



CÂMARA DOS DEPUTADOS

## **PROJETO DE LEI N.º 2.092-A, DE 2025**

**(Do Sr. Luiz Carlos Busato)**

Proíbe a veiculação de propaganda de plataformas de apostas esportivas ("bets") em todos os meios de comunicação social e na rede mundial de computadores, inclusive nas redes sociais, e dá outras providências; tendo parecer da Comissão de Comunicação, pela rejeição (relator: DEP. MAURICIO MARCON).

**DESPACHO:**

ÀS COMISSÕES DE  
COMUNICAÇÃO;  
DEFESA DO CONSUMIDOR;  
FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO (MÉRITO E ART. 54, RICD) E  
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

**APRECIAÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

### **S U M Á R I O**

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Comunicação:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

**PROJETO DE LEI Nº \_\_\_\_\_, DE 2025  
(do Sr. Luiz Carlos Busato)**

Proíbe a veiculação de propaganda de plataformas de apostas esportivas ("bets") em todos os meios de comunicação social e na rede mundial de computadores, inclusive nas redes sociais, e dá outras providências.

**O Congresso Nacional decreta:**

**Art. 1º** Fica proibida, em todo o território nacional, a veiculação de qualquer tipo de propaganda, publicidade ou ação promocional referente a plataformas de apostas esportivas, conhecidas como "bets", em:

I – emissoras de rádio e televisão, abertas ou por assinatura;

II – jornais, revistas, outdoors, painéis eletrônicos e demais meios de comunicação impressos ou digitais;

III – sites, aplicativos, blogs, plataformas de vídeo e demais ambientes na rede mundial de computadores;

IV – redes sociais, por meio de contas pessoais, empresariais ou de influenciadores digitais.

**Art. 2º** Entende-se por propaganda, publicidade ou ação promocional qualquer forma de divulgação, direta ou indireta, com o objetivo de promover marcas, plataformas, serviços ou eventos ligados a apostas esportivas e jogos de azar.

**Art. 3º** A infração ao disposto nesta Lei sujeita os responsáveis à aplicação das seguintes penalidades:



\* C D 2 5 1 6 6 2 8 5 5 0 0 \*

I – multa de até R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), a ser aplicada proporcionalmente ao alcance da publicidade;

II – suspensão temporária do veículo de comunicação ou da conta em rede social que promover a infração, nos termos da regulamentação;

III – cassação da licença de funcionamento, em caso de reincidência grave.

**Art. 4º** A fiscalização e a aplicação das penalidades previstas nesta Lei caberão aos órgãos competentes do Poder Executivo Federal, conforme regulamentação.

**Art. 5º** Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

Nos últimos anos, assistimos a uma verdadeira explosão do mercado de apostas esportivas no Brasil, impulsionada pela popularização das plataformas digitais conhecidas como "bets". Embora regulamentadas parcialmente, essas plataformas operam num ambiente de exposição massiva, onde a publicidade é dirigida, de forma agressiva, a públicos amplos, inclusive a crianças e adolescentes.

A proposta deste Projeto de Lei é simples, mas urgente: **proibir a veiculação de propaganda de apostas esportivas em todos os meios de comunicação social e na internet**, inclusive nas redes sociais. A medida visa conter os danos sociais e psicológicos crescentes associados à prática das apostas, que hoje se disfarça sob uma roupagem de entretenimento, mas



carrega um potencial de dependência semelhante ao dos jogos de azar.

Há farta evidência científica de que a exposição repetida à publicidade de apostas contribui significativamente para o desenvolvimento de comportamentos compulsivos, sobretudo entre os mais jovens. A publicidade sedutora, muitas vezes veiculada por influenciadores digitais e ídolos esportivos, apresenta as apostas como um caminho fácil para a obtenção de dinheiro e sucesso — uma promessa ilusória que mascara os riscos reais de perda financeira, endividamento, transtornos de saúde mental e deterioração de vínculos sociais e familiares.

Enquanto diversos países têm adotado medidas restritivas contra esse tipo de propaganda — como o Reino Unido, que já proibiu o uso de celebridades e atletas em anúncios de apostas —, o Brasil ainda carece de uma legislação efetiva que limite a presença das "bets" na vida cotidiana dos cidadãos. Atualmente, é possível assistir a eventos esportivos, navegar em redes sociais ou assistir a vídeos no YouTube sem escapar da enxurrada de anúncios promovendo essas plataformas.

É necessário, portanto, **romper com essa lógica de estímulo constante ao jogo**. Assim como se estabeleceu, com sucesso, o banimento da propaganda de cigarro e de bebidas alcoólicas em certos horários e meios, devemos aplicar o mesmo princípio às apostas esportivas. O objetivo não é coibir o direito individual de quem opta por participar desse mercado, mas **proteger o interesse público diante de uma prática com alto potencial destrutivo**.

Além disso, a medida proposta neste projeto encontra amparo no princípio da precaução, consagrado em políticas públicas de saúde. Prevenir os efeitos danosos do jogo patológico — incluindo o suicídio, a falência financeira e a exclusão social — é dever do



\* C D 2 5 1 6 6 2 8 5 5 0 0 \*

Estado, e a proibição da propaganda é um passo fundamental nessa direção.

Por essas razões, conclamamos os nobres pares desta Casa Legislativa a se somarem a este esforço, votando favoravelmente à presente proposição, em defesa da saúde mental, da proteção à infância e juventude, e da construção de um ambiente digital mais seguro e responsável.

**Deputado Luiz Carlos Busato**

União Brasil – RS



\* C D 2 5 1 6 6 2 8 5 5 0 0 \*

## COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

### PROJETO DE LEI Nº 2.092, DE 2025

Proíbe a veiculação de propaganda de plataformas de apostas esportivas (“bets”) em todos os meios de comunicação social e na rede mundial de computadores, inclusive nas redes sociais, e dá outras providências.

**Autor:** Deputado LUIZ CARLOS BUSATO

**Relator:** Deputado MAURICIO MARCON

#### I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 2.092, de 2025, do Deputado Luiz Carlos Busato, propõe a proibição de toda forma de publicidade, propaganda ou ação comercial de plataformas de apostas esportivas em: emissoras de rádio e televisão, abertas ou por assinatura; jornais, revistas, outdoors, painéis eletrônicos e demais meios de comunicação impressos ou digitais; sites, aplicativos, blogs, plataformas de vídeo e demais ambientes na rede mundial de computadores; e redes sociais, por meio de contas pessoais, empresariais ou de influenciadores digitais. O texto sujeita ainda os infratores a sanções de multa de até R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), suspensão temporária do veículo de comunicação ou da conta em rede social que veicular ou incorrer em infração, e cassação da licença de funcionamento, em caso de reincidência grave.

Por fim, a proposição estabelece que a fiscalização e a aplicação das penalidades previstas caberão aos órgãos competentes do Poder Executivo Federal, conforme regulamentação, e propõe prazo de 90 (noventa) dias para entrada em vigor de suas disposições.



\* C D 2 5 6 4 3 0 9 5 6 1 0 0 \*

O projeto foi distribuído às Comissões de Comunicação e Defesa do Consumidor, para apreciação de mérito; à Comissão de Finanças e Tributação, para apreciação de mérito e da adequação financeira e orçamentária; e à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, para verificação do atendimento aos pressupostos de juridicidade e constitucionalidade.

A proposição está sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões, nos termos do art. 24, inciso II, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados – RICD, e tramita no regime ordinário, consoante art. 151, inciso III, também do RICD.

No prazo regimental, não foram oferecidas emendas ao projeto nesta Comissão.

É o Relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

As plataformas de apostas de quota fixa, popularmente conhecidas por bets, foram inicialmente legalizadas e regulamentadas no Brasil pela Lei nº 13.756, de 12 de dezembro de 2018. Posteriormente e de forma mais detalhada e abrangente, foram disciplinadas pela Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, que ficou conhecida como Lei das apostas esportivas ou Lei das bets.

A publicidade das plataformas de apostas e seus possíveis impactos sociais foram aspectos levados em consideração pelo Congresso Nacional quando da elaboração da Lei das bets. Assim é que a referida lei, em seu art. 16, prevê que as ações de comunicação, de publicidade e de marketing das bets deverão observar a regulamentação do Ministério da Fazenda, incentivada a autorregulação. Esse dispositivo estabelece ainda um conjunto mínimo de regramentos que devem fazer parte da regulamentação exarada pelo Ministério da Fazenda, que inclui: avisos de desestímulo ao jogo e de advertência sobre seus malefícios que deverão ser veiculados pelos



agentes operadores; outras ações informativas de conscientização dos apostadores e de prevenção do transtorno do jogo patológico, bem como da proibição de participação de menores de 18 (dezoito) anos, especialmente por meio da elaboração de código de conduta e da difusão de boas práticas; e a destinação da publicidade e da propaganda das apostas ao público adulto, de modo a não ter crianças e adolescentes como público-alvo.

Adicionalmente, o art. 17 da mesma Lei impõe uma série de vedações às plataformas de aposta, que não poderão veicular publicidade ou propaganda comercial que:

- tenha por objeto ou finalidade a divulgação de marca, de símbolo ou de denominação de pessoas jurídicas ou naturais, ou dos canais eletrônicos ou virtuais por elas utilizados, que não possuam a prévia autorização exigida na Lei;
- veicule afirmações infundadas sobre as probabilidades de ganhar ou os possíveis ganhos que os apostadores podem esperar;
- apresente a aposta como socialmente atraente ou contenha afirmações de personalidades conhecidas ou de celebridades que sugira que o jogo contribui para o êxito pessoal ou social;
- sugira ou dê margem para que se entenda que a aposta pode constituir alternativa ao emprego, solução para problemas financeiros, fonte de renda adicional ou forma de investimento financeiro;
- contribua para ofender crenças culturais ou tradições do País, especialmente aquelas contrárias à aposta; e
- promova o marketing em escolas e universidades ou promova apostas esportivas dirigidas a menores de idade.



\* C D 2 5 6 4 3 0 9 5 6 1 0 0 \*

O dispositivo proíbe, ainda, a realização de qualquer tipo de publicidade ou propaganda em meios de comunicação, físicos ou virtuais, sem o aviso de classificação indicativa da faixa etária direcionada.

O PL nº 2.092/2025 pretende, em um diploma legal diverso da Lei das bets, proibir toda forma de publicidade, propaganda ou ação comercial das plataformas de apostas esportivas em todos os meios de comunicação social, o que inclui emissoras de radiodifusão, TV por assinatura, jornais, revistas, outdoors, sites, aplicativos, blogs, plataformas de vídeos e redes sociais.

Em sua justificação, o autor alega que “essas plataformas operam num ambiente de exposição massiva, onde a publicidade é dirigida, de forma agressiva, a públicos amplos, inclusive a crianças e adolescentes”. Menciona ainda que diversos países, como o Reino Unido, têm adotado medidas restritivas contra esse tipo de propaganda, enquanto o Brasil ainda carece de uma legislação efetiva que limite a presença das bets na vida cotidiana dos cidadãos. Por fim, defende que “assim como se estabeleceu, com sucesso, o banimento da propaganda de cigarro e de bebidas alcoólicas em certos horários e meios, devemos aplicar o mesmo princípio às apostas esportivas”.

Ainda que as preocupações expressas pelo autor do projeto sejam pertinentes, acreditamos que há um certo exagero nos argumentos oferecidos em sua defesa.

Em primeiro lugar, a propaganda de sites de apostas dirigida a crianças e adolescentes já é proibida pela Lei das bets; caso existam, de fato, peças publicitárias em circulação direcionadas a menores de idade, a solução está em punir tais violações com base na legislação vigente, e não em criar novas proibições.

Em segundo lugar, conforme já mencionado, a Lei das bets, além de prever explicitamente um conjunto de regras balizadoras para a publicidade das plataformas de apostas, confere ao Ministério da Fazenda competência para impor condicionantes e limites adicionais para essas propagandas. Em nosso entendimento, trata-se de um modelo adequado,



\* C D 2 5 6 4 3 0 9 5 6 1 0 0 \*

tendo em vista que o Congresso Nacional não tem competência técnica para regular as minúcias do setor. Ademais, a morosidade inerente ao processo legislativo torna-o incapaz de acompanhar a rápida evolução dos meios de comunicação social, sendo a regulação infralegal mais adequada para tutelar o funcionamento de atividades econômicas dinâmicas, como no caso em discussão.

Por último, ao mesmo tempo em que defende a adoção de sistemática similar à empregada para as propagandas de cigarros e bebidas, o autor propõe a proibição completa e imediata de toda e qualquer propaganda de plataformas de apostas menos de dois anos após a entrada em vigor da lei que permitiu essas propagandas. Tal medida difere tanto do modelo adotado para as bebidas alcoólicas, em que são permitidas propagandas até os dias de hoje, como do modelo adotado para cigarros, em que as restrições de exibição foram sendo implementadas em etapas.

Em nosso entendimento, ainda não houve tempo hábil para a sociedade julgar se o modelo de restrição às propagandas de plataformas de apostas previsto na Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, é suficiente e adequado. Por esse motivo, vemos como temerária uma proposta que pretenda proibir completa e abruptamente qualquer tipo de publicidade dessas plataformas, sendo incertos os impactos econômicos e sociais que tal medida traria.

Ante o exposto, nosso voto é pela **REJEIÇÃO** do Projeto de Lei nº 2.092, de 2025.

Sala da Comissão, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

Deputado MAURICIO MARCON  
Relator



\* C D 2 2 5 6 4 3 0 9 5 6 1 0 0 \*



Câmara dos Deputados

## COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

### PROJETO DE LEI Nº 2.092, DE 2025

#### III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Comunicação, em reunião extraordinária realizada hoje, mediante votação ocorrida por processo simbólico, concluiu pela rejeição do Projeto de Lei nº 2.092/2025, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Mauricio Marcon.

Registraram presença à reunião os seguintes membros:

Julio Cesar Ribeiro - Presidente, Amaro Neto e David Soares - Vice-Presidentes, André Figueiredo, Antonio Andrade, Bia Kicis, Cabo Gilberto Silva, Capitão Alberto Neto, Cezinha de Madureira, Cleber Verde, Fábio Teruel, Jadyel Alencar, Mauricio Marcon, Rodrigo da Zaeli, Rodrigo Valadares, Albuquerque, Bibo Nunes, Delegado Paulo Bilynskyj, Franciane Bayer, Lucas Ramos, Luizianne Lins, Orlando Silva, Ossesio Silva e Rosana Valle.

Sala da Comissão, em 10 de dezembro de 2025.

Deputado JULIO CESAR RIBEIRO  
Presidente



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD250007118900>  
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Julio Cesar Ribeiro