



# Projeto de Lei n° 2628/2022

## Proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais

**Rodrigo Paiva**

Diretor da ABRAL (Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens)

**A ABRAL apoia o relatório do  
Senador Jorge Kajuru referente  
ao Projeto de Lei nº 2628/2022.**

# Projeto de Lei nº 2628/2022

## CAPÍTULO V

### DA PUBLICIDADE EM MEIO DIGITAL

Art. 10. Os produtos ou serviços de tecnologia da informação direcionados ou que possam ser utilizados por crianças devem coibir a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica a crianças, com a intenção de persuadi-las para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos:

I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;

II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;

III - representação de criança;

IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;

V - personagens ou apresentadores infantis; VI - desenho animado ou de animação;

VII - bonecos ou similares;

VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e

IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

§ 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo a toda forma de exibição de produtos ou serviços, ainda que gratuitos, destinados a crianças, inclusive por meio de plataformas de compartilhamento de vídeo, de redes sociais e de outros produtos ou serviços de tecnologia da informação.

§ 2º A prática descrita neste artigo é considerada abusiva para os fins da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

# Resolução nº 163/2014 – CONANDA

**Art. 2º** Considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos:

- I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;
- II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;
- III - representação de criança;
- IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;
- V - personagens ou apresentadores infantis;
- VI - desenho animado ou de animação;
- VII - bonecos ou similares;
- VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e
- IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

§ 1º O disposto no caput se aplica à publicidade e à comunicação mercadológica realizada, dentre outros meios e lugares, em eventos, espaços públicos, páginas de internet, canais televisivos, em qualquer horário, por meio de qualquer suporte ou mídia, seja de produtos ou serviços relacionados à infância ou relacionados ao público adolescente e adulto.

# Projeto de Lei nº 2628/2022

CAPÍTULO V

## DA PUBLICIDADE EM MEIO DIGITAL

Art. 10. Os produtos ou serviços de tecnologia da informação direcionados ou que possam ser utilizados por crianças devem coibir a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica a crianças, com a intenção de persuadi-las para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos:

I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;

II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;

III - representação de criança;

IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;

V - personagens ou apresentadores infantis; VI - desenho animado ou de animação;

VII - bonecos ou similares;

VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e

IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

§ 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo a toda forma de exibição de produtos ou serviços, ainda que gratuitos, destinados a crianças, inclusive por meio de plataformas de compartilhamento de vídeo, de redes sociais e de outros produtos ou serviços de tecnologia da informação.

§ 2º A prática descrita neste artigo é considerada abusiva para os fins da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

# Resolução nº 163/2014 – CONANDA

**Art. 2º** Considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos:

I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;

II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;

III - representação de criança;

IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;

V - personagens ou apresentadores infantis;

VI - desenho animado ou de animação;

VII - bonecos ou similares;

VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e

IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

§ 1º O disposto no caput se aplica à publicidade e à comunicação mercadológica realizada, dentre outros meios e lugares, em eventos, espaços públicos, páginas de internet, canais televisivos, em qualquer horário, por meio de qualquer suporte ou mídia, seja de produtos ou serviços relacionados à infância ou relacionados ao público adolescente e adulto.

# Desvendando a publicidade infantil do Brasil: Separando fatos de ficção

Autoria: Marici Ferreira e Talita Sabatini Garcia

**VERDADE:** A publicidade infantil é permitida e regulamentada no Brasil.

**FALSO:** A publicidade infantil é proibida.

**VERDADE:** O controle misto da publicidade é eficiente.

**FALSO:** A autorregulação não é suficiente para proteger as crianças.

**VERDADE:** A Resolução do CONANDA nº 163 de 13/03/2014 não tem força de lei.

**FALSO:** A publicidade infantil foi proibida pela Resolução nº 163 do CONANDA.

**VERDADE:** Não há decisão ou jurisprudência que vede a publicidade infantil no Brasil.

**FALSO:** Existem decisões judiciais que proíbem toda e qualquer forma de publicidade infantil.

**VERDADE:** A publicidade infantil pode ser educativa e benéfica!

**FALSO:** Toda a publicidade infantil é prejudicial

# Obrigado!

**LINK PARA A MATÉRIA:**

<https://natelinha.uol.com.br/colunas/coluna-especial/2024/02/21/desvendando-a-publicidade-infantil-do-brasil-separando-fatos-de-ficcao-207864.php>

**E-mail para contato:**

[rodrigo.abral@gmail.com](mailto:rodrigo.abral@gmail.com)

