



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal Duda Ramos – PODE/RR

Apresentação: 17/07/2026 20:02:36.113 - Mesa

PL n.4533/2026

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026

(Do Sr. DUDA RAMOS)

Institui a Lei de Proteção de Crianças e Adolescentes contra Hiperpublicidade Digital, estabelece limites à publicidade direcionada e às técnicas agressivas de retenção e impulsionamento comercial voltadas ao público infantojuvenil em plataformas digitais, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas de proteção de crianças e adolescentes contra práticas abusivas de hiperpublicidade digital, técnicas agressivas de retenção, impulsionamento comercial excessivo e mecanismos de monetização comportamental em ambientes digitais.

Art. 2º São objetivos desta Lei:

I – assegurar prioridade absoluta à proteção integral de crianças e adolescentes no ambiente digital;

II – limitar práticas publicitárias digitais abusivas direcionadas ao público infantojuvenil;

III – prevenir exploração comercial de vulnerabilidades cognitivas, emocionais e comportamentais de crianças e adolescentes;

IV – promover ambiente digital mais saudável, equilibrado e compatível com o desenvolvimento infantojuvenil;

V – garantir maior transparência e responsabilidade das plataformas digitais em conteúdos destinados ao público infantojuvenil.



Art. 3º Para os fins desta Lei, considera-se:

I – hiperpublicidade digital: exposição excessiva, repetitiva ou intensiva de publicidade em plataformas, aplicações ou conteúdos digitais;

II – publicidade direcionada infantojuvenil: comunicação comercial personalizada ou segmentada voltada a crianças e adolescentes com base em dados, perfilamento ou padrões comportamentais;

III – técnica agressiva de retenção: mecanismo digital destinado a maximizar artificialmente tempo de permanência, engajamento compulsivo ou consumo contínuo por crianças e adolescentes;

IV – impulsionamento comercial infantojuvenil: utilização de algoritmos, recompensas, estímulos emocionais ou mecanismos automatizados destinados a ampliar exposição publicitária ou indução de consumo entre menores de idade;

V – conteúdo digital infantojuvenil: conteúdo direcionado predominantemente a crianças e adolescentes ou consumido majoritariamente por esse público.

Art. 4º São direitos das crianças, adolescentes e seus responsáveis legais:

I – usufruir de ambiente digital compatível com a proteção integral prevista na Constituição Federal e no Estatuto da Criança e do Adolescente;

II – não ser submetido a publicidade excessivamente invasiva, manipulativa ou compulsiva;

III – receber proteção reforçada contra mecanismos digitais de exploração comportamental;

IV – ter acesso a informações claras sobre práticas de monetização aplicáveis a conteúdos infantojuvenis;



V – possuir mecanismos acessíveis de controle parental e gerenciamento de publicidade.

Art. 5º Ficam vedadas, em conteúdos ou plataformas direcionadas predominantemente ao público infantojuvenil:

I – publicidade personalizada baseada em perfilamento comportamental de crianças e adolescentes;

II – utilização de técnicas agressivas de retenção voltadas ao aumento artificial de tempo de permanência;

III – reprodução automática contínua de conteúdo associada a publicidade excessiva;

IV – uso de contagem regressiva, recompensas compulsivas, estímulos emocionais abusivos ou indução artificial de urgência para fins comerciais;

V – interrupções publicitárias excessivas em conteúdos educacionais ou infantis;

VI – publicidade oculta, disfarçada ou inserida de forma não claramente identificável;

VII – coleta excessiva de dados para fins de segmentação comercial infantojuvenil;

VIII – utilização de influenciadores infantis sem identificação ostensiva de conteúdo publicitário;

IX – mecanismos destinados a dificultar o encerramento de anúncios por crianças e adolescentes.

Art. 6º É vedada a utilização de dados de crianças e adolescentes para:

I – formação de perfis comerciais comportamentais;

II – direcionamento intensivo de publicidade;



III – predição emocional para fins de monetização;

IV – ampliação artificial de engajamento comercial.

Parágrafo único. O disposto neste artigo observará, no que couber, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD.

Art. 7º As plataformas digitais deverão adotar medidas reforçadas de proteção infantojuvenil, incluindo:

I – mecanismos simplificados de controle parental;

II – limitação proporcional de publicidade em conteúdos infantis;

III – identificação clara e ostensiva de conteúdo patrocinado;

IV – ferramentas de denúncia de publicidade abusiva;

V – políticas específicas de proteção contra hiperpublicidade digital;

VI – avaliação periódica de riscos relacionados à exposição excessiva de menores à monetização digital.

Art. 8º Plataformas digitais com mais de 10 milhões de usuários mensais no Brasil deverão publicar relatório anual de transparência contendo:

I – políticas de publicidade aplicáveis ao público infantojuvenil;

II – medidas adotadas para prevenção de exploração comercial abusiva;

III – mecanismos de mitigação de retenção compulsiva;

IV – volume médio de publicidade exibida em conteúdos infantis;

V – medidas de proteção de dados de crianças e adolescentes.

Art. 9º O Poder Público poderá promover campanhas de conscientização sobre:



- I – hiperpublicidade digital;
- II – segurança digital infantojuvenil;
- III – uso saudável de plataformas digitais;
- IV – riscos da monetização comportamental abusiva;
- V – educação midiática e consumo digital consciente.

Art. 10 Compete aos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, aos órgãos de proteção da infância e adolescência, à autoridade competente em proteção de dados e aos demais órgãos federais competentes fiscalizar o cumprimento desta Lei.

Art. 11 O descumprimento desta Lei sujeita os infratores às seguintes sanções administrativas, observado o devido processo legal:

- I – advertência;
- II – obrigação de adequação;
- III – suspensão da prática considerada abusiva;
- IV – multa de até 2% do faturamento bruto da empresa no Brasil, limitada a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração;
- V – imposição de medidas corretivas de transparência e proteção infantojuvenil.

§1º As sanções considerarão:

- I – gravidade da infração;
- II – impacto sobre crianças e adolescentes;
- III – reincidência;
- IV – capacidade econômica da empresa.

§2º Os recursos arrecadados poderão ser destinados a programas de educação digital, proteção infantojuvenil e saúde mental de crianças e adolescentes.



Art. 12 A aplicação desta Lei observará:

I – o princípio da proteção integral da criança e do adolescente;

II – o melhor interesse da criança;

III – a defesa do consumidor;

IV – a liberdade econômica compatível com os direitos fundamentais;

V – o Marco Civil da Internet;

VI – o Estatuto da Criança e do Adolescente;

VII – a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD.

Art. 13 O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.

Art. 14 Esta Lei entra em vigor após 1 (um) ano de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A transformação digital alterou profundamente a forma como crianças e adolescentes se relacionam com entretenimento, informação, educação e consumo. Plataformas digitais, aplicativos, jogos eletrônicos, redes sociais e serviços de vídeo passaram a integrar intensamente o cotidiano infantojuvenil, muitas vezes mediante modelos econômicos baseados em publicidade direcionada, retenção comportamental e monetização algorítmica.

Entretanto, a expansão dessas práticas ocorreu em velocidade superior à capacidade regulatória do Estado e à construção de mecanismos adequados de proteção infantojuvenil no ambiente digital.

Atualmente, crianças e adolescentes encontram-se expostos a estratégias sofisticadas de hiperpublicidade digital, impulsionamento comercial



contínuo, estímulos artificiais de permanência e mecanismos de engajamento compulsivo desenvolvidos para ampliar consumo, tempo de tela e exposição publicitária.

Tais práticas exploram vulnerabilidades cognitivas e emocionais típicas da infância e adolescência, comprometendo a autonomia em formação, favorecendo consumo impulsivo, ampliando dependência comportamental e intensificando riscos à saúde mental e ao desenvolvimento saudável.

A presente proposição busca estabelecer parâmetros mínimos de proteção digital infantojuvenil, limitando mecanismos abusivos de publicidade direcionada e técnicas agressivas de retenção comercial em plataformas digitais.

O projeto não pretende inviabilizar modelos econômicos legítimos da economia digital, tampouco restringir o acesso de crianças e adolescentes à tecnologia. Busca-se, ao contrário, assegurar ambiente digital mais equilibrado, ético, transparente e compatível com os princípios constitucionais da proteção integral e do melhor interesse da criança.

A matéria possui fundamento constitucional nos arts. 5º, XXXII, 6º, 227 e 230 da Constituição Federal, além de encontrar respaldo no Estatuto da Criança e do Adolescente, no Código de Defesa do Consumidor, no Marco Civil da Internet e na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD.

O presente Projeto de Lei integra um pacote legislativo voltado ao enfrentamento de práticas abusivas no consumo eletrônico e nas plataformas digitais contemporâneas, especialmente em temas que ainda carecem de regulamentação específica, amadurecimento legislativo e aprofundamento do debate público no Brasil.

Nesse contexto, torna-se fundamental preservar a identidade temática e o núcleo material desta proposição, evitando seu tratamento como mero objeto acessório de apensamento a projetos genéricos de regulação ampla das plataformas digitais ou da internet.



O cerne desta proposta consiste especificamente na proteção de crianças e adolescentes contra mecanismos de hiperpublicidade digital, monetização comportamental abusiva e técnicas agressivas de retenção comercial, matéria dotada de elevada especificidade técnica, social e psicológica.

O eventual apensamento a proposições amplas e heterogêneas pode diluir o foco protetivo da iniciativa, comprometer o aprofundamento técnico necessário ao debate e retardar a implementação de instrumentos urgentes de proteção infantojuvenil no ambiente digital.

A aprovação desta proposta poderá produzir resultados concretos relevantes, incluindo a redução da exposição abusiva de crianças à publicidade digital, fortalecimento da proteção de dados infantojuvenis, mitigação de práticas compulsivas de retenção algorítmica, incentivo ao desenvolvimento de ambientes digitais mais saudáveis e ampliação da responsabilidade social das plataformas tecnológicas.

Além disso, a iniciativa contribui para a construção de uma cultura digital mais ética, transparente e compatível com os direitos fundamentais da infância e adolescência no Brasil.

Diante da relevância jurídica, social e contemporânea da matéria, contamos com o apoio das Senhoras e dos Senhores Parlamentares para a aprovação do presente Projeto de Lei, em benefício da proteção integral das crianças e adolescentes brasileiros no ambiente digital.

Sala das Sessões, em 2026.

Deputado DUDA RAMOS

