



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 Combate aos “*Dark Patterns*” nas Plataformas Digitais, estabelece normas de proteção do consumidor contra mecanismos manipulativos em ambientes digitais, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas de proteção do consumidor contra a utilização de mecanismos manipulativos de interface, arquitetura de escolha ou design comportamental abusivo em plataformas digitais, aplicações de internet, serviços eletrônicos e ambientes digitais de consumo.

Art. 2º São objetivos desta Lei:

I – proteger a liberdade de escolha do consumidor no ambiente digital;

II – prevenir práticas manipulativas destinadas à indução involuntária de contratação, consentimento ou consumo;

III – assegurar transparência, boa fé e equilíbrio nas relações digitais de consumo;

IV – impedir mecanismos artificiais que dificultem cancelamentos, recusas ou exercício de direitos do consumidor;



V – promover ambiente digital mais ético, previsível e compatível com os princípios da dignidade da pessoa humana e da defesa do consumidor.

Art. 3º Para os fins desta Lei, considera-se:

I – *dark pattern*: mecanismo de interface, arquitetura digital, design comportamental ou fluxo de navegação concebido para manipular, pressionar, confundir, induzir ou restringir artificialmente decisões do consumidor;

II – arquitetura manipulativa de escolha: estrutura digital destinada a favorecer determinada decisão econômica mediante exploração psicológica, ocultação de informações ou indução comportamental desproporcional;

III – consentimento viciado digitalmente: aceite obtido mediante confusão, pressão indevida, assimetria informacional artificial ou obstáculos desproporcionais;

IV – cancelamento dificultado: criação de barreiras artificiais, etapas excessivas ou obstáculos desproporcionais para encerramento de serviços, assinaturas ou consentimentos;

V – assimetria artificial de interface: utilização de elementos gráficos, hierarquias visuais, cores, tamanhos ou posicionamentos destinados a influenciar escolhas sem transparência adequada.

Art. 4º São direitos do consumidor em ambientes digitais:

I – realizar escolhas livres, conscientes e não manipuladas;

II – acessar informações claras, equilibradas e ostensivas sobre contratação, renovação, cancelamento e compartilhamento de dados;

III – recusar publicidade personalizada ou compartilhamento de dados sem obstáculos desproporcionais;



IV – cancelar serviços, assinaturas ou consentimentos com grau de facilidade equivalente ao da contratação;

V – não ser submetido a pressão artificial, indução emocional abusiva ou mecanismos digitais enganosos;

VI – possuir acesso simplificado às configurações de privacidade, consentimento e preferências comerciais.

Art. 5º Fica vedada a utilização de *dark patterns* destinados a:

I – induzir contratação involuntária;

II – dificultar cancelamentos de serviços, assinaturas ou cobranças recorrentes;

III – forçar aceites publicitários, compartilhamento de dados ou consentimentos desnecessários;

IV – ocultar informações relevantes ao consumidor;

V – criar falsa sensação de urgência, escassez ou risco inexistente;

VI – induzir consentimento mediante confusão visual ou linguagem ambígua;

VII – tornar excessivamente complexo o exercício de direitos do consumidor;

VIII – dificultar recusas de publicidade personalizada ou coleta de dados;

IX – utilizar botões, cores, tamanhos ou hierarquias visuais manipulativas para direcionar escolhas econômicas;

X – constranger emocionalmente o consumidor para obtenção de consentimento;

XI – criar obstáculos artificiais para exclusão de contas, encerramento de contratos ou revogação de consentimentos;



XII – utilizar fluxos digitais destinados a cansar, pressionar ou induzir o consumidor ao aceite involuntário.

Art. 6º Consideram-se presumidamente abusivas:

- I – opções de cancelamento ocultas ou de difícil localização;
- II – renovação automática sem informação clara e destacada;
- III – múltiplas etapas injustificadas para cancelamento;
- IV – utilização de linguagem emocional manipulativa para impedir recusa de serviços;
- V – aceites previamente marcados para compartilhamento de dados ou publicidade personalizada;
- VI – assimetria excessiva entre facilidade de contratação e dificuldade de cancelamento.

Art. 7º As plataformas digitais deverão assegurar:

- I – simetria razoável entre contratação e cancelamento;
- II – clareza visual nas opções de aceite e recusa;
- III – neutralidade mínima na apresentação de escolhas relevantes;
- IV – mecanismos acessíveis de gerenciamento de consentimento;
- V – transparência nas renovações automáticas;
- VI – facilidade de revogação de consentimentos relacionados à publicidade e compartilhamento de dados.

Art. 8º Plataformas digitais com mais de 10 milhões de usuários mensais no Brasil deverão publicar relatório anual de transparência contendo:

- I – políticas de prevenção a *dark patterns*;



II – mecanismos internos de revisão de interfaces manipulativas;

III – medidas de proteção ao consumidor vulnerável;

IV – volume de reclamações relacionadas a cancelamento e consentimento;

V – providências adotadas para mitigação de práticas abusivas.

Art. 9º É vedada a utilização de *dark patterns* voltados a crianças, adolescentes, idosos ou consumidores hipervulneráveis.

Parágrafo único. Constitui agravante a utilização de mecanismos manipulativos destinados à exploração emocional, psicológica ou cognitiva de consumidores vulneráveis.

Art. 10 Compete aos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, à autoridade competente em proteção de dados e aos demais órgãos federais competentes fiscalizar o cumprimento desta Lei.

Art. 11 O descumprimento das disposições desta Lei sujeita os infratores às seguintes sanções administrativas, observado o devido processo legal:

I – advertência;

II – obrigação de adequação;

III – suspensão da prática considerada abusiva;

IV – multa de até 2% do faturamento bruto da empresa no Brasil, limitada a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração;

V – imposição de medidas corretivas de transparência e redesign de interface.

§1º As sanções considerarão:

I – gravidade da infração;

II – grau de manipulação identificada;



III – impacto coletivo;

IV – reincidência;

V – capacidade econômica da empresa.

§2º A aplicação das sanções previstas nesta Lei não afasta responsabilidades civis, administrativas ou penais cabíveis.

Art. 12 A aplicação desta Lei observará:

I – a defesa do consumidor;

II – a dignidade da pessoa humana;

III – a boa-fé objetiva;

IV – a transparência nas relações de consumo;

V – o Marco Civil da Internet;

VI – a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD;

VII – a livre iniciativa compatível com os direitos fundamentais do consumidor.

Art. 13 O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.

Art. 14 Esta Lei entra em vigor após 1 (um) ano de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A transformação digital das relações de consumo produziu modelos econômicos altamente sofisticados de influência comportamental, nos quais interfaces digitais passaram a ser concebidas não apenas para facilitar a navegação do usuário, mas também para direcionar escolhas, ampliar taxas de conversão comercial e maximizar retenção econômica mediante mecanismos psicológicos de manipulação.



Nesse contexto, proliferaram práticas internacionalmente conhecidas como “*dark patterns*”, consistentes em arquiteturas digitais manipulativas destinadas a induzir contratação involuntária, dificultar cancelamentos, pressionar aceites publicitários, ampliar compartilhamento de dados pessoais ou conduzir artificialmente decisões econômicas do consumidor.

Tais mecanismos frequentemente exploram assimetrias informacionais, vulnerabilidades cognitivas e padrões comportamentais dos usuários, comprometendo a liberdade de escolha, a transparência contratual e a boa fé nas relações digitais de consumo.

Entre os exemplos mais recorrentes encontram-se cancelamentos ocultos, renovações automáticas pouco transparentes, botões manipulativos, consentimentos previamente marcados, obstáculos artificiais à exclusão de contas, pressão emocional para aceite de publicidade e fluxos digitais intencionalmente cansativos destinados a induzir o consumidor ao consentimento involuntário.

A presente proposição busca enfrentar essas práticas abusivas mediante a criação de parâmetros mínimos de proteção do consumidor no ambiente digital, assegurando maior equilíbrio, transparência e liberdade de escolha nas plataformas digitais.

O projeto não pretende inviabilizar inovação tecnológica ou restringir modelos legítimos de negócios digitais. Busca-se, ao contrário, estabelecer limites razoáveis à manipulação comportamental abusiva, fortalecendo a confiança nas relações digitais e promovendo ambiente econômico mais ético e previsível.

A matéria encontra fundamento constitucional no art. 5º, XXXII, da Constituição Federal, no Código de Defesa do Consumidor, no Marco Civil da Internet e na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD, especialmente nos princípios da transparência, boa-fé, autodeterminação informativa e proteção do consumidor.



O presente Projeto de Lei integra um pacote legislativo voltado ao enfrentamento de práticas abusivas no consumo eletrônico e nas plataformas digitais contemporâneas, especialmente em temas que ainda carecem de regulamentação específica, amadurecimento legislativo e aprofundamento do debate público no Brasil.

Nesse contexto, revela-se fundamental preservar a identidade temática e o núcleo material desta proposição, evitando seu tratamento como mero objeto acessório de apensamento a projetos genéricos de regulação ampla da internet, plataformas digitais ou inteligência artificial.

O cerne desta proposta consiste especificamente no combate aos mecanismos manipulativos conhecidos como *dark patterns*, matéria dotada de elevada especificidade técnica, psicológica, econômica e consumerista.

O eventual apensamento a proposições excessivamente abrangentes pode comprometer o aprofundamento técnico necessário ao debate, diluir a finalidade protetiva da iniciativa e retardar a implementação de instrumentos concretos de proteção da liberdade de escolha do consumidor no ambiente digital.

A aprovação desta proposta poderá produzir resultados concretos relevantes, incluindo fortalecimento da transparência nas plataformas digitais, redução de contratações involuntárias, facilitação de cancelamentos, proteção contra manipulação comportamental abusiva, ampliação da autodeterminação informativa do consumidor e incentivo ao desenvolvimento de ambientes digitais mais éticos e responsáveis.

Além disso, a iniciativa contribui para a consolidação de relações digitais mais equilibradas, previsíveis e compatíveis com os direitos fundamentais dos consumidores brasileiros.

Diante da relevância jurídica, econômica e social da matéria, contamos com o apoio das Senhoras e dos Senhores Parlamentares para a



aprovação do presente Projeto de Lei, em benefício da proteção do consumidor, da transparência digital e do fortalecimento da liberdade de escolha no ambiente tecnológico brasileiro.

Sala das Sessões, em 2026.

Deputado DUDA RAMOS

