

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

Apresentação: 04/03/2026 17:50:23.357 - CCOM
PRL 1 CCOM => PL 2134/2021
PRL n.1

PROJETO DE LEI Nº 2.134, DE 2021

Dispõe sobre transparência, eficiência e neutralidade concorrencial relativas à disponibilização e contratação de espaço virtual para exposição de anúncios na internet e dá outras providências.

Autor: Deputado ALCEU MOREIRA

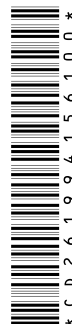
Relator: Deputado ALEX MANENTE

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 2.134, de 2021, de autoria do nobre deputado Alceu Moreira, foi apresentado em 10 de junho de 2021 e tramita nesta Casa desde então.

A proposição estabelece deveres e procedimentos tributários para pessoas jurídicas que atuam no mercado de publicidade digital, com o objetivo de assegurar maior transparência, eficiência e neutralidade concorrencial ao setor.

As pessoas jurídicas que geram tráfego e os denominados "impulsionadores de publicidade", segundo seu texto, seriam obrigados a fornecer dados sobre anúncios



veiculados, métricas de alcance e outras informações relevantes à Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil (RFB).

Prevê-se, também, a realização de auditorias independentes sobre as metodologias de métricas utilizadas pelas plataformas digitais, constando ainda dispositivos sobre compartilhamento de dados com "outras partes contratadas" e tratamento diferenciado conforme o regime tributário adotado pela empresa.

O projeto foi encaminhado para avaliação inicial desta Comissão de Comunicação, e posteriormente será analisado pela Comissão de Finanças e Tributação (mérito e art. 54 do Regimento Interno) e Constituição e Justiça e de Cidadania (art. 54 do Regimento Interno).

É o Relatório.

II – VOTO

A regulação do ambiente digital, especialmente das plataformas tecnológicas, constitui desafio contemporâneo essencial para preservação da concorrência, da inovação e dos direitos de usuários e anunciantes. Reconhece-se a legitimidade e a relevância do objetivo público perseguido pelo autor da nobre proposição, que busca promover maior transparência e equilíbrio concorrencial na economia digital.

Contudo, uma análise técnica detida demonstra que a redação atual apresenta vícios estruturais que comprometem a eficácia da norma e podem gerar consequências contrárias aos objetivos pretendidos.

A amplitude conceitual dos termos "impulsionador de publicidade" e "pessoas jurídicas que gerem tráfego" pode alcançar agentes econômicos absolutamente distintos, desde grandes plataformas globais até microempreendedores individuais (MEI), pequenos influenciadores digitais e provedores de infraestrutura, gerando grave insegurança regulatória que dificultaria o cumprimento das obrigações e a sua fiscalização. A experiência regulatória internacional demonstra a necessidade de estabelecer critérios objetivos e mensuráveis, tais como limiares de receita publicitária anual, número de usuários ativos mensais ou volume de anúncios veiculados, precisão técnica de que o projeto carece.



A atribuição à RFB de competências relacionadas à regulação concorrencial e à proteção de dados conflita com as atribuições do Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) e da ANPD (Agência Nacional de Proteção de Dados), sobreposição que tende a produzir insegurança procedimental e conflito institucional prejudicial à efetividade da fiscalização. A indeterminação quanto ao compartilhamento de "dados necessários" com "outra parte contratada" representa risco concreto de exposição de segredos de negócio e informações estratégicas sem salvaguardas apropriadas, questão que se reveste de especial gravidade em contexto de crescente preocupação com proteção de dados pessoais e privacidade.

A exigência de auditoria independente, sem considerar o porte e o risco do agente econômico, impõe custos que penalizam desproporcionalmente empresas menores, efeito que contraria frontalmente o objetivo de neutralidade concorrencial e favorece paradoxalmente a concentração em grandes plataformas. Já o tratamento diferenciado baseado exclusivamente no regime tributário, dispensando obrigações para empresas no lucro real enquanto as mantém para contribuintes do lucro presumido e do Simples Nacional, cria condições artificiais no mercado e suscita questionamentos quanto à conformidade com o princípio constitucional da isonomia tributária.

A assimetria regulatória entre publicidade digital e tradicional estabelece distorção competitiva injustificada, quando a neutralidade regulatória exige tratamento isonômico entre diferentes formatos de mídia, ressalvadas as especificidades técnicas que justifiquem tratamento diferenciado. A conjugação desses fatores - conceitos vagos, custos de auditoria, exigências amplas de dados e conflito de competências - cria ambiente regulatório oneroso e imprevisível que tende a gerar desincentivo à inovação, à entrada de novos atores e ao investimento em soluções digitais desenvolvidas no Brasil, agravando a concentração de mercado em plataformas estrangeiras.

A regulação da publicidade digital constitui pauta necessária, mas sua eficácia depende de redação técnica precisa, distribuição adequada de competências entre órgãos especializados e salvaguardas proporcionais que preservem o ambiente de inovação e a competitividade do mercado brasileiro.



Diante das graves imprecisões conceituais, dos riscos de conflito institucional, do potencial impacto desproporcional sobre pequenas e médias empresas, da violação ao princípio da isonomia tributária e dos prejuízos ao ambiente de inovação digital no Brasil, o voto é pela **rejeição do Projeto de Lei nº 2.134, de 2021**.

Sala das Comissões, em de março de 2026.

Deputado Alex Manente
Relator

