

PROJETO DE LEI Nº 2628 de 2022

Modifica o art. 16 do projeto de lei nº 2.628, de 2022 para vedar a utilização de técnicas de perfilamento para fins de direcionamento de publicidade a crianças e adolescentes quando houver o objetivo de dirigir apelo imperativo de consumo, especialmente com o uso de análise emocional, realidade aumentada, realidade estendida e realidade virtual.

EMENDA MODIFICATIVA AO ART. 16 DO PROJETO DE LEI Nº 2.628, DE 2022 Nº - DE 2025.

“Dê-se ao art. 16 a seguinte redação:

"Art. 16. É vedada a utilização de técnicas de perfilamento para fins de direcionamento de publicidade a crianças e adolescentes quando houver o objetivo de dirigir apelo imperativo de consumo, especialmente com o uso de análise emocional, realidade aumentada, realidade estendida e realidade virtual."

JUSTIFICAÇÃO

Esta proposta de redação adota uma perspectiva mais refinada e juridicamente proporcional sobre o uso de tecnologias de perfilamento na publicidade dirigida a crianças e adolescentes, focando a proibição nos casos de apelo imperativo de consumo, que configuram prática abusiva segundo a doutrina do Direito do Consumidor e o entendimento do próprio Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

Ao delimitar a vedação a situações em que o perfilamento tem por objetivo claro induzir o consumo por meio de mecanismos de persuasão excessiva — como análise emocional e técnicas imersivas — a proposta protege o público infante juvenil contra estratégias manipulativas, sem inviabilizar por completo a personalização responsável de serviços.



Essa redação está em consonância com os princípios do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), especialmente os arts. 36 e 37, que vedam publicidade enganosa ou abusiva, bem como com o art. 14 da LGPD, que exige que qualquer tratamento de dados de crianças e adolescentes seja realizado com atenção ao melhor interesse do menor.

Ao focar a proibição no conteúdo e na intencionalidade da publicidade, a emenda evita uma interpretação tecnofóbica ou excessivamente restritiva, que poderia comprometer inclusive campanhas educativas, de utilidade pública ou que promovam hábitos saudáveis — hoje muitas vezes customizadas com base em perfil etário e comportamental para eficácia.

Com isso, a proposta concilia o combate a práticas predatórias com a preservação da inovação tecnológica, da liberdade econômica e da viabilidade técnica de serviços digitais que dependem, em alguma medida, da personalização para proteger ou educar seus usuários.

Peço, portanto, o apoio dos meus pares na aprovação da presente emenda.

Sala das Comissões, 14 de abril de 2025.

Deputado Mario Frias
(PL/SP)

