

PROJETO DE LEI Nº 2.630, DE 2020

Apensados: PL nº 1.676/2015, PL nº 2.712/2015, PL nº 6.812/2017, PL nº 7.604/2017, PL nº 8.592/2017, PL nº 10.860/2018, PL nº 9.533/2018, PL nº 9.554/2018, PL nº 9.647/2018, PL nº 9.761/2018, PL nº 9.838/2018, PL nº 9.884/2018, PL nº 9.931/2018, PL nº 1.974/2019, PL nº 200/2019, PL nº 241/2019, PL nº 2.601/2019, PL nº 2.602/2019, PL nº 3.389/2019, PL nº 346/2019, PL nº 3.857/2019, PL nº 4.925/2019, PL nº 5.260/2019, PL nº 5.776/2019, PL nº 5.959/2019, PL nº 6.351/2019, PL nº 1.258/2020, PL nº 1.394/2020, PL nº 1.941/2020, PL nº 2.196/2020, PL nº 2.284/2020, PL nº 2.389/2020, PL nº 2.763/2020, PL nº 2.790/2020, PL nº 283/2020, PL nº 2.844/2020, PL nº 2.854/2020, PL nº 2.883/2020, PL nº 3.029/2020, PL nº 3.044/2020, PL nº 3.063/2020, PL nº 3.119/2020, PL nº 3.144/2020, PL nº 3.222/2020, PL nº 3.307/2020, PL nº 3.395/2020, PL nº 3.573/2020, PL nº 3.627/2020, PL nº 437/2020, PL nº 4.418/2020, PL nº 475/2020, PL nº 517/2020, PL nº 693/2020, PL nº 705/2020, PL nº 808/2020, PL nº 988/2020, PL nº 1.001/2021, PL nº 127/2021, PL nº 1.362/2021, PL nº 1.589/2021, PL nº 1.590/2021, PL nº 1.743/2021, PL nº 1.772/2021, PL nº 1.897/2021, PL nº 1.923/2021, PL nº 2.060/2021, PL nº 213/2021, PL nº 2.390/2021, PL nº 2.393/2021, PL nº 2.401/2021, PL nº 246/2021, PL nº 2.831/2021, PL nº 291/2021, PL nº 2.989/2021, PL nº 3.366/2021, PL nº 356/2021, PL nº 3.700/2021, PL nº 388/2021, PL nº 4.134/2021, PL nº 449/2021, PL nº 495/2021, PL nº 649/2021, PL nº 865/2021, PL nº 143/2022, PL nº 2.516/2022, PL nº 714/2022, PL nº 836/2022, PL nº 1.087/2023, PL nº 1.116/2023 e PL nº 125/2023

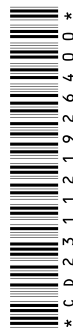
Institui a Lei Brasileira de Liberdade,
Responsabilidade e Transparência na
Internet.

EMENDA DE PLENÁRIO Nº

Dê-se ao art. 28 do Substitutivo a seguinte redação:

“Art. 28.....

Parágrafo único. É vedada toda forma de publicidade de usuário direcionada ou que vise a ampliação de seu alcance para usuários crianças, nos termos da regulamentação.”



JUSTIFICAÇÃO

O artigo 28 do Substitutivo tem o objetivo de obrigar que os provedores que ofereçam publicidade de plataforma ou impulsionamento disponibilizem meios para que os usuários possam conhecer o histórico dos conteúdos impulsionados e publicitários com os quais a sua conta teve contato nos últimos seis meses.

Assim, o objetivo desta emenda é o de vedar toda forma de publicidade direcionada a crianças e adolescentes, aumentando a proteção nesse público. Saliente-se que somos favoráveis a ideia de dispensar uma proteção especial a nossas crianças enquanto consumidores em formação. Desse modo, consideramos que toda publicidade direcionada à criança é abusiva.

Neste aspecto, vale a pena mencionar, de acordo com o sítio eletrônico da Criança e Consumo, a respeito das consequências da publicidade infantil para as famílias e o planeta.

“Além dos impactos diretos no desenvolvimento infantil, a publicidade direcionada a crianças também afeta as famílias. Um exemplo disso é o aumento do estresse familiar em decorrência dos pedidos insistentes das crianças ou do superendividamento de mães, pais e responsáveis. Sim, a comunicação mercadológica direcionada ao público infantil pode mesmo acentuar conflitos familiares.

E os prejuízos não param por aí. O consumismo, estimulado pela publicidade infantil, está ligado a processos de exploração irresponsável do meio ambiente. Por exemplo, a maior parte das empresas que anunciam para o público infantil são produtoras de brinquedos de plástico. O estímulo ao consumo em excesso desses itens também aumenta a produção e o descarte desse tipo de resíduo. E tudo isso contribui, conseqüentemente, para o esgotamento dos recursos naturais.

A publicidade infantil também impacta, ainda, a saúde física das crianças. Um exemplo disso é sua relação com o aumento de doenças crônicas não-transmissíveis, tais como a obesidade infantil.



Isso porque algumas marcas estimulam a criação de hábitos alimentares não saudáveis desde a mais tenra idade.¹

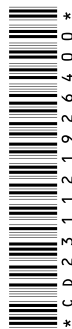
Considerando que atualmente as crianças já estão expostas a internet, rede sociais inclusive, é de suma importância a vedação desse tipo de publicidade como a melhor maneira de se efetivar o insculpido no Art. 227 da Constituição Federal.

Diante desse contexto, pedimos aos nobres parlamentares a aprovação da presente emenda.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputada MARIA DO ROSÁRIO

1 Fonte Criança e Consumo. Disponível em <https://criancaeconsumo.org.br/chega-de-publicidade-infantil/consequencias-da-publicidade-infantil/> Acesso em 25 de abril de 2023.





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Infoleg - Autenticador

Emenda de Plenário a Projeto com Urgência **(Da Sra. Maria do Rosário)**

Acrescente-se o parágrafo §7º
ao artigo 23 do Projeto:

Assinaram eletronicamente o documento CD231121926400, nesta ordem:

- 1 Dep. Maria do Rosário (PT/RS) - Fdr PT-PCdoB-PV
- 2 Dep. Tabata Amaral (PSB/SP) - VICE-LÍDER do Bloco UNIÃO, PP, Federação PSDB
CIDADANIA, PDT, PSB, AVANTE, SOLIDARIEDADE, PATRIOTA

Apresentação: 02/05/2023 20:21:53.940 - PLEN
EMP 80/0

EMP n.80

