



CÂMARA DOS DEPUTADOS

**COMISSÃO DE PREVIDÊNCIA, ASSISTÊNCIA SOCIAL,
INFÂNCIA, ADOLESCÊNCIA E FAMÍLIA**

**SUBSTITUTIVO ADOTADO
AO PROJETO DE LEI Nº 3.444, DE 2023**

Define a atividade de influência em meio eletrônico, bem como altera a Lei 8.069, de 13 de julho de 1990, para atribuir às autoridades judiciárias a competência de autorizar ou disciplinar a divulgação lucrativa de conteúdos digitais por crianças e adolescentes, além de estabelecer regras relativas ao agenciamento e à responsabilidade de influenciadores digitais.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei define a atividade de influência em meio eletrônico, bem como altera a Lei 8.069, de 13 de julho de 1990, para atribuir às autoridades judiciárias a competência de autorizar ou disciplinar a divulgação lucrativa de conteúdos digitais por crianças e adolescentes, além de estabelecer regras relativas ao agenciamento e à responsabilidade de influenciadores digitais.

Art. 2º Considera-se influenciadora toda pessoa física ou jurídica que, a título oneroso, utiliza sua reputação para comunicar ao público, por meio eletrônico, conteúdo patrocinado ou promocional com o intuito de promover, direta ou indiretamente, produtos, marcas, serviços ou causas.



Art. 3º O art. 149 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 149.
.....

II
.....

c) disponibilização de conteúdos sonoros, visuais ou audiovisuais junto a aplicações de internet com o objetivo de obtenção direta ou indireta de lucros.

.....
§ 1º-A Na hipótese da alínea c do inciso II do *caput* deste artigo, a autoridade judiciária levará em conta, também:

- a) a natureza do conteúdo a ser disponibilizado;
 - b) os horários e a duração das atividades de produção e disponibilização dos conteúdos;
 - c) os riscos, inclusive psicológicos, associados à divulgação de conteúdos;
 - d) a compatibilidade das atividades em relação à regular frequência escolar;
 - e) a gestão da renda direta ou indireta associada à atividade.
-" (NR)

Art. 4º Os influenciadores são responsáveis pela veracidade das informações divulgadas em suas publicações, sendo proibida a divulgação de informações enganosas, falsas ou que possam induzir os consumidores a erro.

Parágrafo único. Os influenciadores ficam submetidos às normas de propaganda comercial vigentes, em particular aquelas previstas na Lei 4.680, de 18 de junho de 1965; na Lei 8.079, de 11 de setembro de 1990; no Decreto-Lei 986, de 21 de outubro de 1969; na Lei 9.294, de 15 de julho de



1996; na Lei 11.256, de 3 de janeiro de 2006; e na Lei 6.437, de 20 de agosto de 1977.

Art. 5º A publicação por influenciadores de conteúdo destinado a promover bens, serviços ou causas será informada de forma transparente e inequívoca, por meio da inscrição “publicidade” ou “conteúdo patrocinado” sobre a foto ou vídeo, ao longo de toda sua transmissão.

Parágrafo único. A ausência da informação mencionada no *caput* deste artigo é considerada propaganda enganosa e abusiva, punível nos termos do art. 67 da Lei 8.079, de 11 de setembro de 1990.

Art. 6º As imagens ou vídeos compartilhados por influenciadores deverão observar às seguintes regras:

I - qualquer modificação ou tratamento de imagem ou vídeo destinado a alterar a forma, o tamanho ou a pele de um corpo deverá conter a inscrição “imagem editada”;

II - imagens realizadas com uso de inteligência artificial deverão conter a inscrição “imagem virtual”.

§1º As inscrições mencionadas nos incisos I e II deverão estar visíveis de forma clara e legível, sobre a imagem ou vídeo, ao longo de toda sua transmissão.

§2º A inobservância das disposições do presente artigo constitui crime punível com detenção de seis meses a dois anos e multa.

Art. 7º Os agentes de influenciadores, entendidos como pessoas físicas ou jurídicas que exercem atividade remunerada de representação de influenciadores comerciais junto a outras pessoas físicas ou jurídicas, adotarão todas as medidas necessárias para garantir o cumprimento desta Lei.

Art. 8º O contrato celebrado entre um influenciador e um agente, conforme definição do art. 7º desta Lei, deverá conter, no mínimo, a identidade das partes e país de residência, remuneração, inclusive *in natura*, e direitos de propriedade intelectual.



Parágrafo único. O influenciador e o agente respondem solidariamente pelos danos causados a terceiros na execução do contrato de influência que os vincula.

Art. 9º Os provedores, entendidos para os fins desta Lei como aplicações de internet de redes sociais, ferramentas de busca ou mensageria instantânea, deverão implementar mecanismos de notificação de conteúdo ilícito e disponibilizar relatórios públicos sobre suas atividades de moderação.

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará a presente Lei no que for necessário à sua execução.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, 20 de agosto de 2025

Deputado **RUY CARNEIRO**
Presidente

