



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 6.396, DE 2025

(Da Sra. Erika Hilton)

Dispõe sobre a proibição de monetização e publicidade de conteúdos digitais com teor misógino, discriminatório e desinformativo sobre as questões de gênero, incluindo os que promovem a ideologia de supremacia masculina conhecida como “redpill”, e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 - Marco Civil da Internet.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL 6194/2025.

APRECIÇÃO:

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

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

PROJETO DE LEI Nº ___, de 2025
(da Sra. ERIKA HILTON)

Dispõe sobre a proibição de monetização e publicidade de conteúdos digitais com teor misógino, discriminatório e desinformativo sobre as questões de gênero, incluindo os que promovem a ideologia de supremacia masculina conhecida como “redpill”, e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 - Marco Civil da Internet.

O Congresso Nacional **DECRETA**:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a proibição de provedor de aplicação de internet de monetização e publicidade, direta ou indireta, de vídeos, transmissões ao vivo, imagens, áudios, ou quaisquer conteúdos digitais com teor misógino, discriminatório e desinformativo sobre as questões de gênero, incluindo os que promovem a ideologia de supremacia masculina conhecida como “redpill”.

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

I – monetização: toda e qualquer forma de remuneração financeira direta ou indireta proveniente da publicação, transmissão, disponibilização ou divulgação de conteúdos digitais, incluindo receita por visualizações, assinaturas, doações, patrocínios, publicidade ou venda de produtos e serviços vinculados;

II – misoginia: refere-se ao ódio, desprezo, aversão e controle contra mulheres, que se expressa de múltiplas formas, incluindo violências físicas, psicológicas e simbólicas que têm por objetivo manter as hierarquias de gênero;



III - desinformação de gênero: a disseminação de informações falsas, manipuladas ou amplificadas, especialmente em ambientes digitais, que visam atacar, prejudicar ou causar danos a qualquer pessoa com base em seu gênero, de modo a reforçar estereótipos e preconceitos contra mulheres, com objetivo de causar dano e dissuadir ativamente a participação feminina na esfera política, enfraquecendo instituições democráticas e contribuindo com contextos de desigualdade; e

IV - ideologia “redpill”: ideologias misóginas, antifeministas e de supremacia masculina, com o objetivo de desumanizar, atacar e controlar mulheres, e que se manifestam por meio de conteúdos digitais com teor discriminatório e desinformativo.

Art. 3º A proibição de monetização e publicidade de conteúdos digitais com teor misógino, discriminatório e desinformativo sobre as questões de gênero de que trata esta Lei tem como objetivos:

I - assegurar a função social e o dever de cuidado dos provedores de aplicação, que orientam seus termos de uso para evitar ou minimizar o uso de seus serviços para promoção de misoginia, violência política de gênero e violência psicológica contra a mulher com o uso de Inteligência Artificial;

II - reduzir a disseminação de conteúdo misógino, de modo que os provedores de aplicação e as plataformas possam contribuir na mitigação da circulação de discurso de ódio contra mulheres, por meio de orientação aos usuários para fontes confiáveis, promovendo vídeos e canais que respeitem as políticas de conteúdo e ofereçam informações de qualidade;

III - aprimorar e garantir a aplicação das políticas e diretrizes de conteúdo de combate à circulação de discursos de ódio contra grupos minorizados e promoção de racismo, homofobia, ideologias nazistas, fascistas ou odiosas contra uma pessoa ou grupo por preconceito de origem, raça, sexo, cor, idade, religião e quaisquer outras formas de discriminação;



IV - aperfeiçoar mecanismos de transparência e acesso a dados dos provedores de aplicação, sobretudo em relação a suas iniciativas de moderação e a detalhamento sobre publicidade e monetização de conteúdos digitais;

V - desenvolver políticas públicas de conscientização e combate à misoginia em plataformas digitais, com atenção especial ao público masculino jovem.

Art. 4º A Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar acrescida dos seguintes artigos:

“21-A. É vedado ao provedor de aplicação de internet a monetização e disponibilização dos serviços de publicidade para veiculação de fato notoriamente inverídico, discriminatório, desinformativo sobre as questões de gênero ou com teor misógino, incluindo a promoção da ideologia de supremacia masculina conhecida como “redpill”, abrangendo a comercialização e qualquer modalidade de impulsionamento de conteúdo, inclusive sob a forma de priorização de resultado de busca.

§ 1º A vedação de que trata o *caput* trata-se de monetização e publicidade, direta ou indireta, de vídeos, transmissões ao vivo, imagens, áudios, ou quaisquer conteúdos digitais.

§ 2º O não cumprimento do disposto no *caput* sujeitará os provedores de aplicação de internet ao pagamento de multa, conforme legislação específica, sem prejuízo de aplicação de outras medidas cabíveis quanto à irregularidade da propaganda e à ilicitude do conteúdo.

§ 3º O provedor de aplicação, que detectar conteúdo notoriamente inverídico, discriminatório, desinformativo sobre as questões de gênero ou com teor misógino de que trata o *caput* ou for notificado de sua circulação pelas pessoas usuárias, deverá adotar providências imediatas e eficazes para fazer cessar o impulsionamento, a monetização e o acesso



ao conteúdo e promoverá a apuração interna do fato e de perfis e contas envolvidos para impedir nova circulação do conteúdo e inibir comportamentos ilícitos, nos termos da Lei nº 13.642, de 3 de abril de 2018, inclusive pela indisponibilização de serviço de impulsionamento, publicidade ou monetização.

Art. 21-B. Os provedores de aplicação serão solidariamente responsáveis, civil e administrativamente, quando não promoverem a indisponibilização imediata de conteúdos e contas, nos seguintes casos de risco:

I – de divulgação ou compartilhamento de fatos notoriamente inverídico, discriminatório, desinformativo sobre as questões de gênero ou com teor misógino, incluindo a promoção da ideologia de supremacia masculina conhecida como “redpill”, inclusive quando caracterizar violência política contra a mulher, nos termos da Lei nº 14.192, de 4 de agosto de 2021;

II – de comportamento ou discurso de ódio, inclusive promoção de racismo, homofobia, ideologias nazistas, fascistas ou odiosas contra uma pessoa ou grupo por preconceito de origem, raça, sexo, cor, idade, religião e quaisquer outras formas de discriminação, inclusive nos termos da Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989; e

III - de divulgação ou compartilhamento de conteúdo fabricado ou manipulado, parcial ou integralmente, por tecnologias digitais, incluindo inteligência artificial ou de qualquer outro recurso tecnológico que altere imagem ou som da vítima;

Art. 21-C. É dever do provedor de aplicação de internet a adoção e a publicização de medidas para impedir ou diminuir a circulação de fatos notoriamente inverídicos, discriminatório, desinformativo sobre as



questões de gênero ou com teor misógino, ou que promovam a ideologia de supremacia masculina conhecida como “redpill”, que possam atingir a integridade das mulheres, incluindo:

I - a elaboração e a aplicação de termos de uso e de políticas de conteúdo compatíveis com o objetivo de evitar ou minimizar o uso de seus serviços para promoção de misoginia, violência política de gênero e violência psicológica contra a mulher com o uso de Inteligência Artificial;

II - a implementação de instrumentos eficazes de notificação e de canais de denúncia, acessíveis às pessoas usuárias e a instituições e entidades públicas e privadas;

III – o planejamento e a execução de ações corretivas e preventivas à violência contra a mulher no ambiente digital, incluindo o aprimoramento dos sistemas de recomendação de conteúdo de vídeos, transmissões ao vivo, imagens, áudios, ou quaisquer conteúdos digitais, de modo transparente e que demonstre os resultados alcançados; e

IV - a elaboração de avaliação de impacto e implementação das medidas preventivas em conteúdos digitais com teor misógino, discriminatório e desinformativo sobre as questões de gênero, a fim de implementar medidas eficazes e proporcionais para mitigar os riscos identificados de violação dos direitos fundamentais, incluindo a misoginia e à violência política de gênero.” (NR)

Art. 5º O descumprimento do disposto nesta Lei e dos arts. 21-A, 21-B e 21-C da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet) sujeitará o provedor de aplicação às seguintes sanções administrativas, aplicadas de forma proporcional e graduada:

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



II – multa simples de até 2% (dois por cento) do faturamento do provedor de aplicação no último exercício no Brasil, limitada a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), por conteúdo monetizado irregularmente;

III – multa diária, observado o limite total a que se refere o inciso II;

IV - suspensão imediata do serviço de impulsionamento, monetização e/ou publicidade relativa ao conteúdo infrator;

V - eliminação imediata do conteúdo infrator das plataformas digitais e devolução dos valores recebidos por intermédio das monetizações;

§ 1º O valor da multa observará a gravidade da infração, a vantagem econômica obtida e a reincidência.

§ 2º Os valores obtidos pela monetização e publicidade irregular deverão ser integralmente restituídos ao Fundo de Defesa de Direitos Difusos de que tratam o art. 13 da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, e a Lei nº 9.008, de 21 de março de 1995.

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

Sala de Sessões, em 12 de dezembro de 2025.

Deputada ERIKA HILTON (PSOL/SP)

JUSTIFICAÇÃO

A presente iniciativa nasce do reconhecimento de um fenômeno que se tornou central para compreender a manutenção das estruturas de desigualdade no Brasil contemporâneo: a indústria da misoginia digital. Não se trata de exagero retórico. Pesquisas recentes, produzidas por instituições acadêmicas brasileiras de excelência, demonstram que há um ecossistema organizado, lucrativo e crescente de produtores de conteúdo que fazem do ódio às mulheres uma estratégia de engajamento, monetização e influência política.



Neste ecossistema, ganha destaque a proliferação de conteúdos que promovem a ideologia de supremacia masculina conhecida como “redpill” e suas vertentes (MGTOW, incels). Essa ideologia se estrutura em torno de um ressentimento profundo contra a autonomia feminina e utiliza a internet para recrutar, radicalizar e disseminar uma visão de mundo distorcida, apresentada como um “despertar” (a “pílula vermelha”), que na verdade consiste na desumanização e no ataque sistemático às mulheres e às conquistas de gênero. A monetização desses conteúdos valida e amplifica essa mensagem de ódio, transformando a misoginia em uma carreira digital rentável.

Por mais absurdo que pareça, este é o estado de coisas atual: o Relatório do Observatório da Indústria da Desinformação e Violência de Gênero nas Plataformas Digitais, produzido pelo NetLab/UFRJ em parceria com o Ministério das Mulheres (2024), mostra que 80% dos canais misóginos identificados utilizam alguma estratégia de monetização¹. Tal dado revela que a misoginia, nas plataformas digitais, não é mero comportamento desviado: é um modelo de negócio, altamente lucrativo e incentivado por algoritmos que premiam o engajamento pelo choque, pela violência moral e pelo ataque sistemático às mulheres.

A pesquisa “Aprenda a evitar ‘esse tipo’ de mulher” (NetLab/UFRJ, 2024) evidencia o caráter estruturado desse fenômeno: conteúdos produzidos de forma profissional, com linguagem dirigida, estratégias de engajamento e articulação coordenada de discursos de ódio. Esses materiais não apenas reforçam estereótipos de gênero, mas constroem campanhas organizadas de desinformação voltadas a atingir a integridade psíquica, moral e sexual das mulheres - incluindo ataques à dignidade sexual, à honra e ao exercício da autonomia.

1 SANTINI, R. Marie; SALLES, Débora; BELIN, Luciane L; BELISÁRIO, Adriano; MATTOS, Bruno; MEDEIROS, Stéphanie G.; MELLO, Danielle; GRAEL, Felipe; SEADE, Renata; BORGES, Amanda; MURAKAMI, Lucas; CARDOSO, Rafael; DAU, Erick; LOUREIRO, Felipe; YONESHIGUE, Bernardo; CARMO, Vitor do; MAIA, Felipe. “Aprenda a evitar ‘esse tipo’ de mulher”: estratégias discursivas e monetização da misoginia no YouTube. Rio de Janeiro: NetLab – Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Disponível em: <<https://www.gov.br/mulheres/pt-br/central-de-conteudos/publicacoes/RelatorioCompletoEstrategiasdiscursivase monetizaodamisoginianoYouTube.pdf>>. Publicado em Dezembro de 2024.



Essas peças de comunicação se convertem em verdadeiras armas digitais. Elas configuram violência psicológica via tecnologia, ao expor mulheres a humilhação pública incessante; configuram violência moral, individual e coletiva, ao atacar suas reputações e papéis sociais; e frequentemente assumem a forma de violência política de gênero, quando direcionadas a lideranças, comunicadoras, pesquisadoras, jornalistas e representantes eleitas, buscando silenciá-las por meio de medo, vergonha ou ameaça.

A monetização desses conteúdos permite que agressões graves, muitas vezes caracterizadas como calúnia, difamação ou injúria, tornem-se rentáveis. A perversidade desse mecanismo transforma a dor das mulheres em audiência, o assédio em clique, a violência em receita. Trata-se de um sistema que recompensa práticas ilícitas e violadoras de direitos como se fossem empreendedorismo digital.

Esse cenário denuncia que não há neutralidade na arquitetura das plataformas digitais. Sistemas de recomendação, algoritmos opacos e mecanismos de impulsionamento criam verdadeiras avenidas automatizadas para a disseminação de misoginia, desinformação de gênero e discursos que atentam contra direitos fundamentais. É a lógica comercial, e não a liberdade de expressão, que determina a viralização de conteúdos violentos contra mulheres.

O marco normativo brasileiro, embora avançado, tornou-se insuficiente frente à complexidade dessa economia da violência. O Marco Civil da Internet, a LGPD e a Lei de Violência Política de Gênero garantem princípios como a não discriminação, a proteção da dignidade e a defesa da integridade das mulheres. Contudo, nenhuma dessas legislações aborda de forma específica o coração econômico do problema: a lucratividade derivada da violência e da desinformação de gênero.

A ausência de regulação sobre monetização gera um vácuo jurídico que beneficia os produtores de ódio e, sobretudo, as plataformas que lucram com a circulação massiva de conteúdo violento. A manutenção desse modelo significa



permitir que interesses privados continuem se sobrepondo aos valores constitucionais da igualdade de gênero, da dignidade da pessoa humana e da segurança informacional.

É importante enfatizar que liberdade de expressão não equivale à liberdade de obter ganhos financeiros por meio de conteúdos que violam direitos fundamentais. A lucratividade não é direito constitucional. Não há qualquer fundamento jurídico ou democrático que permita às plataformas manterem mecanismos de monetização que reproduzem violência e aprofundam desigualdades históricas de gênero.

O presente Projeto de Lei enfrenta frontalmente o incentivo econômico que sustenta essa cadeia de violências. Ao proibir a monetização direta ou indireta de conteúdos misóginos, discriminatórios ou desinformativos sobre questões de gênero, incluindo aqueles que promovem a ideologia de supremacia masculina conhecida como “redpill”, ele busca desmontar a engrenagem financeira que transforma o ódio em produto, o preconceito em audiência e a misoginia em carreira digital.

A proposta também impõe às plataformas obrigações nítidas de diligência, transparência e reação rápida, reforçando o dever de impedir que violações de direitos sejam amplificadas ou impulsionadas. A responsabilização solidária prevista no texto reconhece que, em um ecossistema midiaticado, os provedores não são meros intermediários, mas agentes ativos que controlam fluxos, priorizações e modelos de negócio.

Além disso, o Projeto dialoga com iniciativas já em tramitação, que criminalizam a misoginia, e propostas sobre proibição de publicidade em conteúdos violadores de direitos, e com legislações internacionais que reconhecem danos sistêmicos da desinformação de gênero. Ele se integra a um movimento global que exige que plataformas adotem responsabilidade compatível com seu impacto social.

Não se trata, portanto, de censura ou cerceamento do debate público, mas de impedir que a violência contra mulheres continue sendo tratada como entretenimento lucrativo. A internet não pode ser uma zona franca da exploração econômica da



misoginia. Proteger a integridade das mulheres, a saúde democrática do debate público e a dignidade sexual e moral das cidadãs brasileiras é um dever constitucional do Estado.

Diante do exposto, conto com o apoio dos nobres Pares para a aprovação deste importante Projeto de Lei.

Sala de Sessões, em 12 de dezembro de 2025.

Deputada ERIKA HILTON (PSOL/SP)





CÂMARA DOS DEPUTADOS

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

LEI Nº 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014	https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2014/lei-12965-23-abril2014-778630-norma-pl.html
LEI Nº 13.642, DE 3 DE ABRIL DE 2018	https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2018/lei-13642-3-abril-2018786403-norma-pl.html
LEI Nº 14.192, DE 4 DE AGOSTO DE 2021	https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2021/lei-14192-4-agosto2021-791631-norma-pl.html
LEI Nº 7.716, DE 5 DE JANEIRO DE 1989	https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1989/lei-7716-5-janeiro1989-356354-norma-pl.html
LEI Nº 7.347, DE 24 DE JULHO DE 1985	https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1980-1987/lei-7347-24julho-1985-356939-norma-pl.html
LEI Nº 9.008, DE 21 DE MARÇO DE 1995	https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1995/lei-9008-21-marco1995-348621-norma-pl.html

FIM DO DOCUMENTO