

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2026.
(Do Sr. Rubens Pereira Júnior)

Dispõe sobre o dever de transparência na comunicação digital patrocinada, estabelece a responsabilidade civil solidária e administrativa de influenciadores digitais, agências e contratantes pela disseminação de desinformação coordenada, e tipifica o crime de estelionato informacional.

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E DAS DEFINIÇÕES

Art. 1º Esta Lei institui a Lei de Transparência e Responsabilidade na Influência Digital, estabelecendo normas sobre o dever de transparência na comunicação digital patrocinada e dispendo sobre a responsabilidade civil e administrativa de influenciadores digitais, agências e contratantes.

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

I – Influenciador Digital: pessoa física ou jurídica que, valendo-se de plataformas digitais ou redes sociais, detenha capacidade de mobilização de audiência ou número de seguidores superior ao estabelecido em regulamento, exercendo atividade de criação, curadoria ou disseminação de conteúdo, com ou sem finalidade lucrativa direta;

II – Narrativa Coordenada: a disseminação articulada e simultânea de conteúdos idênticos ou semanticamente convergentes por uma pluralidade de perfis ou contas em redes sociais, mediante ação humana ou automatizada, com o objetivo de criar tendências artificiais, manipular o debate público ou simular apoio popular massivo;



III – Conteúdo Patrocinado Não Identificado: toda mensagem, publicação, vídeo ou áudio veiculado em meio digital mediante contrapartida financeira, econômica ou de qualquer natureza, sem a devida e ostensiva sinalização de sua natureza publicitária ou comercial ao destinatário final.

CAPÍTULO II

DA TRANSPARÊNCIA NA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Art. 3º É obrigatória a sinalização ostensiva, inequívoca e imediata da natureza comercial ou patrocinada de qualquer conteúdo veiculado por influenciadores digitais mediante remuneração ou vantagem de qualquer espécie.

§ 1º O dever de transparência previsto no caput estende-se a conteúdos de natureza ideológica, política ou institucional, quando impulsionados ou contratados por terceiros.

§ 2º A identificação deve ser realizada por meio de recursos visuais ou auditivos claros, utilizando-se expressões padronizadas como "publicidade", "patrocínio" ou "conteúdo pago", sendo vedado o uso de termos ambíguos ou de difícil compreensão.

Art. 4º São nulas de pleno direito as cláusulas contratuais, inclusive em acordos de confidencialidade (NDAs), que visem ocultar a relação comercial entre o contratante e o influenciador ou que impeçam a revelação da natureza patrocinada do conteúdo.

CAPÍTULO III

DA RESPONSABILIDADE CIVIL

Art. 5º Incumbe aos influenciadores digitais, às agências de publicidade e aos contratantes o dever de cuidado na verificação da veracidade das informações veiculadas em conteúdos patrocinados.

Art. 6º O contratante, a agência de publicidade e o influenciador digital respondem solidariamente, nos termos do art. 942 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), pela reparação dos danos materiais e morais, individuais ou



coletivos, decorrentes da disseminação de desinformação ou conteúdo fraudulento em campanhas pagas.

Parágrafo único. A responsabilidade solidária prevista no caput aplica-se independentemente da existência de culpa do influenciador, quando comprovada a participação em narrativa coordenada visando a manipulação da opinião pública.

CAPÍTULO IV DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 7º Sem prejuízo das sanções de natureza civil e penal, o descumprimento das normas estabelecidas nesta Lei sujeita os infratores às seguintes sanções administrativas:

- I – advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;
- II – multa simples ou diária;
- III – suspensão temporária de perfis ou contas em redes sociais;
- IV – proibição de contratar com a Administração Pública pelo prazo de até 5 (cinco) anos.

§ 1º A multa prevista no inciso II será fixada entre 0,1% (um décimo por cento) e 20% (vinte por cento) do faturamento bruto da pessoa jurídica ou dos rendimentos da pessoa física no último exercício, excluídos os tributos.

§ 2º A sanção de suspensão de perfis será aplicada nos casos de reincidência ou de grave violação que resulte em dano coletivo, devendo ser efetivada pelas plataformas digitais mediante ordem da autoridade competente.

CAPÍTULO V DAS ALTERAÇÕES AO CÓDIGO PENAL

Art. 8º O Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal), passa a vigorar acrescido do seguinte art. 171-A:

"Estelionato Informacional

Art. 171-A. Obter, para si ou para outrem, vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo a opinião pública em erro mediante a veiculação de conteúdo pago dissimulado, valendo-se de informações falsas ou enganosas:



Pena – reclusão, de 1 (um) a 5 (cinco) anos, e multa.

Parágrafo único. A pena aumenta-se de um terço à metade se o crime é cometido por meio de redes sociais ou com o uso de sistemas automatizados de propagação."

Art. 9º O art. 288 do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal), passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

"Art. 288.

.....

Parágrafo único. A pena aumenta-se até a metade se a associação criminosa é constituída sob a forma de milícia digital ou rede coordenada de perfis para a disseminação em massa de desinformação ou discurso de ódio." (NR)

CAPÍTULO VI

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 10. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 11. Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A ascensão da economia da atenção gerou o fenômeno da 'Uberização da Opinião', onde a credibilidade pessoal é monetizada para simular apoio espontâneo a narrativas fabricadas ('astroturfing'). Essa prática, quando voltada a desestabilizar instituições democráticas ou manipular o mercado financeiro, transcende a publicidade enganosa e adentra a esfera da segurança institucional.

Atualmente, vigora uma assimetria perigosa: agências e contratantes utilizam cláusulas de confidencialidade (NDAs) com multas exorbitantes para ocultar o caráter comercial de ataques reputacionais, impedindo o escrutínio público. A proposta busca sanar esse vácuo, fundamentando-se no princípio da transparência radical e na vedação ao anonimato (art. 5º, IV, CF). Não se trata



de cercear a liberdade de expressão, mas de garantir o 'direito à verdade' do cidadão, que deve saber quando uma opinião técnica ou política foi comprada.

Ademais, a medida alinha-se aos recentes precedentes do STF (Inq. 4.781), que afastam a proteção constitucional de discursos criminosos financiados. A tipificação penal e a responsabilidade solidária são instrumentos necessários para desincentivar a indústria da desinformação mercenária, assegurando que a liberdade econômica não sirva de salvo-conduto para a sabotagem da fé pública.

Sala das Sessões, 02 de fevereiro de 2026.

RUBENS PEREIRA JÚNIOR

Deputado Federal

