



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Duda Salabert - PSOL/MG

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2026

(Da Sra. Duda Salabert)

Altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências, para estabelecer medidas de proteção da infância e da adolescência contra a publicidade, promoção comercial e oferta de alimentos ultraprocessados.

O Congresso Nacional decreta:

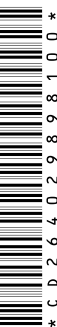
Art. 1º O art. 76 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte §2º, renumerando-se o parágrafo único para §1º:

“Art. 76.....
.....

§ 2º Sem prejuízo do disposto na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, é vedada a exibição de chamadas ou inserções publicitárias que incentivem o consumo de bebidas e alimentos ultraprocessados durante programas, conteúdos ou faixas horárias destinados ao público infantil.”

Art. 2º A Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar acrescida dos seguintes arts. 79-A, 79-B, 79-C e 79-D:

“Art. 79-A É proibida, em qualquer meio de comunicação, ambiente digital, plataforma eletrônica ou espaço publicitário, a publicidade de alimentos ultraprocessados dirigida à criança.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Duda Salabert - PSOL/MG

Apresentação: 26/05/2026 19:33:51.667 - Mesa

PL n.2630/2026

§1º Considera-se dirigida à criança a publicidade que:

I - utilize linguagem, efeitos especiais, trilhas sonoras, animações ou outros elementos especialmente atrativos ao público infantil;

II - empregue personagens infantis, desenhos animados, mascotes, jogos, influenciadores digitais, celebridades ou licenciamentos destinados predominantemente ao público infantil;

III - associe o consumo do produto a brincadeiras, prêmios, coleções, desafios, recompensas ou benefícios sociais;

IV - seja veiculada em programação, plataformas, canais, jogos eletrônicos, aplicações ou conteúdos destinados predominantemente ao público infantil;

V - utilize mecanismos de direcionamento algorítmico ou tratamento de dados pessoais voltados à segmentação publicitária de crianças e adolescentes.

§2º Considera-se abusiva, nos termos da legislação consumerista, a publicidade de alimentos ultraprocessados dirigida à criança.

Art. 79-B É proibida a promoção comercial de alimentos ultraprocessados mediante:

I - distribuição de brindes, brinquedos ou itens colecionáveis vinculados à aquisição do produto;

II - realização de campanhas promocionais destinadas ao público infantil;



* C D 2 6 4 0 2 9 8 9 8 1 0 0 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Duda Salabert - PSOL/MG

III - utilização de personagens, mascotes, desenhos animados, celebridades ou influenciadores com apelo infantil em embalagens, rótulos ou ações de marketing;

IV - utilização de elementos gráficos, sonoros ou audiovisuais especialmente destinados a atrair crianças e adolescentes;

V - práticas de publicidade digital direcionada, impulsionamento algorítmico ou coleta de dados voltados à segmentação publicitária infantil.

Art. 79-C É vedada a comercialização, publicidade, promoção comercial ou distribuição gratuita de alimentos ultraprocessados em:

I - creches;

II - instituições de educação infantil;

III - escolas públicas e privadas de educação básica;

IV - unidades públicas de saúde destinadas ao atendimento infantil;

V - eventos destinados predominantemente ao público infantil financiados com recursos públicos.

Art. 79-D O descumprimento do disposto nos arts. 79-A, 79-B e 79-C sujeita o infrator, sem prejuízo das demais sanções civis, administrativas e penais cabíveis, às seguintes penalidades:

I - advertência;

II - multa;

III - suspensão da publicidade ou da campanha;

IV - imposição de contrapropaganda;





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Duda Salabert - PSOL/MG

V - suspensão temporária da comercialização do produto em caso de reincidência.

Parágrafo único. A contrapropaganda será divulgada pelo responsável, preferencialmente no mesmo meio, espaço, local, horário, frequência e dimensão da publicidade considerada irregular.”

Art. 3º Para os fins desta Lei, consideram-se alimentos ultraprocessados aqueles assim definidos em regulamento da autoridade sanitária federal, observados critérios de composição nutricional, grau de processamento industrial e presença de aditivos alimentares de finalidade cosmética.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor 180 (cento e oitenta) dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Constituição Federal estabelece, em seu art. 227, que é dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação e à dignidade, colocando-os a salvo de toda forma de negligência, exploração e violência. O Estatuto da Criança e do Adolescente concretiza esse mandamento constitucional ao reconhecer crianças e adolescentes como sujeitos de direitos em condição peculiar de desenvolvimento, mercedores de proteção integral.

Nas últimas décadas, contudo, o Brasil e o mundo assistiram à consolidação de um modelo alimentar baseado na produção e no consumo massivo de alimentos ultraprocessados, especialmente entre crianças e





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Duda Salabert - PSOL/MG

adolescentes. Esses produtos, formulados industrialmente com elevados teores de açúcar, sódio, gorduras e aditivos alimentares, estão associados ao aumento da obesidade infantil, diabetes tipo 2, hipertensão, doenças cardiovasculares, câncer, doença renal crônica e outras enfermidades que hoje representam alguns dos maiores desafios da saúde pública contemporânea.

O impacto desse modelo alimentar já produz consequências graves para o Sistema Único de Saúde. Estudos estimam milhares de mortes prematuras anuais relacionadas ao consumo excessivo de alimentos ultraprocessados, além de custos bilionários decorrentes do tratamento de doenças evitáveis associadas à má alimentação. Trata-se não apenas de um problema individual, mas de uma questão coletiva, sanitária, econômica e social.

A situação é ainda mais preocupante quando se observa a intensa exposição de crianças e adolescentes à publicidade desses produtos. Diversas pesquisas científicas demonstram que estratégias de marketing dirigidas ao público infantojuvenil influenciam diretamente hábitos alimentares, preferências de consumo e padrões de comportamento. Personagens infantis, influenciadores digitais, brindes, jogos, cores, animações e mecanismos algorítmicos de direcionamento publicitário são utilizados para estabelecer vínculos emocionais precoces entre crianças e produtos alimentícios de baixo valor nutricional.

Crianças não possuem pleno discernimento para compreender o caráter persuasivo da publicidade comercial. Por essa razão, a proteção da infância diante da comunicação mercadológica abusiva já é reconhecida pelo ordenamento jurídico brasileiro, pela jurisprudência dos tribunais superiores e por organismos internacionais de saúde e direitos humanos.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Duda Salabert - PSOL/MG

A Organização Mundial da Saúde e a Organização Pan-Americana da Saúde vêm recomendando aos países a adoção de medidas regulatórias voltadas à redução da exposição infantil à publicidade de alimentos não saudáveis. Países como Chile, México, Canadá e Reino Unido já avançaram em legislações que restringem publicidade infantil, limitam o uso de personagens em embalagens e fortalecem mecanismos de rotulagem nutricional frontal.

O Brasil possui reconhecida tradição internacional em políticas públicas de alimentação e nutrição. O Guia Alimentar para a População Brasileira, elaborado pelo Ministério da Saúde, tornou-se referência mundial ao recomendar a redução do consumo de alimentos ultraprocessados e a valorização da alimentação adequada e saudável. Entretanto, a atuação do poder público precisa acompanhar a profunda transformação do ambiente alimentar e das estratégias digitais de publicidade dirigidas às crianças.

O presente projeto de lei busca justamente atualizar os instrumentos de proteção da infância previstos no ECA diante dessa nova realidade. A proposta estabelece restrições à publicidade e à promoção comercial de alimentos ultraprocessados voltadas ao público infantil e infantojuvenil, limita práticas mercadológicas abusivas e protege ambientes frequentados por crianças e adolescentes, como escolas e instituições de educação infantil.

A iniciativa não pretende interferir nas escolhas alimentares individuais das famílias, mas assegurar que crianças e adolescentes possam se desenvolver em ambientes menos hostis, menos manipulados por interesses econômicos e mais compatíveis com o direito fundamental à saúde.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Duda Salabert - PSOL/MG

Proteger crianças da publicidade agressiva de produtos nocivos não constitui censura nem excesso regulatório. Trata-se do cumprimento do dever constitucional do Estado de proteger a infância diante de práticas econômicas capazes de produzir adoecimento, dependência de consumo e graves impactos sociais e sanitários.

Diante da relevância da matéria para a proteção da saúde pública, da infância e das futuras gerações, contamos com o apoio das nobres Parlamentares e dos nobres Parlamentares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, 26 de maio de 2026.

Deputada DUDA SALABERT

PSOL/MG

Apresentação: 26/05/2026 19:33:51.667 - Mesa

PL n.2630/2026



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD264029898100>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Duda Salabert

Câmara dos Deputados | Anexo IV - Gabinete 840 | CEP 70160-900 - Brasília - DF
(61) 3215-5840 | dep.dudasalabert@camara.leg.br



* C D 2 6 4 0 2 9 8 9 8 1 0 0 *