

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026
(Da Sra. RENATA ABREU)

Dispõe sobre diretrizes para o exercício econômico-profissional da criação de conteúdo digital e da influência digital; estabelece deveres de transparência publicitária e parâmetros mínimos contratuais; dispõe sobre salvaguardas para crianças e adolescentes em atividade econômica digital; institui diretriz para criação do cadastro facultativo para fins de políticas públicas; e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I — DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre diretrizes para o exercício econômico-profissional do Criador de Conteúdo Digital e do Influenciador Digital, com o objetivo de:

- I — promover segurança jurídica, transparência e boas práticas nas relações contratuais do setor;
- II — reforçar a proteção do consumidor quanto à identificação de conteúdo publicitário;
- III — estabelecer salvaguardas para crianças e adolescentes quando houver exploração econômica sistemática em ambiente digital;
- IV — favorecer a formalização e o acesso a políticas públicas, sem se criarem barreiras indevidas ao livre exercício profissional.

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



I — Criador de Conteúdo Digital: pessoa natural que cria, produz, edita, publica, dissemina ou distribui conteúdo digital, em texto, áudio, vídeo, imagem, animação ou formato equivalente, em aplicações de internet ou mídias eletrônicas, com finalidade informativa, cultural, educativa, publicitária, de entretenimento ou correlata, com exploração econômica direta ou indireta;

II — Influenciador Digital: espécie de Criador de Conteúdo Digital que, valendo-se de reputação, audiência ou comunidade, realiza comunicação capaz de impactar decisões de consumo, reputação, comportamento, engajamento cívico ou adesão a causas, inclusive mediante publicidade, patrocínio, permutas ou comissões;

III — Conteúdo Publicitário: comunicação destinada a promover produto, serviço, marca, evento, conteúdo, causa, candidatura, ideia, organização ou pessoa, em que exista, total ou parcialmente, contrapartida econômica direta ou indireta, incluindo pagamento, permuta, comissão, bonificação, afiliação, viagens, hospedagens, descontos, brindes, vantagens ou qualquer benefício assemelhado;

IV — Intermediário de Influência Digital: pessoa jurídica, a exemplo de agência, plataforma de intermediação, rede de talentos ou equivalente, que contrata, gerencia, representa ou intermedeia a relação entre criadores ou influenciadores e anunciantes;

V — Plataforma Digital: provedor de aplicação de internet ou serviço digital que hospeda, distribui, recomenda, monetiza ou viabiliza a publicação de conteúdo por usuários;

VI — Atividade Econômica Digital Infantojuvenil: participação habitual e remunerada de criança ou adolescente, direta ou indiretamente, na produção e divulgação de conteúdo digital, quando houver finalidade econômica organizada e recorrente.

Art. 3º A interpretação e aplicação desta Lei observarão os seguintes princípios:

I — liberdade de expressão, vedação à censura e pluralismo;

II — livre exercício profissional, com regulação mínima necessária e proporcional;

III — transparência e boa-fé nas relações de consumo e contratuais;

IV — proteção integral, prioridade absoluta e melhor interesse de crianças e adolescentes;

V — proteção de dados pessoais e respeito aos direitos da personalidade;



VI — prevenção de danos e responsabilização proporcional.

CAPÍTULO II — DO EXERCÍCIO PROFISSIONAL E DO CADASTRO FACULTATIVO

Art. 4º O exercício das atividades previstas nesta Lei é livre em todo o território nacional, vedada a exigência de filiação a conselho, ordem, sindicato ou cadastro obrigatório como condição para exercer a criação de conteúdo digital ou a influência digital, ressalvadas as hipóteses de proteção infantojuvenil previstas nesta Lei.

Art. 5º Fica instituída a diretriz de criação de Cadastro Nacional Facultativo de Criadores de Conteúdo Digital e Influenciadores Digitais (CNF-CCDI), em sistema eletrônico, para fins de:

- I — facilitação de acesso a programas de qualificação, fomento e políticas públicas;
- II — produção estatística e diagnósticos setoriais, mediante dados agregados e anonimizados sempre que possível;
- III — referência para boas práticas contratuais e de transparência no setor.

§ 1º O cadastramento será optativo, gratuito e não constituirá condição para o livre exercício profissional.

§ 2º A regulamentação do cadastro de que trata o caput definirá os dados mínimos, assegurando: minimização, finalidade e transparência; mecanismos de atualização e correção; salvaguardas reforçadas quando houver dados de crianças e adolescentes, observada a legislação de proteção de dados.

§ 3º O cadastro poderá integrar informações classificatórias, a exemplo da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) e da Classificação



Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), apenas como referência administrativa, sem criar reserva de mercado.

Art. 6º Constitui diretriz das políticas públicas para o setor a articulação institucional para o aperfeiçoamento do enquadramento classificatório da atividade econômica, inclusive com estudos para adequação de descritores e códigos aplicáveis na Classificação Nacional de Atividades Econômicas, observado o arranjo institucional das classificações estatísticas nacionais.

CAPÍTULO III — TRANSPARÊNCIA PUBLICITÁRIA E DEVERES INFORMATIVOS

Art. 7º O Criador de Conteúdo Digital e o Influenciador Digital deverão identificar de modo claro, ostensivo e imediato o Conteúdo Publicitário, em linguagem compreensível ao público-alvo, de forma compatível com o meio e o formato, incluindo ao menos uma das expressões: “publicidade”, “conteúdo publicitário”, “patrocinado”, “parceria paga” ou equivalente regulamentar.

§ 1º A identificação deverá ser posicionada e apresentada de forma a evitar ambiguidade, ocultação ou confusão com conteúdo espontâneo.

§ 2º O dever de identificação aplica-se a conteúdos veiculados em postagens, vídeos curtos ou longos, transmissões ao vivo, publicações efêmeras, boletins informativos, mensagens de áudio ou formatos equivalentes.

§ 3º O dever subsiste mesmo quando a contrapartida for indireta, como permuta, brindes, comissão, afiliação, descontos, hospedagens, viagens ou benefícios similares.

Art. 8º O Criador de Conteúdo Digital, o Influenciador Digital e o Intermediário de Influência Digital deverão manter, por prazo mínimo de cinco anos, registros essenciais das campanhas e parcerias publicitárias, em formato que permita auditoria, incluindo, no mínimo:

I — a identificação do contratante e do contratado;



- II — o período e o escopo da campanha;
- III — as contrapartidas econômicas e os benefícios;
- IV — os parâmetros essenciais de entrega e, quando aplicável, as regras de aferição de métricas;
- V — a comprovação da orientação quanto à rotulagem publicitária.

Parágrafo único. O acesso a registros por autoridades observará o devido processo e a legislação de proteção de dados pessoais.

CAPÍTULO IV — RELAÇÕES CONTRATUAIS E DIREITOS MÍNIMOS

Art. 9º Contratações onerosas envolvendo criação de conteúdo digital e influência digital deverão ser formalizadas por instrumento escrito, físico ou eletrônico, com cláusulas mínimas:

- I — o objeto, os formatos, os prazos, os canais ou as plataformas de veiculação e o número estimado de entregas;
- II — a remuneração e a forma de pagamento, incluindo o tratamento de impostos, reembolsos e permutas;
- III — as regras de aprovação, quando houver, sem violar liberdade criativa e sem impor censura ideológica;
- IV — os deveres de identificação de conteúdo publicitário e de conformidade com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990);
- V — as regras de uso de imagem, voz, nome e marcas, incluindo prazo e território;
- VI — a titularidade e as licenças de direitos autorais e conexos sobre o conteúdo produzido;
- VII — as obrigações relativas à proteção de dados pessoais e confidencialidade, quando aplicável;
- VIII — hipóteses de rescisão, penalidades contratuais proporcionais e mecanismos de solução de controvérsias.

§ 1º Cláusulas que imponham renúncia genérica e antecipada a direitos da personalidade, ou cessão total e perpétua de direitos autorais sem justa contrapartida, presumem-se abusivas, sem prejuízo de análise do caso concreto.

§ 2º O poder público poderá disponibilizar modelos referenciais de contrato, sem obrigatoriedade de adoção.



CAPÍTULO V — PROTEÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES EM ATIVIDADE ECONÔMICA DIGITAL

Art. 10. A Atividade Econômica Digital Infantojuvenil fica sujeita a salvaguardas reforçadas destinadas a:

- I — prevenir exploração econômica, adultização precoce e danos à saúde física e mental;
- II — assegurar escolarização, lazer e convivência familiar;
- III — garantir proteção de dados e de imagem.

Art. 11. Quando caracterizada Atividade Econômica Digital Infantojuvenil, a atuação da criança ou adolescente dependerá de autorização judicial prévia, requerida pelos pais ou responsáveis, com manifestação do Ministério Público quando cabível, observados os seguintes critérios mínimos:

- I — a adequação do conteúdo à idade e ao desenvolvimento;
- II — a preservação da frequência e do desempenho escolar;
- III — a limitação de jornadas, horários e de condições de gravação;
- IV — a proteção contra exposição indevida, assédio e riscos previsíveis do ambiente digital;
- V — a definição de destinação de parcela do rendimento para resguardo do interesse do menor.

§ 1º A autorização judicial deverá ser específica, com prazo determinado e condições revisáveis.

§ 2º O juiz poderá determinar depósito mínimo de parte dos rendimentos em aplicação financeira em nome do menor, com movimentação restrita até a maioridade, ressalvadas hipóteses justificadas.

§ 3º A participação ocasional, não remunerada e não habitual de criança ou adolescente em conteúdo familiar ou educativo sem exploração econômica organizada não caracteriza, por si, Atividade Econômica Digital Infantojuvenil.



Art. 12. As plataformas digitais e os intermediários de Influência digital deverão adotar medidas razoáveis e proporcionais para:

- I — permitir indicação de que conteúdo envolve participação infantojuvenil;
- II — manter canal célere de denúncia, remoção e indisponibilização de conteúdo produzido em desconformidade com autorização judicial, quando notificados por autoridade competente, responsável legal ou Ministério Público;
- III — disponibilizar ferramentas de moderação e privacidade adequadas, observada a legislação aplicável;
- IV — cooperar com autoridades nos termos da lei, com salvaguardas de privacidade e devido processo.

Parágrafo único. O detalhamento técnico das medidas será objeto de regulamentação, priorizando proporcionalidade, viabilidade e proteção integral.

CAPÍTULO VI — FISCALIZAÇÃO, RESPONSABILIZAÇÃO E SANÇÕES

Art. 13. O descumprimento dos deveres de transparência publicitária previstos nesta Lei caracteriza infração aos deveres de informação nas relações de consumo, sem prejuízo de responsabilização civil e administrativa nos termos da legislação vigente.

Art. 14. Sem prejuízo de outras sanções cabíveis, a prática reiterada de ocultação de Conteúdo Publicitário, ou a divulgação de publicidade enganosa ou abusiva, sujeita o infrator às medidas e sanções aplicáveis no microsistema de proteção do consumidor, conforme apuração por órgãos competentes.

Art. 15. O poder público poderá instituir mecanismos de cooperação entre órgãos de proteção do consumidor, proteção da infância e trabalho, para fins de fiscalização, orientação e produção de dados setoriais.

CAPÍTULO VII — DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS E FINAIS



Art. 16. A regulamentação desta Lei disporá, especialmente, sobre:

- I — o Cadastro Nacional Facultativo de Criadores de Conteúdo Digital e Influenciadores Digitais (CNF-CCDI), definindo seus dados mínimos, governança e salvaguardas;
- II — os parâmetros técnicos mínimos aplicáveis à rotulagem publicitária em ambientes digitais;
- III — as orientações referenciais de contratação para o setor;
- IV — os fluxos interinstitucionais direcionados à proteção infantojuvenil.

Art. 17. Os contratos vigentes na data de publicação desta Lei deverão ser adequados às cláusulas mínimas do art. 9º, mediante aditivo, no prazo de cento e oitenta dias, sempre que houver previsão de novas entregas publicitárias após o referido período.

Art. 18. Esta Lei entra em vigor após decorridos cento e oitenta dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A criação digital e a influência digital constituem, hoje, um segmento transversal da economia criativa e da publicidade, com alto grau de informalidade contratual e assimetria informacional entre público, anunciantes e criadores — sobretudo quando há publicidade travestida de opinião espontânea. O CDC já determina que publicidade seja facilmente identificável e proíbe publicidade enganosa por omissão; por isso, a política legislativa mais eficiente é reforçar e operacionalizar deveres de transparência no ambiente digital, e não criar um sistema punitivo paralelo.



O Poder Público já reconhece administrativamente a ocupação “Influenciador digital” na CBO (2534-10), reforçando que o fenômeno é socialmente identificável e passível de estatística, sem que isso gere reserva de mercado.

A recente Lei nº 15.325/2026, por sua vez, descreve a profissão de multimídia com atribuições que incluem gestão de redes sociais e inserções publicitárias, o que tende a abranger parcela significativa do trabalho de criação e influência, mas ainda deixa lacunas quanto a transparência, contratos mínimos e proteção infantojuvenil.

Do ponto de vista constitucional, o PL proposto adota técnica compatível com: (i) liberdade de expressão e vedação à censura, ao não condicionar publicação por adultos a licenças; (ii) livre exercício profissional, ao vedar cadastro obrigatório e exigências habilitatórias; (iii) defesa do consumidor, ao alinhar-se ao dever de identificação publicitária; e (iv) proteção integral de crianças e adolescentes, ao estabelecer salvaguardas específicas quando houver exploração econômica habitual, em harmonia com a vedação constitucional ao trabalho infantil e com o ECA.

Por fim, o PL estrutura governança regulatória e implementação por regulamentação infralegal, permitindo atualização tecnológica sem “congelar” formatos de plataformas e linguagem de mercado, preservando proporcionalidade e adaptabilidade.

Assim, dada a necessidade de normatização específica sobre o tema, rogamos o apoio dos ilustres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2026.

Deputada RENATA ABREU
(Podemos/SP)

