

## PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO DESTINADA A INVESTIGAR INDÍCIOS DE OPERAÇÕES FRAUDULENTAS SOFISTICADAS NA GESTÃO DE DIVERSAS EMPRESAS DE SERVIÇOS FINANCEIROS QUE PROMETEM GERAR PATRIMÔNIO POR MEIO DE GESTÃO DE CRIPTOMOEDAS, O QUE TEM TRAZIDO PREJUÍZOS VULTOSOS AOS INVESTIDORES E A TODA SOCIEDADE, ENTRE OS ANOS DE 2019 E 2022 – CPI-PIRÂMIDES FINANCEIRAS)

Dispõe sobre a contratação de influenciadores digitais para qualquer tipo de ação de publicidade relativo a ativos virtuais.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei disciplina a contratação de influenciadores digitais para qualquer tipo de anúncio ou propaganda relativo a ativos virtuais.

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

I – influenciador: qualquer pessoa natural ou jurídica que tenha mais de vinte mil seguidores no conjunto de suas redes sociais;

II – ativos virtuais: aqueles definidos no art. 3º da Lei nº 14.478, de 21 de dezembro de 2022.

III - relações contratuais onerosas: relações em que as partes estabelecem entre si benefícios e vantagens;

IV - benefícios ou vantagens: quaisquer recursos, contraprestações ou vantagens diretas ou indiretas, que o influenciador obtenha em razão de sua relação contratual com seu contratante, envolvendo ou não contraprestação em pecúnia;

V – produtos e serviços: quaisquer produtos e serviços relacionados a ativos virtuais.

Art. 3º A relação contratual onerosa entre influenciador e seu contratante deve ser divulgada por meio de aviso, de forma clara e facilmente visível, em todas as manifestações do influenciador a respeito dos produtos ou serviços anunciados.



Art. 4º O contratante de influenciadores para os anúncios e propagandas de que trata esta Lei deverão disponibilizar em seu sítio eletrônico a relação de todos os influenciadores contratados nos últimos cinco anos, inclusive daqueles contratados por meio de intermediários.

Art. 5º A relação entre o influenciador e seu contratante deve ser disciplinada por contrato escrito.

Parágrafo único. Sem prejuízo de exigências previstas em outras lei e regulamentos, o contrato entre influenciador e seu contratante deve conter:

I – descrição detalhada do escopo e do tipo de publicidade a ser feita;

II – obrigação do influenciador digital de agir com boa-fé e diligência em relação aos destinatários da publicidade;

III – número de inserções a serem feitas nas mídias sociais e sua periodicidade;

IV – descrição da remuneração do influenciador e de quaisquer outros benefícios e vantagens por ele recebidos;

V – vigência do contrato.

Parágrafo único. Os contratantes devem armazenar por, no mínimo, cinco anos, contados do fim da sua vigência, os instrumentos contratuais referentes à contratação dos influenciadores digitais e toda publicidade produzida que seja objeto do contrato firmado nos termos deste normativo.

Art. 6º Se o conteúdo a ser divulgado nas publicidades exija autorização, certificações da regulação ou autorregulação vigente, o contratante deverá garantir que os influenciadores digitais contratados possuam as devidas certificações necessárias.

Art. 7º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.



## JUSTIFICAÇÃO

Ao longo dos trabalhos da CPI-Pirâmides Financeiras, constatamos que muitos criminosos que organizaram pirâmides financeiras se valeram da contratação de influenciadores digitais para atrair vítimas para seus golpes. Contudo, ao avançarmos nas investigações sobre o tipo de relação mantida entre os influenciadores e seus contratantes, observamos que, muitas vezes, ela é marcada pela opacidade. Isso dificulta a apuração de eventual responsabilidade das celebridades que convencem seus seguidores a entrar em um golpe financeiro.

O presente Projeto de Lei busca jogar luz sobre a relação entre os influenciadores e aqueles que os contratam para qualquer anúncio ou publicidade relacionada a ativos virtuais. Assim, acreditamos ser possível alcançar alguns objetivos.

Em primeiro lugar, aumentar o risco reputacional dos influenciadores. Com a necessidade de elaboração e guarda de um contrato escrito do qual ele é parte, e com a obrigação de seus nomes serem publicados pelos seus respectivos contratantes, os influenciadores terão prejuízos para suas reputações caso algum dos seus contratantes esteja envolvidos em pirâmides financeiras e fraudes semelhantes. Dessa maneira, incentivamos os influenciadores a serem mais prudentes ao analisarem propostas de contratação para publicidade de ativos virtuais e serviços relacionados.

Em segundo lugar, a necessidade de elaboração de documentos formais – especialmente um contrato com conteúdo determinado em lei – fará com que eventuais investigações sobre a participação de influenciadores em esquemas de pirâmides tenham mais subsídios.

Por fim, ao exigirmos que dos influenciadores certificações para determinados tipos de anúncios, evitamos condutas irresponsáveis de



pessoas que recomendam produtos ou serviços sem a expertise necessária para tanto.

Sala das Sessões, em            de            de 2023.

## CPI–PIRÂMIDES FINANCEIRAS





## Projeto de Lei

**(Da Comissão Parlamentar de Inquérito destinada a investigar indícios de operações fraudulentas sofisticadas na gestão de diversas empresas de serviços financeiros que prometem gerar patrimônio por meio de gestão de criptomoedas, com divulgação de informações falsas sobre projetos ou serviços e promessa de rentabilidade anormalmente alta ou garantida e inexistência de taxas, mas constituindo-se em sistema de remuneração alimentado pela entrada de novos participantes (o que tem trazido prejuízos vultosos aos investidores e a toda a sociedade, entre os anos de 2019 e 2022))**

Dispõe sobre a contratação de influenciadores digitais para qualquer tipo de ação de publicidade relativo a ativos virtuais.

Assinaram eletronicamente o documento CD238550792800, nesta ordem:

- 1 Dep. Aureo Ribeiro (SOLIDARI/RJ)
- 2 Dep. Ricardo Silva (PSD/SP)

