

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2026.**(Do Sr. Lindbergh Farias)**

Dispõe sobre a proteção de crianças, adolescentes, consumidores e pessoas vulneráveis contra a publicidade abusiva de apostas de quota fixa, estabelece limites à propaganda, ao patrocínio, ao marketing digital e à atuação de influenciadores, e altera a Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. Esta Lei estabelece normas de proteção social, sanitária, consumerista, econômica e desportiva aplicáveis à publicidade, propaganda, marketing, patrocínio, promoção comercial e comunicação mercadológica de apostas de quota fixa, físicas ou virtuais, inclusive apostas esportivas e jogos on-line, com fundamento na Constituição Federal, no Código de Defesa do Consumidor, no Estatuto da Criança e do Adolescente, na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e na Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023.

Parágrafo único. As disposições desta Lei aplicam-se a operadores de apostas autorizados, anunciantes, agências de publicidade, veículos de comunicação, plataformas digitais, provedores de aplicação, clubes, entidades esportivas, influenciadores digitais, afiliados, intermediários comerciais e demais agentes que participem, direta ou indiretamente, da criação, contratação, distribuição, impulsionamento ou monetização de publicidade de apostas.

Art. 2º. Para os fins desta Lei, considera-se:

I – aposta de quota fixa: a modalidade lotérica prevista na Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, na qual o apostador conhece previamente a taxa de retorno no momento da efetivação da aposta;

II – publicidade de apostas: toda forma de comunicação, direta ou indireta, destinada a promover marca, plataforma, aplicativo, bônus, cadastro, incentivo, evento patrocinado, conteúdo monetizado, link, cupom, afiliado ou serviço relacionado a apostas;

III – publicidade dirigida a crianças e adolescentes: qualquer comunicação que, por linguagem, personagem, influenciador, estética, ambiente de veiculação, horário, segmentação algorítmica, tema ou estratégia comercial, tenha aptidão para alcançar, atrair ou induzir menores de 18 anos;

IV – afiliado: pessoa física ou jurídica remunerada por indicação, cadastro, clique, visualização, conversão, depósito, aposta, perda líquida, engajamento ou outro desempenho econômico vinculado a operador de apostas;

V – bônus ou incentivo promocional: vantagem, crédito, cashback, rodada grátis, aposta grátis, cupom, multiplicador, promoção de depósito, recompensa, programa de



fideliidade ou mecanismo similar destinado a estimular cadastro, permanência, depósito, aposta ou retorno do apostador;

VI – pessoa vulnerável: pessoa menor de 18 anos, pessoa autoexcluída, pessoa interdita judicialmente, pessoa em tratamento por transtorno do jogo, pessoa inscrita em cadastro público de proteção social definido em regulamento, ou pessoa identificada pelo operador como exposta a risco elevado de jogo problemático.

Art. 3º. A publicidade de apostas de quota fixa observará os seguintes princípios:

I – proteção integral de crianças e adolescentes;

II – defesa do consumidor e prevenção à publicidade enganosa ou abusiva;

III – jogo responsável e prevenção ao transtorno do jogo;

IV – prevenção ao superendividamento e à vulnerabilidade econômica;

V – transparência quanto à natureza comercial da comunicação;

VI – identificação clara do operador autorizado;

VII – integridade das competições esportivas;

VIII – vedação à indução de ganho fácil, renda regular, enriquecimento ou solução financeira por meio de apostas;

IX – responsabilidade solidária dos agentes econômicos envolvidos na cadeia publicitária;

X – rastreabilidade, auditabilidade e prestação de contas das campanhas.

Art. 4º. Fica proibida, em todo o território nacional, a publicidade de apostas de quota fixa dirigida a crianças e adolescentes.

§ 1º A proibição prevista no caput abrange, entre outras condutas:

I – utilização de linguagem, trilhas sonoras, personagens, mascotes, símbolos, jogos, desafios, memes, filtros, desenhos, animações ou estética predominantemente associados ao público infantojuvenil;

II – contratação de criança ou adolescente, ainda que acompanhado de responsável legal, para participar de peça publicitária, ação promocional, campanha, postagem, vídeo, transmissão ou evento de promoção de apostas;

III – utilização de influenciador, atleta, artista, personagem, canal, perfil ou comunidade digital cuja audiência seja majoritariamente composta por menores de 18 anos;

IV – veiculação de publicidade em escolas, universidades, cursos preparatórios, eventos estudantis, competições escolares, ambientes educacionais, aplicativos educacionais ou plataformas digitais voltadas a menores;

V – uso de jogos, recompensas, desafios, ranqueamento, avatares, moedas virtuais ou mecanismos de gamificação voltados à captação de menores;

VI – segmentação algorítmica, impulsionamento ou qualquer técnica de microdirecionamento que alcance ou possa alcançar crianças e adolescentes.

§ 2º A infração ao disposto neste artigo será considerada publicidade abusiva, nos termos do Código de Defesa do Consumidor, sem prejuízo das demais sanções administrativas, civis e penais cabíveis.

Art. 5º. Fica vedada, na publicidade, propaganda, patrocínio, promoção comercial, marketing digital ou qualquer forma de comunicação mercadológica de apostas de quota fixa, a utilização de elementos de ostentação patrimonial, luxo, enriquecimento aparente ou sucesso econômico como estratégia de indução ao jogo, incluindo, entre outros, a exibição de mansões, imóveis de alto padrão, veículos de luxo, aeronaves, embarcações, joias, relógios, dinheiro em espécie, viagens, festas, camarotes, roupas ou acessórios de grife, bem como a utilização de conteúdo sexualizado, sensualizado ou objetificante,



com estereótipos de gênero ou associação entre apostas e status social, por se tratar de publicidade abusiva apta a explorar vulnerabilidades econômicas, emocionais e sociais do consumidor.

Art. 6º. A publicidade de apostas de quota fixa em televisão aberta, televisão por assinatura, rádio, streaming, plataformas de vídeo, podcasts, cinema, mídia exterior digital e serviços audiovisuais sob demanda somente poderá ser veiculada entre 23h e 6h.

§ 1º A restrição de horário prevista no caput aplica-se também a chamadas, vinhetas, merchandising, ações de intervalo, inserções em transmissões esportivas, ativações de marca e publicidade integrada ao conteúdo.

§ 2º Durante transmissões esportivas ao vivo realizadas entre 6h e 23h, fica vedada a veiculação de publicidade de apostas, inclusive em intervalos, placas virtuais, sobreposição gráfica, leitura de odds, chamadas de narrador, comentários comerciais ou ações integradas à transmissão.

§ 3º O disposto neste artigo aplica-se às reprises, melhores momentos, compactos, programas de debate esportivo, pré-jogo, pós-jogo e conteúdos equivalentes quando exibidos em horário de proteção de crianças e adolescentes.

Art. 7º. Toda publicidade de apostas deverá conter, de forma clara, legível, ostensiva e proporcional ao meio de veiculação, advertência sobre os riscos de dependência, perda financeira e endividamento.

§ 1º As advertências deverão incluir, no mínimo, uma das seguintes mensagens, alternadas na forma do regulamento:

I – “Apostas causam dependência e prejuízo financeiro.”

II – “Aposte com responsabilidade. Perder dinheiro é um risco real.”

III – “Apostas são proibidas para menores de 18 anos.”

IV – “Apostas não são investimento, trabalho ou fonte de renda.”

V – “Procure ajuda se apostar deixou de ser diversão.”

§ 2º Em publicidade audiovisual, a advertência deverá ser exibida em tela e narrada em áudio, com duração mínima de 20% do tempo total da peça.

§ 3º Em publicidade digital, a advertência deverá acompanhar o anúncio, a postagem, o link patrocinado, o vídeo, a transmissão ao vivo, o cupom, o banner, o botão de cadastro e a página de destino.

§ 4º O regulamento poderá estabelecer advertências adicionais, inclusive com pictogramas, números de atendimento, canais de apoio e informações sobre autoexclusão.

Art. 8º. Ficam proibidas, na publicidade de apostas de quota fixa, mensagens que:

I – associem apostas a enriquecimento, sucesso profissional, ascensão social, coragem, inteligência, superioridade, prestígio ou pertencimento;

II – apresentem apostas como investimento, renda extra, ocupação profissional, solução para dívidas, alternativa ao trabalho, planejamento financeiro ou mecanismo de superação da pobreza;

III – sugiram que habilidade, conhecimento esportivo, experiência, método, curso, grupo, algoritmo, robô ou estratégia eliminam ou reduzem substancialmente o risco de perda;

IV – utilizem expressões como “sem risco”, “ganho garantido”, “lucro certo”, “renda diária”, “aposta segura”, “dinheiro fácil”, “fique rico”, “método infalível” ou equivalentes;



V – explorem medo de exclusão, urgência artificial, pressão social, escassez simulada, contagem regressiva, promessa de recuperação de perdas ou incentivo a “dobrar a aposta”;

VI – estimulem aposta durante momentos de instabilidade emocional, perda recente, endividamento, desemprego, sofrimento psíquico ou vulnerabilidade econômica;

VII – ocultem a natureza comercial da comunicação ou a relação econômica entre operador, influenciador, afiliado, clube, atleta, veículo ou plataforma.

Art. 9º. Fica proibida a oferta publicitária de bônus, cashback, aposta grátis, rodada grátis, crédito promocional, cupom, multiplicador ou vantagem equivalente que tenha por finalidade induzir cadastro, primeiro depósito, permanência, retorno, aumento de frequência, recuperação de perdas ou migração de operador.

§ 1º A proibição alcança promoções condicionadas a depósito, volume de apostas, perdas acumuladas, indicação de terceiros, permanência em plataforma, participação em lives, inscrição em grupos, uso de cupom de afiliado ou compartilhamento de conteúdo.

§ 2º O regulamento poderá admitir promoções institucionais de baixo risco, desde que desvinculadas de depósito, aposta, perda, frequência, cadastro remunerado ou conversão econômica.

Art. 10º. É vedado o envio de publicidade de apostas por mensagem direta, SMS, ligação telefônica, aplicativo de mensagens, e-mail, notificação push ou comunicação eletrônica equivalente sem consentimento prévio, livre, informado, específico e destacado do destinatário.

§ 1º O consentimento previsto no caput deverá ser separado do consentimento para cadastro na plataforma.

§ 2º O destinatário poderá revogar o consentimento a qualquer tempo, por meio simples, gratuito e imediato.

§ 3º É proibido o envio de publicidade a pessoas autoexcluídas, pessoas impedidas de apostar, pessoas que tenham solicitado descadastramento e pessoas identificadas como vulneráveis pelo operador.

Art. 11. As plataformas digitais, provedores de aplicação e serviços de publicidade programática deverão adotar medidas técnicas para impedir a veiculação, recomendação, monetização, impulsionamento ou microdirecionamento de publicidade de apostas a crianças, adolescentes e pessoas vulneráveis.

§ 1º As plataformas deverão manter biblioteca pública de anúncios de apostas, contendo, no mínimo:

I – anunciante;

II – operador autorizado beneficiário;

III – período de veiculação;

IV – valor investido;

V – critérios de segmentação;

VI – número de impressões;

VII – regiões alcançadas;

VIII – identificação de influenciador, afiliado ou intermediário contratado;

IX – peça publicitária integral;

X – página de destino vinculada ao anúncio.

§ 2º A biblioteca prevista no § 1º deverá permanecer acessível por 5 anos, em formato pesquisável, auditável e interoperável.



§ 3º O descumprimento deste artigo sujeita a plataforma às sanções previstas nesta Lei, sem prejuízo da responsabilidade prevista no Marco Civil da Internet, na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e no Código de Defesa do Consumidor.

Art. 12. Influenciadores digitais, comunicadores, afiliados, comentaristas, atletas, ex-atletas, artistas, apresentadores, streamers, tipsters e demais criadores de conteúdo deverão identificar, de forma ostensiva e imediata, toda comunicação remunerada, patrocinada, comissionada ou economicamente vinculada a operador de apostas.

§ 1º A identificação deverá constar no início da comunicação, em linguagem simples e inequívoca, com expressões como “publicidade”, “conteúdo pago” ou “parceria comercial”.

§ 2º É vedada a remuneração de influenciadores, afiliados ou criadores de conteúdo calculada com base em perdas líquidas de apostadores, volume de apostas, endividamento, reativação de usuários autoexcluídos ou retorno de pessoas em comportamento de risco.

§ 3º Os contratos de publicidade, afiliação e patrocínio deverão ser mantidos pelo prazo mínimo de 5 anos e apresentados à autoridade competente sempre que requisitados.

Art. 13. Fica proibido o patrocínio de apostas de quota fixa:

I – em uniformes, competições, eventos, escolas desportivas, categorias de base ou atividades esportivas destinadas a crianças e adolescentes;

II – em materiais didáticos, ambientes escolares, eventos universitários, atividades de formação profissional e programas de inclusão social;

III – em eventos culturais, musicais ou esportivos com público majoritariamente infantojuvenil;

IV – em projetos financiados majoritariamente com recursos públicos destinados à infância, educação, saúde, assistência social, cultura ou esporte de base.

§ 1º O patrocínio de clubes, federações, confederações, ligas e eventos esportivos profissionais deverá conter advertências ostensivas sobre os riscos das apostas e a proibição para menores de 18 anos.

§ 2º O regulamento estabelecerá prazo de transição para adequação de contratos vigentes, limitado a 180 dias.

Art. 14. É vedada a participação de atletas em atividade, árbitros, dirigentes esportivos, treinadores, integrantes de comissão técnica e pessoas com poder de influência direta sobre competições em publicidade de apostas relacionadas à modalidade, campeonato, clube, liga ou entidade em que atuem.

Parágrafo único. A vedação prevista no caput alcança publicidade direta, indireta, institucional, digital, promocional, por afiliados, por cupons, por lives, por redes sociais ou por qualquer meio de comunicação.

Art. 15. O operador de apostas deverá manter programa permanente de conformidade publicitária, com:

I – política interna de aprovação prévia de campanhas;

II – controle de contratação de agências, afiliados, influenciadores e plataformas;

III – sistema de prevenção à publicidade dirigida a menores;

IV – registro de todas as campanhas realizadas;

V – mecanismos de auditoria e rastreabilidade;

VI – canal público de denúncias;

VII – relatório semestral de transparência;



- VIII – treinamento obrigatório de parceiros comerciais;
- IX – medidas de prevenção ao jogo problemático;
- X – plano de resposta rápida para retirada de campanhas irregulares.

Art. 16. A autoridade federal competente poderá determinar, cautelarmente, a suspensão imediata de publicidade de apostas quando houver indícios de:

- I – publicidade dirigida a crianças ou adolescentes;
- II – promoção de operador não autorizado;
- III – promessa de ganho garantido ou renda;
- IV – incentivo a endividamento ou recuperação de perdas;
- V – uso irregular de dados pessoais para segmentação;
- VI – violação de autoexclusão;
- VII – risco à saúde pública, à economia popular ou à integridade esportiva.

§ 1º A decisão cautelar deverá ser fundamentada e poderá alcançar anúncio, campanha, domínio, aplicativo, perfil, canal, página, cupom, link de afiliado ou peça específica.

§ 2º A autoridade assegurará contraditório posterior em prazo razoável, sem prejuízo da imediata cessação da prática lesiva.

Art. 17. O descumprimento desta Lei sujeitará os infratores, isolada ou cumulativamente, às seguintes sanções:

- I – advertência;
- II – multa de R\$ 100.000,00 a R\$ 2.000.000.000,00, conforme gravidade, alcance, reincidência, vantagem econômica obtida e capacidade econômica do infrator;
- III – suspensão da campanha;
- IV – retirada imediata de conteúdo;
- V – suspensão de pagamento a afiliados, influenciadores ou intermediários;
- VI – proibição temporária de contratar publicidade;
- VII – suspensão da autorização para exploração de apostas por até 180 dias;
- VIII – cassação da autorização;
- IX – bloqueio de domínio, aplicativo, perfil, página ou meio de pagamento vinculado a operador não autorizado;
- X – publicação de contrapropaganda, às expensas do infrator.

§ 1º A multa poderá alcançar até 20% do faturamento bruto do grupo econômico no Brasil no exercício anterior, quando superior ao limite previsto no inciso II.

§ 2º A reincidência em publicidade dirigida a crianças e adolescentes será considerada infração gravíssima.

§ 3º Os valores arrecadados com multas serão destinados prioritariamente a políticas públicas de prevenção e tratamento do transtorno do jogo, educação financeira, proteção de consumidores vulneráveis e fiscalização de apostas.

Art. 18. O operador de apostas responderá solidariamente por publicidade irregular realizada por agência, afiliado, influenciador, clube, entidade esportiva, veículo, plataforma, intermediário ou terceiro contratado, ainda que a contratação tenha ocorrido por cadeia indireta.

§ 1º A responsabilidade solidária alcança a criação, aprovação, financiamento, impulsionamento, segmentação, veiculação, monetização e conversão econômica da publicidade irregular.

§ 2º Cláusulas contratuais de exclusão de responsabilidade perante terceiros, consumidores ou autoridade pública serão consideradas ineficazes para fins de aplicação desta Lei.



Art. 19. O art. 16 da Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, passa vigorar acrescido dos seguintes parágrafos:

“Art. 16.

§2º A publicidade, propaganda, patrocínio, promoção comercial e comunicação mercadológica de apostas de quota fixa observarão as normas específicas de proteção de crianças, adolescentes, consumidores, pessoas vulneráveis, saúde pública, economia popular e integridade esportiva.

§3º. O agente operador responderá solidariamente por campanhas realizadas por afiliados, influenciadores, agências, plataformas, clubes, entidades esportivas, intermediários e demais terceiros contratados direta ou indiretamente.

§4º A autoridade competente poderá determinar a suspensão cautelar de publicidade irregular, sem prejuízo das sanções administrativas, civis e penais cabíveis.”

Art. 20. A Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 16-A:

“Art. 16-A. É proibida a publicidade de apostas de quota fixa dirigida a crianças e adolescentes, bem como a utilização de linguagem, personagem, influenciador, estética, ambiente, segmentação algorítmica ou estratégia comercial apta a atrair menores de 18 anos.

§ 1º A publicidade de apostas deverá conter advertências ostensivas sobre risco de dependência, perda financeira, endividamento e proibição para menores de 18 anos.

§ 2º Ficam vedadas mensagens que associem apostas a enriquecimento, renda, investimento, solução financeira, sucesso social, recuperação de perdas ou ganho garantido.

§ 3º O regulamento disporá sobre limites de horário, formato, advertência, transparência, patrocínio, atuação de afiliados e influenciadores, biblioteca pública de anúncios e mecanismos de fiscalização.”

Art. 21. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 90 dias, contado da data de sua publicação.

Art. 22. Esta Lei entra em vigor após decorridos 120 dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A expansão das apostas de quota fixa no Brasil produziu um ambiente publicitário de elevada intensidade, com presença massiva em transmissões esportivas, redes sociais, plataformas digitais, uniformes de clubes, podcasts, influenciadores, aplicativos e publicidade programática. A Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, estruturou o regime jurídico das apostas de quota fixa e condicionou sua exploração à autorização estatal, reconhecendo que se trata de atividade econômica regulada e sujeita a fiscalização pública.



A legislação vigente já permite atuação regulatória sobre jogo responsável e publicidade. A Portaria SPA/MF nº 1.231/2024 estabelece regras para comunicação, publicidade, propaganda e marketing, inclusive com deveres relacionados à identificação de mensagens, vedação de publicidade de apostas não autorizadas e proteção de pessoas autoexcluídas. O presente projeto eleva essa proteção ao plano legal, conferindo maior densidade normativa, segurança jurídica e força sancionatória ao sistema.

A Constituição Federal autoriza a lei a estabelecer restrições à propaganda de produtos, práticas e serviços que possam gerar danos sociais relevantes. A experiência brasileira com a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, demonstra que a proteção da saúde pública, do consumidor e de grupos vulneráveis pode justificar limites objetivos à publicidade de setores de risco, como tabaco, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas. As apostas, pela sua capacidade de gerar dependência, endividamento, sofrimento psíquico e captura de renda familiar, exigem tratamento análogo.

O projeto afirma uma diretriz simples: a publicidade de apostas deve deixar de funcionar como máquina de indução permanente ao jogo. A comunicação comercial deve ser transparente, restrita, auditável, acompanhada de advertências e especialmente blindada contra crianças, adolescentes, pessoas autoexcluídas e consumidores em situação de vulnerabilidade econômica ou emocional.

A proposta proíbe publicidade dirigida a menores de 18 anos, restringe horários de veiculação, impede propaganda durante transmissões esportivas em horários de ampla audiência infantojuvenil, veda promessas de renda fácil, limita bônus e mecanismos de indução compulsiva, disciplina influenciadores e afiliados, cria biblioteca pública de anúncios, responsabiliza solidariamente operadores, plataformas e intermediários, e prevê sanções proporcionais à gravidade econômica do setor.

A medida preserva a liberdade de comunicação comercial lícita dentro de parâmetros de responsabilidade pública. O objetivo é impedir que uma atividade regulada e de risco seja promovida como solução financeira, entretenimento inofensivo ou caminho de ascensão social, sobretudo para jovens, trabalhadores endividados e famílias vulneráveis.

As apostas de quota fixa constituem atividade econômica de alto risco social, cuja própria proibição total ou parcial já se encontra em debate público legislativo no Brasil e em diversos países. Enquanto esse debate avança, impõe-se ao Congresso Nacional adotar medidas emergenciais, mínimas e inadiáveis para conter os danos já produzidos pela expansão descontrolada das bets, especialmente o adoecimento psíquico, o transtorno do jogo, a captura de renda familiar, o superendividamento, a normalização da aposta entre jovens e a conversão de plataformas digitais em mecanismos permanentes de indução ao consumo compulsivo. A presente proposição atua nesse campo de urgência regulatória: preserva a discussão mais ampla sobre o modelo jurídico da atividade, inclusive sua eventual proibição, mas estabelece desde logo barreiras indispensáveis para impedir que publicidade agressiva, crédito fácil, ostentação, sexualização e técnicas de manipulação comportamental continuem empurrando consumidores vulneráveis para ciclos de perda financeira, sofrimento familiar e dependência.



Diante da relevância social, econômica, sanitária e consumerista do tema, contamos com o apoio dos nobres Pares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Salas das Sessões, ___ de junho de 2026.

Lindbergh Farias
Deputado Federal (PT/RJ)

Apresentação: 26/06/2026 21:48:39.483 - Mesa

PL n.3324/2026



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD261299801900>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Lindbergh Farias



* CD 261299801900 *