



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**DEPUTADO FEDERAL MARCOS TAVARES**

**PROJETO DE LEI Nº , DE DE 2024**  
(Do Senhor Marcos Tavares)

Institui a Lei de Proteção contra Publicidade Infantil em Mídias Digitais, regulamentando e restringindo a exposição de crianças a publicidade digital, especialmente em plataformas de redes sociais e jogos online, com o objetivo de proteger os menores de práticas de marketing agressivas e invasivas.

O Congresso Nacional decreta

Art. 1º - Esta Lei dispõe sobre a regulamentação e restrição da publicidade direcionada a crianças em mídias digitais, incluindo plataformas de redes sociais, jogos online, aplicativos móveis e outros meios digitais.

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

I. Criança: Pessoa com idade inferior a 12 anos, conforme o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/1990).

II. Publicidade Infantil: Qualquer forma de comunicação comercial que tenha como público-alvo crianças, ou que seja predominantemente acessada por crianças.

III. Plataformas Digitais: Mídias digitais, incluindo redes sociais, jogos online, aplicativos móveis, sites e qualquer outro meio digital que permita a veiculação de conteúdo publicitário.

IV. Marketing Agressivo: Práticas de publicidade que utilizam técnicas persuasivas invasivas, incluindo, mas não se limitando a, apelos emocionais, manipulação psicológica, uso de personagens infantis, brindes e promoções voltadas especificamente para crianças.

Art. 3º - A publicidade digital direcionada a crianças deve observar os seguintes princípios:





**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**DEPUTADO FEDERAL MARCOS TAVARES**

I. **Proteção Integral:** Garantir a proteção integral da criança, conforme previsto no Estatuto da Criança e do Adolescente, priorizando o seu bem-estar, saúde e desenvolvimento integral.

II. **Transparência e Clareza:** A publicidade deve ser claramente identificável como tal, de modo que crianças possam reconhecê-la facilmente.

III. **Responsabilidade Social:** As empresas devem adotar práticas de publicidade que respeitem a vulnerabilidade das crianças, evitando qualquer forma de exploração ou manipulação.

IV. **Evitar Incentivos ao Consumismo:** A publicidade não deve incentivar o consumismo excessivo, nem associar a compra de produtos ou serviços à conquista de status, sucesso ou aceitação social.

**Art. 4º - Restrições à Publicidade Infantil em Mídias Digitais**

I. É vedada a veiculação de publicidade direcionada especificamente a crianças em plataformas digitais que utilizem técnicas de marketing agressivo.

II. Não é permitida a coleta de dados pessoais de crianças para fins de segmentação de publicidade, salvo mediante o consentimento expresso e informado dos pais ou responsáveis.

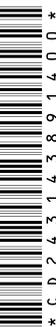
III. A veiculação de publicidade em plataformas digitais predominantemente acessadas por crianças deve ser precedida de mecanismos que garantam que a criança está sob a supervisão de um responsável.

IV. A utilização de influenciadores digitais e personagens infantis em publicidade direcionada a crianças deve ser regulada de forma a evitar práticas que possam induzir a criança ao erro ou à exploração comercial.

**Art. 5º - Direitos dos Pais e Responsáveis**

I. Os pais e responsáveis têm o direito de ser informados sobre qualquer publicidade direcionada a seus filhos, incluindo o conteúdo e a frequência dessas publicidades.

II. Devem ser disponibilizados mecanismos que permitam aos pais e





**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**DEPUTADO FEDERAL MARCOS TAVARES**

responsáveis bloquear ou limitar a exposição de seus filhos a publicidades em mídias digitais.

III. Os responsáveis devem ter acesso a informações claras e acessíveis sobre as práticas de coleta e uso de dados pessoais das crianças.

Art. 6º - As plataformas digitais que veiculam publicidade devem informar claramente aos usuários, incluindo pais e responsáveis, sobre as práticas de publicidade direcionada a crianças, os tipos de anúncios exibidos e as medidas de proteção adotadas.

**Art. 7º - Fiscalização e Sanções**

I. A fiscalização do cumprimento desta Lei será realizada por órgãos competentes, como o Ministério da Justiça, o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), e as agências reguladoras de comunicação e publicidade.

II. O descumprimento das disposições desta Lei sujeitará os infratores às sanções previstas na legislação vigente, incluindo advertências, multas e, em casos graves, a suspensão da veiculação de publicidade na plataforma digital infratora.

III. As multas aplicáveis por infrações a esta Lei podem chegar a até 3% do faturamento bruto da empresa infratora no último exercício fiscal, limitada a R\$ 50 milhões por infração.

**Art. 8º - Disposições Finais**

I. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

II. O Poder Executivo regulamentará os procedimentos necessários à execução desta Lei no prazo de 180 dias a partir de sua publicação.

Sala das Sessões, em            de            de 2024.

**MARCOS TAVARES**  
**Deputado Federal**  
**PDT-RJ**





**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**DEPUTADO FEDERAL MARCOS TAVARES**

**JUSTIFICATIVA**

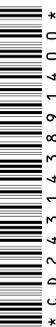
A presente proposta de Lei de Proteção contra Publicidade Infantil em Mídias Digitais surge em resposta à crescente preocupação com o impacto da publicidade digital sobre crianças, especialmente em plataformas de redes sociais e jogos online. No contexto atual, em que o acesso às tecnologias digitais começa em idades cada vez mais precoces, é imperativo que o legislador intervenha para garantir a proteção dos menores de práticas comerciais que possam ser prejudiciais ao seu desenvolvimento.

Crianças, especialmente as menores de 12 anos, ainda estão em fase de desenvolvimento cognitivo e não possuem a capacidade crítica necessária para distinguir claramente entre conteúdo informativo e conteúdo publicitário. Essa vulnerabilidade as torna alvos fáceis para práticas de marketing que podem ser altamente persuasivas e até manipuladoras. A exposição contínua e sem controle a tais publicidades pode levar ao consumismo exacerbado, influenciar negativamente a autoestima das crianças e criar expectativas irreais sobre produtos e serviços.

A Constituição Federal, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e outros marcos legais no Brasil garantem à criança o direito à proteção integral, devendo ser priorizado o seu bem-estar em qualquer circunstância. A presente proposta de lei visa a garantir que esse princípio constitucional seja observado também no ambiente digital, onde a publicidade voltada para crianças deve ser regulamentada para evitar qualquer forma de exploração.

É fundamental que as empresas que operam no ambiente digital assumam responsabilidade social ao direcionar publicidade para crianças. A falta de regulação adequada pode permitir que práticas de marketing agressivas se tornem comuns, prejudicando o desenvolvimento saudável das crianças. Este projeto de lei busca assegurar que as empresas adotem práticas transparentes e éticas, respeitando a vulnerabilidade do público infantil.

O projeto de lei também visa empoderar os pais e responsáveis, fornecendo-lhes as ferramentas necessárias para monitorar e controlar a exposição de seus filhos à publicidade digital. Ao garantir que os pais sejam informados sobre o conteúdo publicitário a que suas crianças estão expostas e





**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**DEPUTADO FEDERAL MARCOS TAVARES**

oferecendo mecanismos para bloquear ou limitar essa exposição, a lei promove um ambiente digital mais seguro e sob o controle da família.

Estudos indicam que a exposição contínua a conteúdos publicitários digitais pode afetar negativamente o desenvolvimento emocional e psicológico das crianças. Publicidades que associam produtos a ideias de status, sucesso ou aceitação social podem criar pressões desnecessárias, levando à insatisfação e a problemas de autoestima. A restrição de tais práticas é essencial para garantir que o ambiente digital contribua positivamente para o desenvolvimento infantil.

Diversos países ao redor do mundo já implementaram legislações rigorosas para proteger as crianças da publicidade digital, reconhecendo o impacto potencialmente prejudicial dessas práticas. O Brasil, como signatário de acordos internacionais de proteção aos direitos da criança, deve seguir essa tendência e adotar medidas que garantam um ambiente digital seguro e ético para seus menores.

A criação da Lei de Proteção contra Publicidade Infantil em Mídias Digitais é uma medida urgente e necessária para garantir a proteção integral das crianças no ambiente digital. Ao regulamentar e restringir a exposição de crianças a publicidades, especialmente em plataformas de redes sociais e jogos online, esta proposta de lei visa proteger os menores de práticas de marketing agressivas e invasivas, promovendo o desenvolvimento saudável e seguro das novas gerações.

A aprovação desta lei fortalecerá a responsabilidade das empresas, garantirá a transparência nas práticas de publicidade digital e empoderará os pais no controle do conteúdo ao qual seus filhos são expostos, contribuindo para um ambiente digital mais justo, ético e protegido para as crianças brasileiras.

Sala das Sessões, em            de            de 2024.

**MARCOS TAVARES**  
**Deputado Federal**  
**PDT-RJ**



Praça dos Três Poderes - Anexo IV – Gabinete 611 - Câmara dos Deputados - CEP: 70.160-900 – Brasília/DF  
Contato: (61) 3215-5611 e-mail: [dep.marcostavares@camara.leg.br](mailto:dep.marcostavares@camara.leg.br)

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD243143891400>  
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Marcos Tavares

