

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026

(Do Sr. JONAS DONIZETTE)

Veda a veiculação, nas plataformas de *streaming* e na programação dos canais de televisão aberta e TV por assinatura, de chamada promocional de obras audiovisuais que forem incompatíveis com o perfil do usuário.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a veiculação, nas plataformas de vídeo sob demanda e nas programações das emissoras de radiodifusão de sons e imagens e das operadoras de TV por assinatura, de chamada promocional de filmes, séries, documentários, jogos eletrônicos e obras audiovisuais similares que forem incompatíveis com o perfil etário do usuário ou telespectador, na forma da regulamentação.

§ 1º Para efeito desta Lei, consideram-se as seguintes definições:

I – chamada promocional: conteúdo audiovisual produzido com o objetivo de promover filmes, séries, documentários, jogos eletrônicos e obras audiovisuais similares;

II – classificação indicativa: informação sobre a faixa etária recomendada para filme, série, documentário, jogo eletrônico ou obra audiovisual similar, atribuída por órgão competente do Poder Executivo ou sob sua supervisão, com base nos eixos temáticos de sexo e nudez, violência, drogas e interatividade;

III – operadora de TV por assinatura: prestadora do serviço de acesso condicionado de que trata a Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011;

IV – plataforma de vídeo sob demanda: aplicação de internet que oferta obras audiovisuais na forma de catálogo, com linha editorial própria,



para acesso por difusão não linear, em horário determinado pelo consumidor final, mediante pagamento ou não, para fruição do conteúdo.

§ 2º As chamadas promocionais de que trata o caput serão objeto de classificação indicativa e o seu conteúdo deverá ser compatível com a classificação atribuída à obra audiovisual promovida.

§ 3º Caso o provedor do serviço não ofereça o recurso de segmentação das obras ofertadas ao usuário ou telespectador de acordo com o seu perfil etário, só será admitida a veiculação de chamadas promocionais de conteúdos audiovisuais classificados como de livre acesso.

§ 4º A vedação de que trata o caput aplica-se inclusive na tela inicial da aplicação de internet ou do dispositivo terminal de acesso ao serviço de oferta de obras audiovisuais.

Art. 2º Sem prejuízo das demais sanções cíveis, criminais ou administrativas aplicáveis, em caso de descumprimento do disposto no art. 1º os infratores estarão sujeitos às seguintes penalidades:

I – advertência, com prazo para adoção de medidas corretivas de até 10 (dez) dias;

II – multa de até R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por chamada promocional veiculada em desacordo com o disposto no art. 1º.

Art. 3º Esta lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Com a popularização das novas tecnologias digitais e o acirramento da competição no mercado do entretenimento no ambiente digital, os serviços de *streaming* e de televisão aberta e fechada têm se caracterizado pelo tom assertivo – e, por vezes, apelativo – das campanhas publicitárias veiculadas para a promoção de filmes, séries e outras produções audiovisuais exibidas em suas plataformas.



A título de ilustração, em 2022, durante o intervalo do programa dominical de maior audiência no País, uma importante provedora de serviços de *streaming* divulgou uma peça publicitária em que a tela do televisor do telespectador aparentemente se estilhaçava, induzindo as pessoas a acreditarem que o aparelho havia, de fato, sido danificado. A propaganda visava à promoção do lançamento de um filme na plataforma e, para tanto, reproduzia cenas da obra com tiros e explosões que simulavam a quebra da tela do equipamento do usuário¹.

Ocorre, porém, que a veiculação de chamadas promocionais de filmes com cenas de violência extrema em horários inadequados para determinados públicos tem o potencial de causar graves prejuízos à formação de crianças e adolescentes, além de acarretar riscos à saúde de pessoas neurodivergentes ou em tratamento psiquiátrico ou cardiológico, entre outros quadros.

Nesse contexto, em que pesem os avanços recentes conquistados a partir da aprovação do ECA Digital², em 2025, as determinações introduzidas pela nova legislação ainda não contemplam muitas situações em que o público infantojuvenil se vê exposto a conteúdos potencialmente nocivos. É o caso, por exemplo, das programações exibidas nos canais de TV aberta, que, por limitações tecnológicas, ainda não dispõem de recursos para segmentar os conteúdos disponibilizados aos telespectadores de acordo com o perfil do usuário que os acessa, submetendo crianças e adolescentes ao risco de exposição a conteúdos inadequados.

O presente projeto de lei propõe-se a contribuir para suprir essa lacuna legal, ao proibir a veiculação, nas plataformas de *streaming* e na programação das emissoras de TV aberta e por assinatura, de chamada promocional de obras audiovisuais que forem incompatíveis com o perfil do telespectador. A proposição determina ainda que, caso o provedor do serviço não ofereça o recurso de segmentação das obras ofertadas de acordo com o perfil etário do usuário – como é o caso dos canais de televisão aberta, só será

¹ <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2022/07/25/propaganda-da-netflix-quebra-a-tv-e-assusta-telespectadores.ghtml>. Acesso em 8.4.26.

² Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025.



admitida a veiculação de chamadas promocionais de conteúdos classificados como de livre acesso.

A iniciativa proposta complementa as disposições hoje estabelecidas na Portaria MJSP nº 1.048, de 15 de outubro de 2025, que regulamenta o mecanismo da classificação indicativa previsto no Estatuto da Criança e do Adolescente³ e demais legislações pertinentes. Nesse sentido, o projeto disciplina com maior clareza a veiculação das chamadas promocionais, reduzindo o risco de exposição a conteúdos incompatíveis com determinadas faixas etárias, muitas vezes veiculados de forma inesperada e sem o devido controle parental. A proposta corrige essa distorção, assegurando maior coerência ao sistema de classificação indicativa e promovendo um ambiente mais seguro e previsível para os usuários.

Por fim, as medidas propostas também contribuem para fortalecer o papel das famílias e responsáveis legais na mediação do consumo de conteúdos audiovisuais, ao inibir a exposição involuntária a materiais impróprios. Além disso, ao exigir que plataformas e emissoras adotem mecanismos eficazes de filtragem etária também nas peças promocionais, o projeto incentiva práticas mais responsáveis por parte dos provedores de conteúdo. Trata-se, assim, de uma iniciativa que alia proteção social, respeito ao desenvolvimento infantojuvenil e adequação regulatória frente às novas dinâmicas de consumo digital.

Considerando, pois, a relevância da proposta ora oferecida, solicitamos o apoio dos nobres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2026.

Deputado JONAS DONIZETTE

³ Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.

