



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.915-A, DE 2023 **(Do Sr. Ricardo Ayres)**

Proíbe a divulgação, promoção ou endosso de empresas de apostas, cassinos em geral, jogos de azar ou quaisquer atividades relacionadas a apostas, por parte de digital influencers e artistas; tendo parecer da Comissão de Comunicação, pela aprovação deste e dos de nºs 4302/23, 4394/23, e 4933/23, apensados, com substitutivo (relator: DEP. FRED LINHARES).

NOVO DESPACHO:

APENSE-SE O PL 4394/2023 AO PL-3915/2023. EM DECORRÊNCIA DESSA APENSAÇÃO, DETERMINO QUE A COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA TAMBÉM SE MANIFESTE QUANTO AO MÉRITO DA MATÉRIA, QUE PASSA A SER DE COMPETÊNCIA DO PLENÁRIO.

ÀS COMISSÕES DE:

COMUNICAÇÃO;

FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO (MÉRITO E ART. 54, RICD) E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (MÉRITO E ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Projetos apensados: 4302/23, 4394/23 e 4933/23

III - Na Comissão de Comunicação:

- Parecer do relator
- Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão



PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. RICARDO AYRES)

Proíbe a divulgação, promoção ou endosso de empresas de apostas, cassinos em geral, jogos de azar ou quaisquer atividades relacionadas a apostas, por parte de digital *influencers* e artistas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica proibida a divulgação, promoção ou endosso de empresas de apostas, cassinos em geral, jogos de azar ou quaisquer atividades relacionadas a apostas, por parte de digital *influencers* e artistas.

Art. 2º Digital *influencers* e artistas são responsáveis por garantir que seus conteúdos não contenham referências ou incentivos a atividades de apostas.

Art. 3º A responsabilidade se estende a publicações, vídeos, *lives*, *stories* e qualquer outra forma de comunicação com seu público.

Art. 4º Digital *influencers* e artistas devem promover conteúdos que sejam educativos, positivos e não prejudiciais para a saúde mental e financeira de seus seguidores.

Art. 5º Em caso de violação desta lei, digital *influencers* e artistas estarão sujeitos às seguintes penalidades, por meio de ações individuais e/ou coletivas, que podem ser cumuladas ou não:

I – Advertência;





II – Multa progressiva, partindo de 2% da receita dos culpados envolvidos declarados à Receita Federal no ano anterior, até 100%, conforme o caso, observadas a proporcionalidade e a razoabilidade;

III – Reversão e/ou ressarcimento do patrimônio, por culpa ou dolo, dispensada a prova concreta do dano;

IV – Orientação educativa pelos meios de comunicação com o objetivo de conscientização sobre as consequências negativas dos jogos de aposta;

V – Suspensão das atividades empresariais pelo prazo de até 8 anos, contados da condenação, segundo a proporcionalidade e a razoabilidade.

Art. 6º A divulgação de empresas de apostas para menores de idade é estritamente proibida, de modo a proteger a vulnerabilidade desses indivíduos.

Art. 7º Digital *influencers* e artistas devem informar sobre as consequências negativas associadas a atividades de apostas, como riscos financeiros e impactos na saúde mental.

Art. 8º O governo incentivará campanhas de conscientização sobre os riscos e impactos das atividades de apostas, em colaboração com instituições educacionais e profissionais de saúde.

Art. 9º As redes sociais e outras plataformas online deverão cooperar com as autoridades na fiscalização e remoção de conteúdo relacionado à promoção ou endosso de empresas de apostas, cassinos em geral, jogos de azar ou quaisquer atividades relacionadas a apostas.

Art. 10 Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.





JUSTIFICAÇÃO

A publicidade de jogos de azar e casas de apostas vêm se tornando cada vez mais comum nos perfis de produtores de conteúdo, levantando discussões acaloradas sobre o tema e sobre a responsabilidade desses influenciadores para com o seu público – especialmente quando se trata daqueles que conversam com jovens.

O rápido crescimento das redes sociais e a influência exercida por digital *influencers* e artistas sobre seus seguidores são fenômenos que requerem regulamentação adequada.

A promoção de empresas de apostas pode ter impactos negativos na saúde mental e financeira dos cidadãos. Este projeto de lei visa proteger os cidadãos, especialmente os mais jovens, proibindo a divulgação irresponsável de empresas de apostas por parte de digital *influencers* e artistas.

Em razão de todo o exposto, contamos com o apoio dos nobres pares para a aprovação desta proposição.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado RICARDO AYRES
(Republicanos/TO)



PROJETO DE LEI N.º 4.302, DE 2023

(Do Sr. Vicentinho Júnior)

Dispõe sobre a permissão de influenciadores digitais realizarem publicidade de sites de apostas online e cassinos online, e estabelece a tributação e destinação dos lucros provenientes dessas atividades.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-3915/2023. EM DECORRÊNCIA DESSA APENSAÇÃO, DETERMINO A INCLUSÃO NA DISTRIBUIÇÃO DA COMISSÃO DE FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO PARA A ANÁLISE DO MÉRITO E ADEQUAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA DA MATÉRIA.



PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2023
(Do Sr. Vicentinho Júnior)

Dispõe sobre a permissão de influenciadores digitais realizarem publicidade de sites de apostas online e cassinos online, e estabelece a tributação e destinação dos lucros provenientes dessas atividades.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica permitida a realização de publicidade por influenciadores digitais em relação a sites de apostas online e cassinos online, respeitando as diretrizes estabelecidas pelo órgão regulador competente.

Art. 2º Toda arrecadação proveniente da publicidade mencionada no artigo anterior, seja por meio de patrocínio da plataforma de aposta ou pelo uso de links de indicação que resultem em lucro ao influenciador digital, estará sujeita a uma tributação de 10% sobre o montante total arrecadado.

Parágrafo Único - A tributação mencionada no caput deste artigo deverá ser retida na fonte pela plataforma de apostas online ou cassino online responsável pelo repasse dos valores ao influenciador digital.

Art. 3º Os valores arrecadados por meio da tributação estabelecida no artigo 2º serão destinados da seguinte forma:





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Vicentinho Júnior – PP/TO

Apresentação: 05/09/2023 11:17:30.243 - MESA

PL n.4302/2023

I - 50% (cinquenta por cento) para o financiamento da educação básica, a serem aplicados de acordo com os critérios definidos pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE);

II - 50% (cinquenta por cento) para o financiamento da saúde pública, a serem aplicados de acordo com os critérios definidos pelo Ministério da Saúde.

Art. 4º Os influenciadores digitais que realizarem publicidade de sites de apostas online e cassinos online, nos termos do artigo 1º desta lei, têm a obrigação de conduzir suas atividades de modo consciente e responsável.

Parágrafo Único - No desempenho de suas atividades publicitárias, os influenciadores devem conscientizar seus seguidores sobre os riscos associados às apostas e ao jogo em excesso, alertando-os a praticar a moderação e a não comprometerem quantias de dinheiro que possam prejudicar suas finanças pessoais e qualidade de vida.

Art. 5º O Poder Executivo regulamentará esta lei, estabelecendo normas e diretrizes para a sua efetiva aplicação.

Art. 6º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Este projeto de lei visa regulamentar a publicidade de sites de apostas online e cassinos online por influenciadores digitais, garantindo que essa atividade ocorra de forma transparente e responsável. Além disso, a tributação proposta tem como objetivo destinar recursos para áreas essenciais da sociedade, como a educação básica e a saúde pública, contribuindo para o fortalecimento desses setores.

A publicidade realizada por influenciadores digitais é uma prática cada vez mais comum na sociedade contemporânea, e é importante estabelecer regras claras para essa atividade, a fim de proteger os interesses dos





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Vicentinho Júnior – PP/TO

Apresentação: 05/09/2023 11:17:30.243 - MESA

PL n.4302/2023

consumidores e garantir a integridade do mercado. A tributação proposta é uma maneira justa de aproveitar o potencial econômico dessas atividades e direcionar recursos para áreas prioritárias do país.

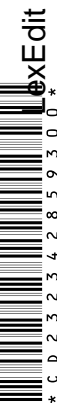
A inserção do Artigo 6º neste projeto de lei reforça o compromisso com a responsabilidade social e ética das ações dos influenciadores digitais. Ao determinar que eles conduzam conscientização sobre os riscos associados às apostas, estamos estabelecendo um importante canal de informação para os seguidores. Nesse sentido, os influenciadores não serão apenas divulgadores de produtos, mas também fontes de orientação e educação.

É fundamental que os influenciadores utilizem sua plataforma para conscientizar seus seguidores sobre os riscos potenciais do envolvimento em jogos de azar e apostas excessivas. Ao fazer isso, eles podem auxiliar na prevenção de problemas como o vício em jogos e o comprometimento financeiro severo. Essa medida proativa contribui para a formação de uma cultura de responsabilidade e cuidado entre os usuários das plataformas digitais.

Diante do exposto, conto com o apoio dos nobres parlamentares para a aprovação deste projeto de lei, que busca conciliar a liberdade de atuação dos influenciadores digitais com o interesse público e o fortalecimento de áreas cruciais para o desenvolvimento nacional.

Sala das Sessões, em de de 2023.

VICENTINHO JÚNIOR
Deputado Federal- PP/ TO



PROJETO DE LEI N.º 4.394, DE 2023

(Do Sr. Waldemar Oliveira)

Altera o Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais), para tipificar a contravenção penal de divulgação de jogo de azar.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-3915/2023. EM DECORRÊNCIA DESSA APENSAÇÃO, A CCJC DEVERÁ SE MANIFESTAR TAMBÉM SOBRE O MÉRITO DA MATÉRIA, QUE PASSA A SER APRECIADA PELO PLENÁRIO DA CÂMARA.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. WALDEMAR OLIVEIRA)

Altera o Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais), para tipificar a contravenção penal de divulgação de jogo de azar.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei tipifica a contravenção penal de divulgação de jogo de azar.

Art. 2º O art. 50 do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941, passa a vigorar acrescido do §1º-A, com a seguinte redação:

“Art. 50.....
.....

§1º-A Incorre na pena de prisão simples, de três meses a um ano, e multa, de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) a R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), quem:

I - divulga, por qualquer meio, fotografia, vídeo, outro registro audiovisual, material que contenha propaganda de jogos de azar;

II - instiga ou induz alguém à prática de jogo de azar;

III - contribui de qualquer forma para incentivar ou difundir a prática de jogo de azar.

.....”(NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO



O presente Projeto de Lei visa tipificar a contravenção penal de divulgação de jogos de azar, acrescentando um novo parágrafo 1º-A ao art. 50 do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 – Lei das Contravenções Penais.

A necessidade desta legislação decorre do fato de que os jogos de azar têm sido associados a diversos problemas sociais, incluindo endividamento, vício e desintegração familiar. Além disso, a divulgação dessas atividades, especialmente em plataformas online e redes sociais, tem se mostrado cada vez mais prevalente.

A propagação de jogos de azar nessas plataformas de amplo alcance potencializa a prática dessas atividades, dificultando o controle e prevenção do vício em jogos de azar – que é um transtorno de saúde mental reconhecido¹ pela Organização Mundial da Saúde. Uma normatização mais rigorosa, no âmbito penal, da divulgação e promoção desses jogos se faz necessária como medida preventiva e de proteção à sociedade.

Nesse contexto, o projeto aborda a questão de forma abrangente, estabelecendo penalidades para quem divulga material que contenha propaganda de jogos de azar, para quem instiga ou induz outras pessoas a participarem dessas atividades e para quem contribui de qualquer outra forma para a disseminação de jogos de azar. Ao fazer isso, ele preenche uma lacuna legal existente e alinha a legislação brasileira com os princípios de promoção do bem-estar social e da saúde pública.

Ao criminalizar a divulgação irresponsável e o incentivo à prática de jogos de azar, este projeto tem o potencial de coibir essas atividades e minimizar seus efeitos prejudiciais.

Diante do exposto, peço o apoio aos parlamentares desta Casa para a APROVAÇÃO deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado WALDEMAR OLIVEIRA





CÂMARA DOS DEPUTADOS

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 3 DE OUTUBRO DE 1941 Art. 50	https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:decreto.lei:194110-03;3688
--	---

PROJETO DE LEI N.º 4.933, DE 2023

(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.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4302/2023.

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)





CÂMARA DOS DEPUTADOS
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 14.478, DE 21 DE
DEZEMBRO DE 2022**
Art. 3º

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:2022-1221;14478>

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 3.915, DE 2023

Apensados: PL nº 4.302/2023, PL nº 4.394/2023 e PL nº 4.933/2023

Proíbe a divulgação, promoção ou endosso de empresas de apostas, cassinos em geral, jogos de azar ou quaisquer atividades relacionadas a apostas, por parte de digital influencers e artistas.

Autor: Deputado RICARDO AYRES

Relator: Deputado FRED LINHARES

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 3.915, de 2023, de autoria do nobre Deputado Ricardo Ayres, proíbe a divulgação, promoção ou endosso de influenciadores digitais e artistas a empresas de apostas, cassinos em geral, jogos de azar ou quaisquer atividades relacionadas a apostas. A proposição tramita com três projetos apensos. São eles: PL nº 4.302/2023, que dispõe sobre a permissão de influenciadores digitais realizarem publicidade de sites de apostas online e cassinos online, e estabelece a tributação e destinação dos lucros provenientes dessas atividades; PL nº 4.394/2023, de autoria do Deputado Waldemar Oliveira, que altera o Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais), para tipificar a contravenção penal de divulgação de jogo de azar; e PL nº 4.933/2023, que altera o Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais), para tipificar a contravenção penal de divulgação de jogo de azar.

O projeto foi distribuído às Comissões de Comunicação, de Finanças e Tributação e de Constituição e Justiça e de Cidadania. Originalmente, as duas últimas comissões efetuariam somente as análises de adequação financeira ou orçamentária e de constitucionalidade e de



juridicidade, respectivamente, conforme art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD). Contudo, em decorrência da apensação do PL 4.394/2023, a CCJC deverá se manifestar também sobre o mérito da matéria. Tal apensação também gerou a necessidade de análise pelo Plenário da Câmara. O regime de tramitação da proposição é ordinário, conforme o art. 24, inciso I e art. 151, inciso III, ambos do RICD.

Ao fim do prazo regimental, não havia emendas apresentadas ao projeto, nesta Comissão.

É o relatório.

2023-20068



II - VOTO DO RELATOR

Avaliamos, nesta oportunidade, o Projeto de Lei 3.915, de 2023, de autoria do nobre Deputado Ricardo Ayres, bem como os projetos apensados à proposição principal, que são: PL 4.302, de 2023, do nobre Deputado Vicentinho Júnior; PL 4.394/2023, do nobre Deputado Waldemar Oliveira; e PL nº 4.933/2023, da CPI das Pirâmides Financeiras.

A proposição principal, PL 3.915, de 2023, propõe a proibição, a influenciadores digitais e a artistas, de divulgarem, promoverem ou endossarem empresas de apostas, cassinos e jogos de azar em qualquer forma de mídia ou comunicação. Esta medida visa à proteção do público contra os riscos associados às atividades de apostas, incluindo a saúde mental e financeira dos seguidores destes influenciadores e artistas. O projeto abrange todas as formas de comunicação digital, incluindo publicações, vídeos, *lives* e *stories*, responsabilizando os influenciadores e artistas pelo conteúdo divulgado e promovendo a divulgação de conteúdos educativos e positivos.

Em caso de violação da lei, são previstas penalidades variadas, que incluem advertências, multas progressivas baseadas na receita do infrator, orientações educativas, ressarcimento por danos, e até a suspensão das atividades empresariais por até oito anos. Além disso, o projeto de lei enfatiza a proibição estrita de divulgação de empresas de apostas para menores de idade e impõe aos influenciadores a responsabilidade de informar sobre os riscos associados a atividades de apostas. O governo, por sua vez, ficaria obrigado a incentivar campanhas de conscientização sobre os impactos das atividades de apostas, em colaboração com instituições educacionais e profissionais de saúde, com a cooperação de redes sociais e plataformas online para a fiscalização e remoção de conteúdo relacionado à promoção ou endosso de empresas de apostas.

O primeiro apenso, PL 4302, de 2023, do nobre Deputado Vicentinho Júnior, propõe a legalização da publicidade de sites de apostas online e cassinos online por influenciadores digitais, desde que sigam diretrizes



estabelecidas por órgãos reguladores competentes. A lei busca regularizar e controlar a publicidade em torno das apostas online, permitindo que influenciadores digitais promovam essas plataformas, mas dentro de um quadro legal definido. Além disso, estabelece que toda a receita gerada por essas publicidades, por meio de patrocínios ou links de indicação, será sujeita a uma tributação de 10% sobre o total arrecadado. Esta tributação será retida na fonte pelas plataformas de apostas online ou cassinos online, antes do repasse dos valores ao influenciador digital. A proposição também detalha a destinação dos fundos arrecadados pela tributação: 50% será destinado ao financiamento da educação básica, administrado pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), e os outros 50% ao financiamento da saúde pública, sob a gestão do Ministério da Saúde. Além disso, o projeto impõe aos influenciadores digitais a obrigação de agir de maneira consciente e responsável ao anunciar sites de apostas e cassinos online.

O segundo apenso é o PL 4394, de 2023, do nobre Deputado Waldemar Oliveira. Seu texto visa tipificar a contravenção penal de divulgação de jogos de azar. Para tanto, o texto propõe alterações no artigo 50 do Decreto-Lei nº 3.688, datado de 3 de outubro de 1941. O principal acréscimo é o §1º-A, que define penalidades específicas para quem divulga, instiga ou induz à prática de jogos de azar. A lei estabelece que qualquer pessoa que divulgue fotografias, vídeos, registros audiovisuais ou materiais contendo propaganda de jogos de azar, instigue ou induza alguém a jogar, ou de qualquer forma contribua para incentivar ou difundir a prática de jogos de azar, estará sujeita a uma pena de prisão simples, que varia de três meses a um ano, além de uma multa que pode variar de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) a R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

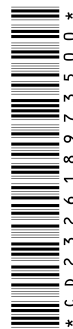
Por fim, temos o apenso PL 4933, de 2023, de autoria da CPI das Pirâmides Financeiras, que estabelece diretrizes para a contratação de influenciadores digitais em anúncios ou propagandas relacionados a ativos virtuais. A lei descreve influenciadores como indivíduos ou entidades com mais de vinte mil seguidores em suas redes sociais, e ativos virtuais são definidos de acordo com o que prevê a Lei nº 14.478, de 2022. Também são estabelecidos conceitos para relações contratuais onerosas e benefícios ou vantagens que os



influenciadores possam obter. O projeto determina que todas as relações contratuais onerosas entre influenciadores e contratantes devem ser divulgadas de forma clara e visível em todas as comunicações do influenciador sobre os produtos ou serviços anunciados, garantindo transparência nas relações de publicidade e promoção. Adicionalmente, O PL 4933/2023 exige que os contratantes de influenciadores para anúncios de ativos virtuais disponibilizem em seus sites a lista de todos os influenciadores contratados nos últimos cinco anos, incluindo aqueles contratados por meio de intermediários. Um contrato escrito deve regular a relação entre o influenciador e seu contratante, detalhando o escopo da publicidade, a obrigação do influenciador de agir com boa-fé, a descrição da remuneração, entre outros aspectos. Além disso, os contratantes são responsáveis por manter os contratos e publicidades relacionadas arquivados por pelo menos cinco anos após o término do contrato. Por fim, a proposição estipula que, se o conteúdo publicitário exigir autorizações ou certificações específicas, é responsabilidade do contratante garantir que os influenciadores possuam as certificações necessárias para a divulgação dos ativos virtuais.

Podemos notar assim, pela descrição dos projetos que compõem o conjunto que relatamos nesta oportunidade, que estamos diante de importantes contribuições para a normatização das atividades de apostas no Brasil. Mais especificamente, destacamos que a regulamentação da publicidade de serviços de apostas e jogos de azar realizada por influenciadores digitais e artistas é de suma relevância, principalmente no ambiente das redes sociais. Esta necessidade surge do impacto significativo que tais figuras públicas têm sobre seus seguidores, influenciando comportamentos e decisões. A regulamentação se faz necessária para proteger o público, especialmente os mais jovens, de serem expostos a conteúdos que promovem atividades potencialmente prejudiciais. Cada um dos projetos analisados traz contribuições valiosas para esta regulamentação, seja por meio da proibição, da legalização sob condições específicas, ou da tipificação penal para a divulgação irresponsável dessas atividades.

Por outro lado, entendemos recomendável que a Comissão de Comunicação realize ajustes pontuais para aprimorar estas proposições. Esses



ajustes incluem a adequação dos termos técnicos, o detalhamento da definição legal de influenciadores digitais e a adaptação das regras às práticas do mercado publicitário, especialmente da publicidade online. Esses ajustes visam garantir que a futura lei seja aplicável e efetiva no contexto atual de consumo de mídia e publicidade, assegurando que as normas sejam claras e adaptadas à realidade do mercado de influência digital.

Também optamos pela exclusão do termo “artistas” da proposição. Consideramos a retirada do termo uma medida prudente, considerando a ampla abrangência e a possível dificuldade na aplicação da lei. O termo “artista” engloba um vasto espectro de profissionais, abarcando desde pintores e músicos até atores e escritores, tornando-se assim demasiadamente genérico para uma aplicação legislativa específica e eficaz. Além disso, existe um risco significativo de tais regulamentações interferirem na liberdade de expressão artística. Isso poderia entrar em conflito com o inciso IX do artigo 5º da Constituição Federal do Brasil, que assegura a liberdade de expressão artística e de comunicação, independentemente de censura ou licença. Portanto, excluir a expressão “artistas” dessas proposições legislativas visa não apenas garantir uma aplicabilidade mais clara e focada da lei, mas também proteger um dos pilares fundamentais da democracia brasileira, que é a liberdade de expressão artística.

Concluimos, portanto, que os projetos de lei apresentados representam um esforço significativo para regular a influência e o alcance dos influenciadores digitais e artistas no que diz respeito à publicidade de jogos de azar e apostas. No entanto, ajustes técnicos e exceções estratégicas são necessários para assegurar que a regulamentação seja eficaz, justa e adaptada à realidade do ambiente digital e às práticas de marketing modernas. A Comissão de Comunicação tem o papel crucial de refinar estas proposições, garantindo que a legislação acompanhe as mudanças rápidas e dinâmicas do mundo digital e da publicidade online. Por isso, optamos pela apresentação de um substitutivo ao PL 3915, de 2023, em que possamos, ao mesmo tempo, acolher os pontos positivos existentes tanto na proposição principal quanto nos seus apensos; e promover os ajustes técnicos necessários para que o texto final seja o mais efetivo possível.



Nosso substitutivo estabelece diretrizes claras e restritivas para a publicidade de jogos de azar não regulamentados na internet, especificamente quando realizada por influenciadores digitais. O substitutivo define "influenciador digital" como pessoa física que usa redes sociais para influenciar o comportamento, opiniões e decisões de seu público e "aplicação de internet de rede social" como plataformas online primariamente destinadas ao compartilhamento de conteúdo e opiniões. O substitutivo veda a veiculação de publicidade de jogos de azar não regulamentados por influenciadores digitais, responsabilizando-os por garantir que seus conteúdos não contenham referências ou incentivos a essas atividades. Além disso, estabelece que a publicidade feita por provedores sediados no exterior seja faturada e reconhecida conforme a legislação brasileira de publicidade.

O substitutivo abrange todos os formatos de publicações em redes sociais, incluindo vídeos, *lives*, *stories* e outras formas de comunicação digital. Determina-se que o conteúdo publicitário deve informar de maneira clara e inequívoca a natureza comercial da publicação, facilitando a identificação imediata do conteúdo pago pelos usuários de redes sociais. Além disso, os provedores de aplicações de internet de redes sociais são obrigados a cooperar com as autoridades na supervisão e remoção de conteúdo em desacordo com a lei, estabelecendo canais para recebimento de denúncias, com previsão de sanções em caso de não remoção do conteúdo notificado dentro do prazo legal.

Incorporamos também previsões estabelecidas nos apensos, em especial no Projeto de Lei 4933/2023, que dizem respeito à relação contratual entre anunciantes e influenciadores. Assim, o substitutivo traz regra que obriga os contratantes de influenciadores digitais a disponibilizarem em seus sites a lista de todos os influenciadores contratados no último ano, incluindo aqueles contratados por meio de intermediários. Essa relação deve ser atualizada mensalmente e estar acessível em uma página específica do site do anunciante. Além disso, estabelece-se que a relação entre influenciador e contratante deve ser regulada por contrato escrito, detalhando o escopo da publicidade, a obrigação do influenciador em relação ao público.



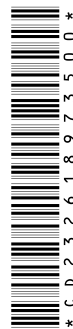
Além disso, o substitutivo compartilha, assim como o Marco Civil da Internet, da preocupação com a proteção de menores. Exatamente por isso, nosso texto proíbe expressamente a divulgação de jogos de azar para esse público e exige que os influenciadores informem sobre os riscos das apostas, alinhando-se assim, acessoriamente, com o compromisso do Marco Civil de salvaguardar os direitos das crianças e adolescentes na esfera digital. A cooperação dos provedores de redes sociais na remoção de conteúdos que infringem a lei é outro ponto de contato com a legislação vigente, com o substitutivo estabelecendo obrigações específicas para esses provedores, em linha com as responsabilidades definidas pelo Marco Civil para a manutenção da integridade e estabilidade da rede. Por fim, a estrutura de sanções em ambos os textos legislativos reforça o compromisso com a regulamentação efetiva do ambiente digital, evidenciando um esforço conjunto para adaptar as práticas de internet às demandas contemporâneas de segurança, transparência e responsabilidade.

Desse modo, ofertamos voto pela **APROVAÇÃO** do Projeto de Lei nº 3915, de 2023, e pela aprovação dos apensos, PL nº 4302, de 2023, PL nº 4394, de 2023 e PL nº 4933, de 2023, na forma do **SUBSTITUTIVO** que a seguir propomos.

Sala da Comissão, em de de 2023.

Deputado FRED LINHARES
Relator

2023-20068



COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.915, DE 2023

Apensados: PL nº 4.302/2023, PL nº 4.394/2023 e PL nº 4.933/2023

Veda a publicidade de jogos de azar não regulamentados em aplicações de internet de redes sociais realizada por influenciadores digitais.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei veda a publicidade de jogos de azar não regulamentados em aplicações de internet de redes sociais realizada por influenciadores digitais.

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

I – influenciador digital: pessoa física que utiliza aplicações de internet de redes sociais para a produção e distribuição de conteúdo, com o objetivo de influenciar o comportamento, opiniões e decisões do seu público, por meio da construção de relações diretas com seus seguidores;

II – aplicação de internet de rede social: aplicação de internet cuja principal finalidade seja o compartilhamento e disseminação, pelos usuários, de criações, opiniões e informações, veiculados por textos ou arquivos de imagens, sonoros ou audiovisuais, em uma única plataforma, por meio de contas conectadas ou acessíveis de forma articulada, permitida a conexão entre usuários;

III – publicidade de influenciador digital: conteúdo veiculado em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro, realizada por influenciador digital por meio de redes sociais.

Art. 3º É vedado aos influenciadores digitais veicular publicidade de jogos de azar não regulamentados.



Art. 4º Os influenciadores digitais são responsáveis por garantir que seus conteúdos não contenham referências ou incentivos a atividades de apostas não regulamentadas.

Parágrafo único. A comercialização de publicidade por provedor sediado no exterior deverá ser faturada, realizada e reconhecida por sua representante no Brasil e conforme a legislação de regência da publicidade brasileira, quando destinada ao mercado nacional.

Art. 5º A responsabilidade mencionada no art. 4º abrange todos os formatos de publicações em aplicações de internet de redes sociais, incluindo vídeos, *lives*, *stories* e outras formas de comunicação com seus seguidores.

Art. 6º O conteúdo publicitário publicado por influenciador digital deve informar de maneira clara e inequívoca a natureza comercial da publicação, em formato que permita que os usuários de redes sociais identifiquem tais conteúdos de maneira fácil e imediata, e incluir informações que permitam identificar a pessoa física ou jurídica que efetua o pagamento.

Art. 7º Os provedores de aplicações de internet de redes sociais devem cooperar com as autoridades na supervisão e remoção de conteúdo veiculado em suas plataformas, em desacordo com as disposições desta lei, mantendo canais para o recebimento de denúncias.

§ 1º Caso sejam notificados e não procedam à remoção do conteúdo no prazo de 3 (três) dias úteis, a contar da data de notificação, estarão sujeitos às sanções desta lei.

§ 2º Após a comprovação da notificação e da inércia no prazo legal estabelecido, o responsável legal pela aplicação de internet no país responderá solidariamente pela disseminação de conteúdo em desacordo com esta Lei.

Art. 8º Em caso de violação desta lei, os influenciadores digitais ou os provedores de aplicações de internet de redes sociais, conforme o caso, estarão sujeitos às seguintes sanções, por meio de ações individuais e/ou coletivas, que podem ser cumuladas ou não, sem prejuízo das de natureza civil ou penal:



I – advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;

II – multa simples ou diária:

a) de até 2% (dois por cento) do faturamento da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou conglomerado no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração, no caso dos provedores de aplicações de internet de redes sociais;

III - suspensão do exercício da atividade de influenciador digital pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período;

Art. 9º É vedada a divulgação, promoção ou endosso de jogos de azar, mesmo que regulamentados, direcionado a menores de idade, visando à garantia de sua proteção integral e à sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento.

Art. 10º Os influenciadores digitais devem informar sobre as consequências negativas associadas a atividades de apostas, como riscos financeiros e de prevenção do transtorno do jogo patológico.

Art. 11. O contratante de influenciadores digitais para a publicidade de influenciador digital de que trata esta Lei deverá disponibilizar, em seu sítio eletrônico, a relação de todos os influenciadores contratados no último ano.

§ 1º A relação prevista no *caput* deverá ser atualizada mensalmente e estar disponível em página específica e de fácil localização.

§ 2º A relação entre o influenciador digital e seu contratante deverá ser disciplinada por escrito, em contrato que deverá conter, no mínimo:

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;



§ 3º Os contratantes devem armazenar por, no mínimo, um ano, 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 desta Lei.

Art. 12. O governo federal incentivará campanhas de conscientização sobre os riscos e impactos das atividades de apostas, em colaboração com instituições educacionais e profissionais de saúde.

Art. 13. Esta lei entrará em vigor na data da sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2023.

Deputado FRED LINHARES
Relator

2023-20068





CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 3.915, DE 2023

III - PARECER DA COMISSÃO

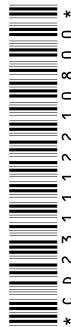
A Comissão de Comunicação, em reunião extraordinária realizada hoje, mediante votação ocorrida por processo simbólico, opinou pela aprovação do Projeto de Lei nº 3.915/2023, do PL 4302/2023, do PL 4394/2023, e do PL 4933/2023, apensados, com Substitutivo, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Fred Linhares.

Registraram presença à reunião os seguintes membros:

Amaro Neto - Presidente, Simone Marquette e Bibi Nunes - Vice-Presidentes, Amália Barros, André Figueiredo, Cezinha de Madureira, David Soares, Delegado Fabio Costa, Denise Pessoa, Fábio Teruel, Fernando Coelho Filho, Fred Linhares, Jadyel Alencar, Julia Zanatta, Luiza Erundina, Mario Frias, Mauricio do Vôlei, Mauricio Marcon, Rodrigo Estacho, Romero Rodrigues, Silvyne Alves, Filipe Martins, Franciane Bayer, Juliana Cardoso, Lucas Ramos e Ricardo Ayres.

Sala da Comissão, em 6 de dezembro de 2023.

Deputado AMARO NETO
Presidente





CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

SUBSTITUTIVO ADOTADO AO PROJETO DE LEI Nº 3.915, DE 2023
Apensados: PL 4302/2023, PL 4394/2023 e PL 4933/2023

Apresentação: 06/12/2023 16:28:29.210 - CCOM
SBT-A 1 CCOM => PL 3915/2023

SBT-A n.1

Veda a publicidade de jogos de azar não regulamentados em aplicações de internet de redes sociais realizada por influenciadores digitais.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei veda a publicidade de jogos de azar não regulamentados em aplicações de internet de redes sociais realizada por influenciadores digitais.

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

I – influenciador digital: pessoa física que utiliza aplicações de internet de redes sociais para a produção e distribuição de conteúdo, com o objetivo de influenciar o comportamento, opiniões e decisões do seu público, por meio da construção de relações diretas com seus seguidores;

II – aplicação de internet de rede social: aplicação de internet cuja principal finalidade seja o compartilhamento e disseminação, pelos usuários, de criações, opiniões e informações, veiculados por textos ou arquivos de imagens, sonoros ou audiovisuais, em uma única plataforma, por meio de contas conectadas ou acessíveis de forma articulada, permitida a conexão entre usuários;

III – publicidade de influenciador digital: conteúdo veiculado em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro, realizada por influenciador digital por meio de redes sociais.

Art. 3º É vedado aos influenciadores digitais veicular publicidade de jogos de azar não regulamentados.

Art. 4º Os influenciadores digitais são responsáveis por garantir que seus conteúdos não contenham referências ou incentivos a atividades de apostas não regulamentadas.



* C D 2 3 0 5 8 3 8 6 1 0 0 0 *



Palácio dos Três Poderes, Câmara dos Deputados, Anexo II, Térreo, Ala A, Sala 178 - CEP 70160-900 - Brasília/DF
Telefones: (61) 3216-6592/6598 | ccom.decom@camara.leg.br



CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

Parágrafo único. A comercialização de publicidade por provedor sediado no exterior deverá ser faturada, realizada e reconhecida por sua representante no Brasil e conforme a legislação de regência da publicidade brasileira, quando destinada ao mercado nacional.

Art. 5º A responsabilidade mencionada no art. 4º abrange todos os formatos de publicações em aplicações de internet de redes sociais, incluindo vídeos, lives, stories e outras formas de comunicação com seus seguidores.

Art. 6º O conteúdo publicitário publicado por influenciador digital deve informar de maneira clara e inequívoca a natureza comercial da publicação, em formato que permita que os usuários de redes sociais identifiquem tais conteúdos de maneira fácil e imediata, e incluir informações que permitam identificar a pessoa física ou jurídica que efetua o pagamento.

Art. 7º Os provedores de aplicações de internet de redes sociais devem cooperar com as autoridades na supervisão e remoção de conteúdo veiculado em suas plataformas, em desacordo com as disposições desta lei, mantendo canais para o recebimento de denúncias.

§ 1º Caso sejam notificados e não procedam à remoção do conteúdo no prazo de 3 (três) dias úteis, a contar da data de notificação, estarão sujeitos às sanções desta lei.

§ 2º Após a comprovação da notificação e da inércia no prazo legal estabelecido, o responsável legal pela aplicação de internet no país responderá solidariamente pela disseminação de conteúdo em desacordo com esta Lei.

Art. 8º Em caso de violação desta lei, os influenciadores digitais ou os provedores de aplicações de internet de redes sociais, conforme o caso, estarão sujeitos às seguintes sanções, por meio de ações individuais e/ou coletivas, que podem ser cumuladas ou não, sem prejuízo das de natureza civil ou penal:

I – advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;

II – multa simples ou diária:

a) de até 2% (dois por cento) do faturamento da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou conglomerado no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração, no caso dos provedores de aplicações de internet de redes sociais;





CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

III - suspensão do exercício da atividade de influenciador digital pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período;

Art. 9º É vedada a divulgação, promoção ou endosso de jogos de azar, mesmo que regulamentados, direcionado a menores de idade, visando à garantia de sua proteção integral e à sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento.

Art. 10º Os influenciadores digitais devem informar sobre as consequências negativas associadas a atividades de apostas, como riscos financeiros e de prevenção do transtorno do jogo patológico.

Art. 11. O contratante de influenciadores digitais para a publicidade de influenciador digital de que trata esta Lei deverá disponibilizar, em seu sítio eletrônico, a relação de todos os influenciadores contratados no último ano.

§ 1º A relação prevista no caput deverá ser atualizada mensalmente e estar disponível em página específica e de fácil localização.

§ 2º A relação entre o influenciador digital e seu contratante deverá ser disciplinada por escrito, em contrato que deverá conter, no mínimo:

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;

§ 3º Os contratantes devem armazenar por, no mínimo, um ano, 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 desta Lei.

Art. 12. O governo federal incentivará campanhas de conscientização sobre os riscos e impactos das atividades de apostas, em colaboração com instituições educacionais e profissionais de saúde.

Art. 13. Esta lei entrará em vigor na data da sua publicação.

Sala da Comissão, em 6 de dezembro de 2023.

Deputado **Amaro Neto**
Presidente



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinaturas.camara.leg.br/CD230583861000>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Amaro Neto

