

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 3.489, DE 2024

Altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 – Estatuto da Criança e do Adolescente, para dispor sobre publicidade direcionada a menores de idade.

Autor: Deputado JÚNIOR MANO

Relator: Deputado JULIO CESAR RIBEIRO

I - RELATÓRIO

Trata o presente relatório do Projeto de Lei nº 3.489, de 2024, de autoria do nobre deputado Júnior Mano, que, por meio da alteração do Estatuto da Criança e do Adolescente, visa proibir a publicidade direcionada a crianças e adolescentes que tenha por objeto a promoção de padrões de beleza irreais ou inatingíveis, o incentivo de procedimentos cirúrgicos de natureza estética, bem como a divulgação de produtos para emagrecimento ou suplementos alimentares com essa finalidade.

A iniciativa veda, inclusive, a publicidade em espaços públicos próximos a escolas e creches, por exemplo, que veiculem conteúdo que promova padrões de beleza irreais, procedimentos estéticos ou produtos de emagrecimento.

A iniciativa legislativa foi distribuída para as comissões de Comunicação, Defesa do Consumidor e de Previdência, Assistência Social, Infância, Adolescência e Família, para análise de mérito, e de Constituição e Justiça e de Cidadania, sendo esta última para exame de constitucionalidade e de juridicidade, conforme art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD).



O regime de tramitação é o ordinário. Ao fim do prazo regimental, não foram apresentadas emendas ao projeto nesta Comissão.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

Trata-se de análise do Projeto de Lei que altera o Estatuto da Criança e do Adolescente com o objetivo de proibir publicidade direcionada a crianças e adolescentes que promova padrões de beleza irreais, incentive procedimentos estéticos ou divulgue produtos para emagrecimento ou suplementos com essa finalidade.

Este voto se inspira no parecer do Deputado Gilvan Maximo, relator que me antecedeu. A matéria reveste-se de elevado interesse público, sobretudo por reconhecer a fase da vida e a especial condição de desenvolvimento físico, emocional e psicológico de crianças e adolescentes, conforme assegurado pelo art. 227 da Constituição Federal. Vale notar que o projeto se coaduna, ainda, com o princípio da proteção integral e com a doutrina da prioridade absoluta, pilares do Estatuto da Criança e do Adolescente.

A exposição precoce a padrões estéticos inalcançáveis e ao culto exacerbado da aparência provoca impactos significativos na saúde mental e física de crianças e adolescentes, incluindo transtornos alimentares, baixa autoestima e depressão. Diante disso, a regulação da publicidade se torna medida preventiva orientada a proteger a formação da identidade e da autoestima de indivíduos em fase de desenvolvimento.

Cumprе observar que a proposição não veda a existência dos produtos ou procedimentos em si, apenas sua veiculação publicitária dirigida a um público vulnerável e ainda em processo de formação crítica. No mérito, portanto, o projeto se revela juridicamente adequado, socialmente relevante e compatível com os princípios constitucionais que regem os direitos da criança e do adolescente. Trata-se de providência oportuna e necessária diante dos



novos desafios impostos pelas mídias digitais, redes sociais e pela crescente pressão estética enfrentada pelas novas gerações. Cumpre notar que o projeto não se aplica apenas a empresas de mídias digitais, valendo para qualquer tipo de mídia ou outras empresas que explorem publicidade comercial.

Importa destacar que, recentemente, a discussão sobre a adultização e erotização de crianças nas redes sociais ganhou centralidade no debate público brasileiro. O vídeo do influenciador Felca¹, que alcançou dezenas de milhões de visualizações em poucos dias, denunciou a exploração sexual e simbólica de crianças na internet. O impacto extrapolou a esfera digital e levou à apresentação de mais de trinta projetos de lei no Congresso Nacional em um curto espaço de tempo, revelando a dimensão da preocupação da sociedade. Esse episódio evidencia como a comunicação digital desregulada pode se articular com fenômenos como pedofilia, assédio e exploração econômica de menores, colocando em xeque a omissão regulatória do Estado.

Nesse sentido, é essencial que a legislação reconheça não apenas os riscos da publicidade predatória, mas também a exploração de crianças e adolescentes para fins de lucro, seja por meio da venda de publicidade direcionada, seja pela utilização de menores como influenciadores digitais e produtores de conteúdo. Tal prática instrumentaliza a infância como estratégia mercadológica e potencializa riscos de assédio, erotização e exposição indevida.

Diante dessas considerações, entendemos que a matéria merece prosperar, mas com ajustes. Nesse sentido, optamos por apresentar Substitutivo, com redação mais abrangente e em consonância com as recomendações de especialistas e entidades da sociedade civil.

O novo texto: (i) proíbe promover padrões de beleza irreais ou inatingíveis; (ii) veda incentivar procedimentos cirúrgicos ou invasivos de natureza estética; (iii) veda divulgar produtos para emagrecimento, suplementos alimentares ou análogos; (iv) estende a proibição a bebidas alcoólicas, fumígenos, jogos de azar e apostas, e (v) vincula as sanções ao modelo previsto na Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, conhecida como

¹ <https://www.estadao.com.br/politica/video-felca-adultizacao-furou-bolha-repercutiu-mais-que-crise-do-pix-whatsapp-nprp>. Acessado em 19/08/25.

Marco Civil da Internet e (vi) prevê a destinação das multas ao Fundo Nacional da Criança e do Adolescente.

Diante do exposto, voto pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 3.489, de 2024, na forma do Substitutivo proposto.

Sala da Comissão, em de de 2025.

Deputado JULIO CESAR RIBEIRO
Relator



COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3489/2024

Altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 – Estatuto da Criança e do Adolescente, para dispor sobre publicidade direcionada a menores de idade.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 – Estatuto da Criança e do Adolescente, para dispor sobre publicidade direcionada a menores de idade.

Art. 2º Inclua-se o art. 80-A na Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, com a seguinte redação:

“Art. 80-A. É proibida a publicidade direcionada a crianças e adolescentes quando:

I – promover padrões de beleza irreais ou inatingíveis;

II – incentivar procedimentos cirúrgicos ou invasivos de natureza estética;

III – divulgar produtos para emagrecimento, suplementos alimentares ou análogos;

IV – divulgar bebidas alcoólicas, produtos fumígenos, jogos de azar ou apostas; e

§ 1º É proibida a exibição de anúncios nos termos deste artigo em plataformas de compartilhamento de vídeos de terceiros e plataformas de redes sócias.



§ 2º Sem prejuízo das demais sanções cíveis, criminais ou administrativas, em caso de descumprimento das obrigações previstas neste artigo, os infratores ficam sujeitos às seguintes penalidades a serem aplicadas pela autoridade nacional, assegurados o devido processo legal, a ampla defesa e o contraditório:

I – advertência, com prazo para adoção de medidas corretivas em até 30 (trinta) dias;

II – multa simples, de até 10% (dez por cento) do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), por infração;

§ 3º Para fixação e gradação da sanção prevista no § 2º deste artigo, deverão ser observadas, além da proporcionalidade e razoabilidade, as seguintes circunstâncias:

I – a gravidade da infração, a partir da consideração dos seus motivos e da extensão do dano nas esferas individual e coletiva;

II – a reincidência na prática de infrações previstas nesta Lei;

III – a capacidade econômica do infrator, no caso de aplicação da sanção de multa;

§ 4º Tratando-se o infrator de empresa estrangeira, responde solidariamente pelo pagamento da multa de que trata o inciso II do § 2º deste artigo sua filial, sucursal, escritório ou estabelecimento situado no País.

§ 5º Os valores decorrentes das multas aplicadas com base neste artigo serão destinados a projetos e políticas custeados pelo Fundo Nacional para a Criança e para o



Adolescente, instituído pela Lei nº 8.242, de 12 de outubro de 1991.”

Art. 3º Esta Lei entra em vigor após decorridos 90 (noventa) dias de sua publicação oficial.

Sala da Comissão, em de de 2025.

Deputado JULIO CESAR RIBEIRO
Relator

