

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 6.702, DE 2025

Institui o Selo de Transparência em Publicidade dirigida a Crianças, para assegurar identificação clara e inequívoca de conteúdos publicitários destinados ao público infantil, e dá outras providências.

Autor: Deputado AMOM MANDEL

Relatora: Deputada ERIKA HILTON

I - RELATÓRIO

Trata-se do Projeto de Lei nº 6.702, de 2025, que institui o Selo de Transparência em Publicidade para Crianças, de uso obrigatório em conteúdos publicitários dirigidos ao público infantil, veiculados em quaisquer meios de comunicação, plataformas digitais, aplicativos, serviços de streaming, mídias sociais ou formatos eletrônicos.

O art. 2º do projeto considera publicidade infantil aquela que, total ou parcialmente, se destina a crianças, conforme definição do art. 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA (Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990), incluindo conteúdos que utilizem elementos próprios do universo infantil, como linguagem, animações, personagens, desenhos, ídolos infantis ou temas lúdicos; músicas, narrativas ou elementos visuais voltados a crianças; influenciadores digitais mirins; e situações, cenários ou interações claramente dirigidos ao público infantil.



O art. 3º estabelece que o conteúdo publicitário deverá exibir, de forma ostensiva, clara, destacada e imediatamente perceptível, o Selo de Transparência em Publicidade para Crianças, cujo formato será definido em regulamento. No § 1º do artigo, está previsto que o selo conterá, no mínimo, a expressão: "PUBLICIDADE – CONTEÚDO DESTINADO A CRIANÇAS", acompanhada de símbolo gráfico padronizado. O §2º do mesmo artigo prevê que o selo deverá permanecer visível durante toda a duração da publicidade, sem possibilidade de ocultação por elementos visuais, animações ou interação do usuário. Por fim, §3º dispõe que, para conteúdo em áudio, será obrigatória mensagem verbal equivalente, emitida de forma compreensível e destacada no início da veiculação.

O art. 4º da proposta prevê que a utilização do selo não afastará a aplicação de normas previstas no Código de Defesa do Consumidor, no Estatuto da Criança e do Adolescente e nas resoluções do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – CONANDA.

O art. 5º da proposta dispõe que o descumprimento das obrigações sujeitará o infrator, conforme a gravidade da infração, às penalidades previstas no Código de Defesa do Consumidor; às sanções administrativas aplicáveis pelas autoridades de proteção de dados; à remoção ou suspensão da publicidade irregular, determinada por autoridade competente.

O art. 6º do projeto estabelece que o Poder Executivo regulamentará a Lei no prazo de 120 (cento e vinte) dias, definindo o padrão visual e técnico do selo; os critérios de acessibilidade; os parâmetros específicos para ambientes digitais e interativos; e os mecanismos de fiscalização.

Por fim, o art. 7º prevê a entrada em vigor da lei no prazo de 180 (cento e oitenta) dias da data da sua publicação.

A matéria tramita em regime ordinário e sujeita-se à apreciação conclusiva das Comissões de Defesa do Consumidor; de Previdência, Assistência Social, Infância e Adolescência e Família; e à apreciação da Comissão de



Constituição e Justiça e de Cidadania, nos termos do art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

Nesta Comissão, encerrado o prazo regimental (de 18/03/2026 a 07/04/2026), não foram apresentadas emendas ao projeto.

Cabe, regimentalmente, a esta Comissão manifestar-se sobre o projeto de lei em epígrafe sob a ótica do que prescreve o inciso V do artigo 32 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

É o relatório.

II - VOTO DA RELATORA

A publicidade dirigida ao público infantil representa um dos campos de maior vulnerabilidade no mercado de consumo, pois as crianças, por sua condição peculiar de desenvolvimento cognitivo e emocional, carecem da capacidade crítica necessária para distinguir conteúdo publicitário de conteúdo editorial, informativo ou de entretenimento.

O cenário digital aprofundou dramaticamente esse problema. A explosão de plataformas de streaming, aplicativos, redes sociais e conteúdos produzidos por influenciadores digitais criou um ambiente em que a publicidade é apresentada como entretenimento. Estratégias como o *unboxing*, a publicidade nativa e os conteúdos patrocinados inseridos em canais voltados ao público infantil tratam como conteúdo o que é, de fato, mensagem de cunho comercial.

Nesse sentido, entendemos como meritória a proposta, que visa a criação de selo a ser apresentado nas publicidades em formato digital a fim de deixar claro para as pessoas responsáveis pela criança que o conteúdo contém publicidade, possibilitando a estas o acompanhamento devido do conteúdo consumido.

A matéria tem ampla relação com princípios e normas do Código de Defesa do Consumidor, especialmente com o art. 36, segundo o qual a publicidade deve ser veiculada de forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a



identifique como tal; com o art. 37, o qual considera abusiva a publicidade que se aproveite da deficiência de julgamento e da experiência da criança; e com o art. 39, inc. IV, o qual veda, entre outras práticas abusivas, o prevalecimento da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, para impingir-lhe seus produtos ou serviços.

Com o intuito de aperfeiçoar a proposta, apresentamos substitutivo que institui o Aviso Obrigatório de Publicidade Infantil. A substituição de “selo” por “aviso” decorre do fato de que a expressão “selo” pode transmitir, ainda que involuntariamente, a ideia de certificação positiva, aprovação, qualidade ou adequação do conteúdo ao público infantil. Já a expressão “aviso obrigatório” tem natureza mais clara de advertência informativa, compatível com a finalidade protetiva da proposta.

Dessa forma, a imposição de aviso obrigatório contribui para tornar mais transparente a natureza comercial da mensagem, reduzindo o risco de que a publicidade seja confundida com entretenimento, recomendação espontânea, brincadeira, conteúdo educativo ou interação social. Ao mesmo tempo, a medida fortalece a atuação dos responsáveis, que passam a receber alerta claro sobre a necessidade de supervisão do consumo daquele conteúdo.

Diante do exposto, considerando que a proposta contempla uma necessidade real e urgente de proteção do público infantil diante das sofisticadas estratégias publicitárias do ambiente digital contemporâneo, votamos pela **APROVAÇÃO** do Projeto de Lei nº 6.702, de 2025, na forma do substitutivo apresentado.

Sala da Comissão, em de de 2026.



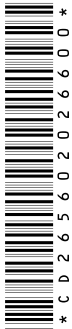
Deputada **ERIKA HILTON**

Relatora





Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD265602026600>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Erika Hilton



Apresentação: 30/06/2026 11:48:43.900 - CDC
PRL 1 CDC => PL 6702/2025

PRL n.1

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR
SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 6.702, DE 2025

Institui o Aviso Obrigatório de
Publicidade Infantil.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei institui o Aviso Obrigatório de Publicidade Infantil, para assegurar a identificação clara e inequívoca de conteúdo publicitário destinado ao público infantil pelos responsáveis pela criança.

Art. 2º É obrigatória a exibição do Aviso Obrigatório de Publicidade Infantil durante a veiculação de conteúdo publicitário destinado ao público infantil, por quaisquer meios de comunicação, plataformas digitais, aplicativos, serviços de streaming, mídias sociais ou formatos eletrônicos.

§1º Considera-se conteúdo publicitário destinado ao público infantil aquele que tem como público-alvo, mesmo que parcialmente, crianças, conforme definição prevista na Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA).

§2º Caracterizam o conteúdo publicitário destinado ao público infantil, entre outros, os seguintes elementos próprios do universo infantil, quando utilizados para a venda de produtos ou serviços:

I – formas de linguagem e expressão, animações, músicas, narrativas, recursos visuais ou sonoros voltados ao universo infantil;

II – personagens, desenhos, ídolos ou influenciadores digitais que atuam no segmento do público infantil;

III – temas lúdicos, fantásticos ou ficcionais próprios do imaginário infantil; e



IV – situações, cenários ou interações dirigidas ao público infantil.

§3º O Aviso Obrigatório de Publicidade Infantil consiste na exibição, de forma compatível com o meio utilizado para a publicidade, da frase "O consumo deste conteúdo publicitário deve ser supervisionado pelos adultos responsáveis pela criança."

§4º Para publicidade em formato visual, o Aviso Obrigatório de Publicidade Infantil deverá ser apresentado em fonte clara, legível e destacada em fundo escuro, deverá ser imediatamente perceptível e deverá estar presente durante todo o tempo que durar a publicidade.

§5º Para a publicidade em formato sonoro, o Aviso Obrigatório de Publicidade Infantil deverá ser apresentado no início, no meio e no final do anúncio, em voz clara e destacada, sem fundo musical.

Art. 3º O descumprimento das obrigações desta Lei sujeitará o infrator às sanções previstas no art. 56 da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), sem prejuízo das sanções de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas.

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

Sala da Comissão, em de de 2026.



Deputada ERIKA HILTON

Relatora

