



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.489-A, DE 2024 **(Do Sr. Júnior Mano)**

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; tendo parecer da Comissão de Comunicação, pela aprovação, com Substitutivo (relator: DEP. JULIO CESAR RIBEIRO).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE
COMUNICAÇÃO;

DEFESA DO CONSUMIDOR;

PREVIDÊNCIA, ASSISTÊNCIA SOCIAL, INFÂNCIA, ADOLESCÊNCIA E
FAMÍLIA E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Comunicação:

- Parecer do relator
- Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão

PROJETO DE LEI Nº , DE 2024

(Do Sr. JÚNIOR MANO)

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 A Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar acrescido do art. 80-A, com a seguinte redação:

“Art. 80-A É proibida a publicidade direcionada a crianças e adolescentes que tenha por objeto:

- I – promover padrões de beleza irreais ou inatingíveis;
- II – incentivar procedimentos cirúrgicos de natureza estética;
- III – divulgar produtos para emagrecimento ou suplementos alimentares com essa finalidade.

§ 1º A publicidade que envolva modelos ou imagens retocadas digitalmente deverá incluir um aviso indicando o uso de manipulação de imagem.

§ 2º É proibida a exibição de anúncios de procedimentos estéticos ou produtos de emagrecimento em meios de comunicação predominantemente voltados a menores de idade.

§ 3º É proibida a publicidade em espaços públicos próximos a escolas, creches e outras instituições de ensino que veiculem conteúdo que promova padrões de beleza irreais, procedimentos estéticos ou produtos de emagrecimento”.

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



JUSTIFICAÇÃO

O projeto de lei que apresentamos visa enfrentar um problema crescente e preocupante entre jovens brasileiros: a pressão corporal e a promoção de padrões de beleza irreais através da publicidade. Artigo publicado no *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*¹ concluiu que mídias, incluindo as redes sociais, estão associadas à insatisfação da imagem corporal de meninas adolescentes.

Estudo da Universidade Federal do Paraná², com base em dados da Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (PeNSE), concluiu que “a *imagem corporal, mais especificamente a insatisfação com o corpo, tem impacto sobre a saúde mental dos adolescentes brasileiros*”. A pesquisa encontrou “efeitos significativos da insatisfação corporal sobre o sentimento de solidão, insônia e dificuldade de se socializar, entre os estudantes entrevistados.”

Artigo publicado pela Faculdade de Medicina da UFMG³ sustenta que “busca por padrões estéticos pode levar a distúrbios alimentares”. Dessa forma, evidencia-se que exposição a padrões de beleza irreais contribui para a insatisfação corporal e problemas de autoestima entre os jovens.

No Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente - Lei nº 8.069/1990 - estabelece, em seu art. 17, o direito ao respeito, incluindo a inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral dos menores de idade. A Constituição Federal de 1988 assegura, no art. 227, a prioridade absoluta dos direitos das crianças e adolescentes, incluindo a proteção contra negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.

¹ CAVARZAN, Jéssica Maria et al. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, Rio de Janeiro, v. 66, n. 3, p. 154-162, jul./set. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/jbpsi/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/>. Acesso em: 9 set. 2024.

² AQUINO, Eliane Marcia Araújo de Souza et al. Relação entre insatisfação corporal e saúde mental dos adolescentes brasileiros: um estudo com representatividade nacional. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 27, n. 8, p. 3065-3076, ago. 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/csc/a/5vXvsK3JSGqBGgFxFxSVvLz8m>. Acesso em: 9 set. 2024.

³ UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. Busca por padrões estéticos pode levar a distúrbios alimentares. Disponível em: <https://www.medicina.ufmg.br/busca-por-padroes-esteticos-pode-levar-a-disturbios-alimentares/>. Acesso em: 9 set. 2024.



A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - Lei nº 13.709/2018 - também protege os dados de menores de idade, impondo restrições ao uso de informações para fins de marketing. No entanto, há uma lacuna em termos de regulamentação específica para publicidade direcionada a jovens, especialmente no que tange à promoção de padrões de beleza e procedimentos estéticos.

Nesse contexto, a proibição da publicidade que promova padrões de beleza irreais e procedimentos estéticos para menores de idade tem como objetivo principal proteger a saúde mental e física dos jovens. A inclusão de avisos em publicidades retocadas digitalmente visa aumentar a transparência e conscientizar os jovens sobre a manipulação das imagens que consomem.

Sendo assim, a aprovação deste projeto de lei é importante para garantir a proteção dos jovens brasileiros contra a pressão e os impactos negativos promovidos pela publicidade de padrões de beleza irreais, procedimentos estéticos e produtos de emagrecimento.

Diante do exposto, peço apoio aos nobres Parlamentares desta Casa para a APROVAÇÃO deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em de de 2024.

Deputado JÚNIOR MANO

2024-10pr67



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

LEI Nº 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014	https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:201404-23;12965
DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 7 DE DEZEMBRO DE 1940	https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:decreto.lei:1940-12-07;2848

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





Câmara dos Deputados

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 3.489, DE 2024

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Comunicação, em reunião extraordinária realizada hoje, mediante votação ocorrida por processo simbólico, concluiu pela aprovação do Projeto de Lei nº 3.489/2024, com Substitutivo, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Julio Cesar Ribeiro.

Registraram presença à reunião os seguintes membros:

Julio Cesar Ribeiro - Presidente, Amaro Neto e Paulo Magalhães - Vice-Presidentes, André Figueiredo, Antonio Andrade, Bia Kicis, Cabo Gilberto Silva, Capitão Alberto Neto, Cezinha de Madureira, Cleber Verde, Dani Cunha, Fábio Teruel, Gervásio Maia, Mauricio Marcon, Nicoletti, Ossesio Silva, Rodrigo da Zaeli, Rodrigo Estacho, Simone Marquette, Albuquerque, Bibi Nunes, Delegado Paulo Bilynskyj, Franciane Bayer, Gilson Daniel, Gustavo Gayer, Lucas Ramos, Luciano Alves, Marangoni, Orlando Silva e Rosana Valle.

Sala da Comissão, em 24 de setembro de 2025.

Deputado JULIO CESAR RIBEIRO
Presidente





COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

SUBSTITUTIVO ADOTADO AO PROJETO DE LEI Nº 3489, 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.

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 sociais.

§ 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 até 30 (trinta) dias;





CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

Apresentação: 30/09/2025 10:58:40.070 - CCOM
SBT-A 1 CCOM => PL 3489/2024
SBT-A n.1

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 24 de setembro de 2025.

Deputado **Julio Cesar Ribeiro**
Presidente

