

PROJETO DE LEI Nº , DE 2024
(Do Sr. JÚNIOR MANO)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer mecanismos de proteção da criança e do adolescente nas relações de consumo realizadas pela internet.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 6º

.....

XIV - a proteção adequada à criança e ao adolescente nas relações de consumo pela internet.

.....” (NR)

“Art. 35-A. As aplicações de internet acionadas por comando de voz que permitam relações de consumo devem disponibilizar:

I - mecanismo de configuração parental para restrição de tipos de publicidade conforme a faixa etária dos consumidores expostos a ela;

II - mecanismo para restrição das possibilidades de compra ou de contratação por menor de dezoito anos.

Parágrafo único. A configuração original ou padrão das aplicações de internet mencionadas no *caput* deve prever o perfil mais restritivo quanto à publicidade e à possibilidade de compras ou contratações.” (NR)



“Art.

39.

.....

XV - permitir a compra por meio de aplicação de internet acionada por comando de voz de produto ou serviço por menor de dezoito anos sem a autorização dos seus responsáveis legais.

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, nas hipóteses previstas nos incisos III e XV deste artigo, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.”
(NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O avanço da tecnologia nas últimas décadas tem revolucionado a forma como as pessoas vivem, trabalham e se relacionam. No entanto, esse progresso trouxe consigo uma série de desafios e riscos, especialmente no que diz respeito às compras *online* feitas por crianças e adolescentes.

A internet tornou-se uma vitrine virtual gigantesca, repleta de produtos e serviços tentadores, acessíveis com apenas alguns cliques. Os dispositivos eletrônicos, especialmente os “assistentes pessoais”, tornaram o acesso a ofertas e à aquisição de produtos ou serviços ainda mais fáceis, possíveis de serem feitos até mesmo por comando de voz. Isso é especialmente atrativo para crianças e jovens, que muitas vezes são influenciados por anúncios e promoções direcionados a eles.

Contudo, há uma série de riscos que envolve a exposição de menores de dezoito anos à publicidade inadequada e à possibilidade de compra *online*. Um dos principais riscos é o acesso a conteúdo inadequado



para a faixa etária, como jogos de azar *online*, produtos relacionados a álcool e tabaco, ou conteúdo violento.

Além disso, crianças e adolescentes podem ser facilmente persuadidos por estratégias de *marketing* agressivas, levando-os a gastar dinheiro em itens que não são apropriados para sua idade ou que podem comprometer as finanças dos seus responsáveis, cuja conta bancária ou cartão de crédito estão cadastrados no dispositivo eletrônico e são usados para cobrança dos produtos e serviços adquiridos pelos menores sem que haja sua autorização expressas.

Ademais, a compra impulsiva é uma tendência comum entre os jovens, que podem não ter a maturidade necessária para avaliar completamente a necessidade e o valor dos produtos que desejam adquirir.

Para mitigar esses riscos, propomos o acréscimo, na legislação, do direito básico do consumidor à proteção adequada à criança e ao adolescente no mercado de consumo, especialmente quanto aos meios e formas de oferta de produtos e serviços. Sugerimos também a inclusão de artigo que torna obrigatória, nas aplicações de internet, a disponibilização de mecanismos de configuração parental para restrição de tipos de publicidade conforme a faixa etária dos consumidores expostos a ela, bem como para restrição das possibilidades de compra ou de contratação de serviços por menor de dezoito anos.

Por fim, propomos modificação na lei para inserir no rol de condutas abusivas do Código de Defesa do Consumidor (CDC) a permissão da compra pela internet de produto ou serviço por menor de dezoito anos, sem que haja a autorização dos seus responsáveis legais, definindo que as compras assim realizadas serão equiparadas às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Os nativos digitais já nasceram em um ambiente em que a presença da conexão da internet é ubíqua. É preciso então prever mecanismos que implementem nesse ambiente o direito do consumidor à adequada supervisão sobre os menores de idade. Essa disposição está em linha com a garantia da aplicação das normas consumeristas às relações de consumo na



internet. O Marco Civil da Internet já garantiu esse direito (Inciso XIII do art. 7º da Lei nº 12.965/2014), mas falta ainda um mecanismo concreto pelo qual os pais possam supervisionar os menores, dada a ubiquidade dos dispositivos eletrônicos.

Destacamos que nosso intuito não é o de definir especificamente como deverão ser os mecanismos de configuração parental. Caberá aos fornecedores as adaptações necessárias e adequadas ao uso do dispositivo ou aplicativo, as quais poderão ser desde a inclusão de opção de desativação de compras por meio do dispositivo, como a exigência de senha específica ou de reconhecimento de voz do responsável para a confirmação da compra. Independentemente da forma escolhida pelo fornecedor para implementar as exigências, nosso objetivo é a proteção do consumidor de forma ampla, coibindo distorções e riscos trazidos pela possibilidade de aquisição facilitada de produtos, muitas vezes sem o conhecimento e autorização do adulto e responsável financeiro.

Em resumo, o avanço da tecnologia trouxe muitos benefícios, mas também trouxe riscos associados às compras *online* feitas por crianças e adolescentes. Por isso, é essencial que os dispositivos e aplicativos eletrônicos permitam que os adultos possam supervisionar adequadamente, restringindo o consumo de acordo com a faixa etária do menor sob sua responsabilidade.

Certos da importância do assunto, peço aos nobres colegas o apoio necessário à aprovação da presente proposta.

Sala das Sessões, em de de 2024.

Deputado JÚNIOR MANO

2024-46

