



SENADO FEDERAL

SF/26015.13819-62

PARECER Nº , DE 2026

Da COMISSÃO DE DIREITOS HUMANOS E LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA, sobre o Projeto de Lei nº 3.518, de 2025, do Senador Confúcio Moura, que *dispõe sobre a veiculação de publicidade não educativa em intervalos de jogos online destinados ao público infantil.*

Relatora: Senadora **DAMARES ALVES**

I – RELATÓRIO

Vem ao exame da Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa (CDH) o Projeto de Lei (PL) nº 3.518, de 2025, de autoria do Senador Confúcio Moura, que disciplina a veiculação de publicidade em jogos *online* destinados a menores de 12 anos, permitindo somente anúncios de caráter educativo em seus intervalos.

O PL é composto por seis artigos.

O art. 1º estabelece o objeto da proposição, disciplinando a veiculação de publicidade não educativa em intervalos de jogos *online* destinados ao público infantil. Nesse contexto, o parágrafo único do dispositivo considera como jogos *online* destinados ao público infantil aqueles classificados para menores de 12 anos, de acordo com o sistema de classificação indicativa editado pelo Poder Executivo.





SENADO FEDERAL

Veda-se, no art. 2º, a exibição de propagandas comerciais em intervalos de jogos *online* destinados ao público infantil, ressalvando apenas aquelas de caráter estritamente educativo.

Por sua vez, o art. 3º atribui às plataformas de jogos *online* a responsabilidade por garantir a adequação do conteúdo publicitário exibido em seus produtos.

No tocante aos mecanismos sancionatórios, o art. 4º prevê que o descumprimento das disposições da lei proposta sujeitará os infratores, sem prejuízo de outras sanções legalmente previstas, à advertência, à multa de até dois por cento do faturamento bruto da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou conglomerado no Brasil no último exercício fiscal, limitada a R\$ 50.000.000,00 por infração, e à suspensão da veiculação de publicidade no jogo *online*.

Finalmente, os arts. 5º e 6º tratam, respectivamente, da regulamentação e da vigência da norma.

Na justificação da proposição, o autor destaca o dever constitucional de proteção à criança e alerta para a falta de discernimento desse público diante da influência da publicidade. Ainda, afirma que a medida objetiva resguardar as crianças de conteúdos potencialmente nocivos ao seu desenvolvimento emocional e cognitivo, convocando as plataformas de jogos virtuais à responsabilidade de adotarem uma postura mais ética e consciente na distribuição de conteúdo para o público infantil.

O PL foi distribuído à CDH e, em caráter terminativo, à Comissão de Educação e Cultura (CE).

Até o momento, não foram apresentadas emendas.





SENADO FEDERAL

II – ANÁLISE

Nos termos do art. 102-E do Regimento Interno do Senado Federal, compete à CDH opinar sobre matérias atinentes à garantia e promoção dos direitos humanos e à proteção à infância. A proposição em exame insere-se nesse âmbito material, pois versa sobre tutela de crianças e adolescentes em ambiente digital e sobre limites à exploração comercial dirigida a público em condição peculiar de desenvolvimento.

Sob o prisma constitucional, a finalidade do projeto é legítima. A Constituição Federal impõe à família, à sociedade e ao Estado o dever de assegurar à criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, a proteção de seus direitos e de sua dignidade, o que autoriza a adoção de medidas legislativas destinadas a prevenir formas de exploração comercial abusiva no ambiente digital. Ao mesmo tempo, qualquer restrição normativa à atividade econômica e à comunicação mercadológica deve guardar proporcionalidade e compatibilidade com a livre iniciativa e com a defesa do consumidor, igualmente inscritos nos princípios constitucionais.

Quanto à constitucionalidade material, a finalidade protetiva do projeto é legítima. A ordem constitucional, nos termos do seu art. 227, impõe prioridade absoluta à proteção de crianças e adolescentes, o que autoriza a adoção de medidas legislativas voltadas à prevenção de práticas econômicas abusivas em ambientes digitais. Essa tutela, contudo, deve ser construída em termos proporcionais, de modo a compatibilizar a proteção integral com a livre iniciativa, a liberdade de comunicação comercial nos limites constitucionais e a defesa do consumidor.

Sob a ótica da juridicidade, da proporcionalidade regulatória e da técnica legislativa, verifica-se a oportunidade de promover ajustes pontuais ao texto, com vistas ao seu aprimoramento e à sua harmonização com o ordenamento jurídico vigente.





SENADO FEDERAL

A superveniência da Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025, que instituiu o Estatuto Digital da Criança e do Adolescente, impõe que eventual inovação normativa relacionada à publicidade em jogos eletrônicos seja promovida mediante alteração desse diploma legal, que já disciplina a proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital, inclusive no que se refere à publicidade comportamental, ao perfilamento comercial e às práticas digitais abusivas. A consolidação da matéria no âmbito do regime jurídico já existente mostra-se mais adequada à preservação da organicidade do sistema normativo e produziria dispersão legislativa, em desacordo com o art. 7º, inciso IV, da Lei Complementar nº 95, de 1998.

A análise do Estatuto Digital revela, contudo, que embora o diploma tenha avançado significativamente na vedação de práticas publicitárias manipulativas e no controle do uso de dados para fins comerciais, ainda subsistem lacunas regulatórias específicas quanto à publicidade veiculada em jogos eletrônicos, especialmente em ambientes digitais voltados ao público infantojuvenil. A legislação vigente não estabelece disciplina expressa sobre a inserção de publicidade integrada à mecânica dos jogos, sobre anúncios condicionantes de progressão ou recompensa, nem sobre práticas de monetização baseadas em interação compulsória com conteúdo publicitário.

O Projeto de Lei nº 3.518, de 2025, identifica corretamente a existência de riscos associados à publicidade comercial em jogos eletrônicos acessados por crianças e adolescentes. Todavia, alguns conceitos presentes na redação originalmente proposta, como as expressões “publicidade não educativa” e “conteúdo estritamente educativo”, admitem maior especificação normativa, razão pela qual se mostra recomendável maior objetividade conceitual na aplicação das restrições previstas.

Além disso, a referência a “intervalos de jogos online” pode ser atualizada para melhor refletir a dinâmica contemporânea dos jogos eletrônicos, nos quais a publicidade frequentemente se apresenta integrada à interface, à ambientação, à narrativa ou à própria mecânica de funcionamento da experiência digital.





SENADO FEDERAL

Também se mostra recomendável a adoção de disciplina normativa proporcional às diferentes fases do desenvolvimento de crianças e adolescentes, especialmente no que se refere à definição das restrições aplicáveis à publicidade comercial em ambientes digitais.

A proteção jurídica conferida à infância e à adolescência, embora igualmente fundada no princípio da proteção integral, demanda a observância de medidas compatíveis com as especificidades inerentes às diferentes fases do desenvolvimento humano.

A criança possui condição de hipervulnerabilidade acentuada e discernimento mercadológico reduzido, circunstância que justifica proteção mais intensa e vedação ampla à publicidade comercial em jogos eletrônicos a ela direcionados. Já o adolescente, embora ainda protegido pela condição peculiar de pessoa em desenvolvimento, possui autonomia progressiva reconhecida pelo próprio Estatuto da Criança e do Adolescente e pelo Estatuto Digital, razão pela qual se mostra mais adequado adotar regime regulatório proporcional, voltado não à proibição absoluta da publicidade comercial, mas à vedação de práticas manipulativas, enganosas, abusivas ou incompatíveis com sua condição de desenvolvimento.

Nessa linha, o substitutivo busca explicitar tratamento normativo distinto para crianças e adolescentes. Para o público infantil, estabelece vedação à publicidade comercial em jogos eletrônicos predominantemente direcionados a crianças, reconhecendo a especial condição de vulnerabilidade cognitiva e comportamental própria da infância. Para os adolescentes, preserva-se a possibilidade de publicidade comercial legítima, desde que observados critérios de transparência, identificação clara da comunicação publicitária, compatibilidade com a classificação indicativa e vedação de práticas abusivas, manipulativas ou compulsórias, especialmente aquelas integradas à mecânica do jogo ou destinadas à indução artificial do consumo.

A solução proposta permite harmonizar proteção integral, proporcionalidade regulatória, liberdade de iniciativa e autonomia





SENADO FEDERAL

progressiva do adolescente, aperfeiçoando o Estatuto Digital da Criança e do Adolescente sem inviabilizar modelos legítimos de comunicação comercial e monetização digital compatíveis com o desenvolvimento saudável do público adolescente.

Com isso, preserva-se o mérito protetivo da iniciativa legislativa original, promovendo-se, ao mesmo tempo, aperfeiçoamentos destinados a conferir maior integração sistêmica, segurança jurídica e clareza normativa ao texto.

III – VOTO

Ante o exposto, o voto é pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 3.518, de 2025, na forma da seguinte emenda substitutiva:

EMENDA Nº - CDH (SUBSTITUTIVO)

PROJETO DE LEI Nº 3.518, DE 2026 (SUBSTITUTIVO)

Altera a Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025, que “dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais (Estatuto Digital da Criança e do Adolescente)”, para vedar práticas abusivas de publicidade comercial em jogos eletrônicos direcionados a crianças e adolescentes.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:





SENADO FEDERAL

Art. 1º A Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025, passa a vigorar acrescida dos seguintes arts. 22-A e 22-B:

“Art. 22-A. É vedada a veiculação de publicidade comercial em jogos eletrônicos direcionados a crianças ou de acesso provável por elas.

§ 1º Para os fins deste artigo, considera-se publicidade comercial toda comunicação destinada à promoção, direta ou indireta, de produto, serviço, marca ou atividade econômica.

§ 2º A vedação prevista no caput aplica-se à publicidade veiculada:

I – antes, durante ou após a sessão de jogo;

II – de forma integrada à interface, à ambientação, à narrativa ou à mecânica do jogo;

III – mediante recompensas, benefícios, desbloqueios ou qualquer forma de vantagem vinculada à visualização ou interação com conteúdo publicitário.

§ 3º O disposto neste artigo não se aplica:

I – às campanhas de utilidade pública;

II – às comunicações de caráter exclusivamente informativo, sem finalidade comercial;

III – à identificação institucional do desenvolvedor, distribuidor ou mantenedor do jogo, desde que desprovida de apelo comercial direto.

§ 4º O disposto neste artigo deverá ser interpretado em conformidade com os princípios da proteção integral da criança e da prioridade absoluta previstos na Constituição Federal e no Estatuto da Criança e do Adolescente.

Art. 22-B. Nos jogos eletrônicos direcionados a adolescentes ou de acesso provável por eles, a publicidade comercial deverá observar a condição peculiar de pessoa em desenvolvimento e ser adequada à maturidade desse público, sendo vedada a veiculação de comunicação comercial que:

I – não seja claramente identificável como conteúdo publicitário;





SENADO FEDERAL

II – se integre à interface, à ambientação, à narrativa ou à mecânica do jogo de modo a ocultar deliberadamente sua natureza comercial, induzindo o usuário a erro quanto à distinção do conteúdo lúdico;

III – condicione acesso, permanência, funcionalidades, progressão ou recompensa à visualização obrigatória ou interação compulsória com publicidade vedada por esta Lei ou incompatível com a classificação indicativa do jogo;

IV – promova produtos, serviços ou conteúdos incompatíveis com a classificação indicativa do jogo;

V – utilize mecanismos artificiais de urgência, escassez simulada ou indução enganosa destinados a estimular consumo compulsivo;

VI – explore vulnerabilidades emocionais, psicológicas ou comportamentais próprias da adolescência.

§ 1º A publicidade destinada a adolescentes deverá respeitar os princípios da transparência, da identificação clara da comunicação comercial e da compatibilidade com o desenvolvimento físico, psíquico e moral do adolescente.

§ 2º O disposto neste artigo não impede:

I – publicidade contextual claramente identificada;

II – modelos legítimos de monetização compatíveis com esta Lei;

III – comunicações institucionais, informativas ou de utilidade pública.

§ 3º A aplicação deste artigo observará os princípios da proteção integral, da autonomia progressiva do adolescente, da proporcionalidade regulatória e da liberdade de iniciativa.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor após decorridos cento e oitenta dias de sua publicação oficial.

Sala da Comissão,





SENADO FEDERAL

, Presidente

, Relatora

