



CÂMARA DOS DEPUTADOS

# PROJETO DE LEI N.º 5.436, DE 2025

(Da Sra. Roberta Roma)

Dispõe sobre o exercício da atividade profissional de influenciador digital e blogueiro, estabelece direitos e deveres, normas de transparência e publicidade digital, e dá outras providências.

**DESPACHO:**

APENSE-SE À(AO) PL-1282/2022.

**APRECIAÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

## PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

# PROJETO DE LEI Nº , DE 2025

(Da Sra. ROBERTA ROMA)

*"Dispõe sobre o exercício da atividade profissional de influenciador digital e blogueiro, estabelece direitos e deveres, normas de transparência e publicidade digital, e dá outras providências".*

## O CONGRESSO NACIONAL decreta:

### I - CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS

**Art. 1º** Esta Lei dispõe sobre o exercício da atividade profissional de influenciador digital e de blogueiro, reconhecendo-a como categoria profissional e assegurando direitos, deveres, segurança jurídica e normas de transparência nas relações digitais e comerciais.

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

- **blogueiro:** a pessoa física ou jurídica que administra, produz ou publica conteúdo próprio em plataformas digitais com caráter informativo, opinativo, educativo, artístico ou de entretenimento;
- **influenciador digital:** a pessoa física ou jurídica que, de forma contínua e profissional, produz conteúdo e exerce influência sobre determinado público em redes sociais, canais ou demais meios digitais;
- **conteúdo patrocinado:** toda forma de publicação que envolva compensação financeira, benefício material, permuta ou vantagem indireta de terceiros, em razão de exposição, divulgação ou promoção de bens, serviços, ideias ou marcas.

### II - CAPÍTULO II – DO EXERCÍCIO DA PROFISSÃO

**Art. 3º** O exercício da atividade de influenciador digital e de blogueiro é livre em todo o território nacional, observadas as disposições desta Lei e as demais normas aplicáveis.

**Art. 4º** A atividade poderá ser exercida:

- como autônomo, mediante inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) e formalização como Microempreendedor Individual (MEI), quando aplicável;
- como empregado, mediante contrato de trabalho firmado com agência, empresa ou plataforma;



\* C D 2 5 4 1 2 2 7 0 2 1 0 0 \*

- como pessoa jurídica, por meio de empresa constituída para a produção, gestão ou monetização de conteúdo digital.

### III - CAPÍTULO III – DOS DIREITOS PROFISSIONAIS

**Art. 5º** São reconhecidos aos influenciadores digitais e blogueiros os seguintes direitos:

- reconhecimento da profissão para fins de enquadramento em regimes previdenciários e tributários;
- contribuição à Previdência Social como contribuinte individual ou na forma do MEI; proteção autoral sobre o conteúdo produzido, conforme a Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998;
- direito à remuneração justa por campanhas publicitárias, parcerias comerciais e demais contratos de colaboração;
- possibilidade de rescisão contratual motivada por descumprimento de cláusulas éticas, sem prejuízo dos valores já devidos;
- proteção ao direito de imagem, voz e identidade digital, inclusive quanto à reprodução, licenciamento e uso comercial;
- acesso a linhas de crédito, programas de incentivo cultural, tecnológico e de empreendedorismo voltados à economia digital.

### IV - CAPÍTULO IV – DOS DEVERES PROFISSIONAIS

**Art. 6º** Constituem deveres dos influenciadores digitais e blogueiros:

- zelar pela veracidade, ética e responsabilidade social na comunicação;
- respeitar a privacidade, a honra, a imagem e os direitos de terceiros;
- observar as normas de publicidade e consumo, com identificação clara e ostensiva de conteúdos patrocinados;
- evitar a disseminação de desinformação e práticas fraudulentas;
- respeitar as regras de proteção à infância, à adolescência e às minorias, conforme legislação vigente.

### V - CAPÍTULO V – DA PUBLICIDADE E TRANSPARÊNCIA DIGITAL

**Art. 7º** Todo conteúdo publicitário, patrocinado ou promovido mediante vantagem econômica ou material deverá ser identificado de forma clara e visível pelo influenciador, mediante o uso de expressões como #publi, #publicidade, #parceria ou equivalentes.

**Art. 8º** É vedada a veiculação de:

- publicidade disfarçada, oculta ou que possa induzir o público a erro quanto à sua natureza comercial;



\* C D 2 5 4 1 2 2 7 0 2 1 0 0 \*

- anúncios de produtos ou serviços ilícitos, enganosos ou potencialmente prejudiciais à saúde, segurança ou direitos do consumidor.

## VI - CAPÍTULO VI – DAS PENALIDADES

**Art. 9º** O descumprimento das disposições desta Lei sujeitará o infrator, conforme a gravidade da infração e o devido processo legal, às seguintes penalidades:

- advertência;
- multa de 1 (um) a 100 (cem) salários mínimos; suspensão temporária de parcerias comerciais ou contratos publicitários;
- bloqueio ou retirada de conteúdo, mediante decisão judicial, em casos graves ou reincidentes.

Parágrafo único. A aplicação das penalidades observará o contraditório e a ampla defesa.

## VII - CAPÍTULO VII – DISPOSIÇÕES FINAIS

**Art. 10.** O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de até 180 (cento e oitenta) dias, podendo instituir o **Cadastro Nacional de Influenciadores Digitais (CNID)**, de caráter voluntário e declaratório, destinado à promoção de boas práticas, ética e transparéncia digital.

**Art. 11.** Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a data de sua publicação.

### JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei tem por objetivo reconhecer e regulamentar a profissão de **influenciador digital e blogueiro**, categoria que se consolidou como um dos principais vetores da economia criativa, da comunicação contemporânea e da transformação digital no Brasil.

Milhares de brasileiros têm nessa atividade sua principal fonte de renda, produzindo conteúdo informativo, educativo, cultural e comercial. Contudo, a ausência de um marco legal específico deixa esses profissionais desamparados em relação a direitos previdenciários, segurança contratual e reconhecimento formal.

A proposta busca **garantir dignidade e segurança jurídica à categoria**, inspirando-se em boas práticas internacionais, especialmente as diretrizes da União Europeia sobre transparéncia e publicidade digital, sem comprometer a liberdade de expressão nem o pluralismo das redes.

Ao reconhecer a atividade como profissão, o projeto viabiliza:

- o enquadramento previdenciário e tributário adequado;
- o acesso a linhas de crédito e incentivos culturais e tecnológicos;



\* C D 2 5 4 1 2 2 7 0 2 1 0 0 \*

- a proteção autoral e de imagem;
- e a promoção de práticas éticas e transparentes nas relações entre influenciadores, marcas e consumidores.

Trata-se, portanto, de **um marco de cidadania e responsabilidade digital**, que reconhece os influenciadores como agentes culturais, comunicacionais e econômicos fundamentais para o Brasil contemporâneo.

Sala das Sessões, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

Deputada ROBERTA ROMA



\* C D 2 2 5 4 1 2 2 2 7 0 2 1 0 0 \*



## CÂMARA DOS DEPUTADOS

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

**LEI N° 9.610, DE 19 DE  
FEVEREIRO DE 1998**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199802-19;9610>

**FIM DO DOCUMENTO**