proposta contribui para aumentar a confiança dos usuários, reduzir assimetrias informacionais e promover relações de consumo mais equilibradas no ambiente digital.

Diante da relevância da matéria para a proteção do consumidor e para o fortalecimento da transparência na economia digital, conclamamos os Nobres Pares a apoiarem a presente proposição.

Sala das Sessões, em 2026.

Deputado DUDA RAMOS

