



PROJETO DE LEI Nº DE 2026
(Do Sr. Fábio Teruel)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para estabelecer normas de publicidade responsável aplicáveis às atividades econômicas com potencial de dependência comportamental e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para disciplinar a publicidade, propaganda, patrocínio e demais formas de comunicação mercadológica de atividades econômicas com potencial de dependência comportamental.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida dos seguintes arts. 8º-A, 8º-B, 8º-C, 8º-D, 8º-E, 8º-F, 8º-G, 8º-H e 8º-I:

“Art. 8º-A. Para os fins desta Lei, considera-se atividade econômica com potencial de dependência comportamental aquela cuja exploração, segundo evidências científicas amplamente reconhecidas pela comunidade médica nacional ou internacional, seja capaz de induzir comportamento compulsivo persistente, com prejuízo à saúde mental, ao equilíbrio financeiro ou às relações familiares e sociais do indivíduo.

Parágrafo único. Para os fins do disposto no caput, consideram-se especialmente abrangidas as atividades associadas a transtornos do comportamento aditivo ou do controle de impulsos classificados na Classificação Internacional de Doenças (CID) da Organização Mundial da Saúde.





Art. 8º-B. Submetem-se às disposições dos arts. 8º-A a 8º-I desta Lei as atividades econômicas que, por previsão legal expressa, sejam classificadas como atividades com potencial de dependência comportamental.

§ 1º As apostas de quota fixa disciplinadas pela Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, submetem-se, desde já, às disposições dos arts. 8º-A a 8º-I desta Lei.

§ 2º O Poder Executivo poderá, mediante regulamento fundamentado em parecer técnico de autoridade sanitária nacional, incluir outras atividades econômicas no rol do caput deste artigo, sempre que evidências científicas demonstrarem o potencial de dependência comportamental descrito no art. 8º-A.

Art. 8º-C. A publicidade das atividades de que trata o art. 8º-B desta Lei observará os princípios:

- I - da proteção da saúde;
- II - da defesa do consumidor;
- III - da proteção integral da criança e do adolescente;
- IV - da prevenção da dependência comportamental;
- V - da informação adequada e clara ao consumidor;
- VI - da responsabilidade social da comunicação mercadológica.

Art. 8º-D. É vedado, na publicidade das atividades de que trata o art. 8º-B desta Lei:

- I - sugerir ou induzir a percepção de que a atividade constitui meio de obtenção de renda, enriquecimento, ascensão econômica ou solução para dificuldades financeiras;
- II - associar a prática da atividade ao êxito pessoal, profissional, esportivo, afetivo ou ao reconhecimento social;
- III - apresentar a atividade como investimento, poupança, planejamento patrimonial ou alternativa de geração de renda;





IV - estimular a recuperação de perdas mediante novas apostas ou participação reiterada;

V - minimizar, omitir ou relativizar os riscos de dependência comportamental ou de perdas financeiras;

VI - empregar linguagem, personagens, elementos gráficos, recursos audiovisuais ou estratégias de comunicação capazes de atrair crianças e adolescentes;

VII - explorar a inexperiência, vulnerabilidade econômica, emocional ou psicológica do consumidor;

VIII - atribuir predominantemente à habilidade, experiência ou controle individual do consumidor resultados cuja ocorrência dependa essencialmente do acaso ou de mecanismos aleatórios;

IX - associar, mediante narração, comentário técnico, análise esportiva ou conteúdo editorial correlato, resultado, prognóstico ou indicação específica de aposta ao evento, partida ou competição transmitidos ou noticiados.

Art. 8º-E. Toda publicidade das atividades de que trata o art. 8º-B desta Lei deverá conter advertência ostensiva, clara e legível sobre os riscos de dependência comportamental, as perdas financeiras e a proibição de participação de menores de dezoito anos.

§ 1º A advertência prevista no caput deverá observar padrões mínimos de visibilidade, legibilidade e destaque, conforme definido em regulamento, e conterá informações sobre canais oficiais de auxílio e prevenção à dependência comportamental.

§ 2º A advertência de que trata o caput ocupará, no mínimo, dez por cento da dimensão ou da duração da peça publicitária e informará, de forma clara, que a atividade pode causar dependência, pode resultar em perda de dinheiro ou não constitui investimento, sem prejuízo de atualização e detalhamento por regulamento.





Art. 8º-F. É vedada a utilização, na publicidade das atividades de que trata o art. 8º-B desta Lei, de mensagens ou estratégias de comunicação que:

I - banalizem os riscos inerentes à atividade;

II - incentivem a repetição contínua da prática;

III - sugiram urgência, imediatismo ou oportunidade imperdível para participação;

IV - estimulem comportamento impulsivo ou compulsivo.

Art. 8º-G. O descumprimento do disposto nos arts. 8º-A a 8º-F e 8º-I desta Lei sujeita o infrator, em substituição ao regime do art. 9º desta Lei, às sanções previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e na legislação específica da atividade, sem prejuízo das responsabilidades civil, administrativa e penal cabíveis.

§ 1º A responsabilidade pelo descumprimento desta Lei é solidária entre o anunciante, o patrocinador, a agência de publicidade responsável pela campanha, a produtora e a distribuidora de conteúdo, a plataforma digital, o provedor de aplicação de internet e o veículo de comunicação que produzir, patrocinar, divulgar, transmitir, distribuir, impulsionar ou veicular o conteúdo publicitário, na forma do regulamento.

§ 2º Equipara-se ao anunciante, para os fins do § 1º, a pessoa física ou jurídica que promover a atividade mediante remuneração, ainda que não financeira, vinculada a resultados de captação ou de manutenção de apostadores.

§ 3º Em caso de reincidência reiterada nas infrações previstas no art. 8º-D ou descumprimento das normas de advertência, a autoridade competente poderá determinar a suspensão temporária da autorização para veiculação de novas campanhas publicitárias do infrator, sem prejuízo da aplicação de multas pecuniárias progressivas.

§ 4º A fiscalização do disposto nos arts. 8º-A a 8º-I desta Lei





competem aos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, sem prejuízo da atuação da autoridade reguladora da respectiva atividade econômica, que atuarão de forma articulada, na forma do regulamento.

Art. 8º-H. O Poder Público promoverá campanhas permanentes de conscientização e prevenção à dependência comportamental, com ênfase nos riscos das atividades abrangidas pelo art. 8º-B desta Lei, especialmente junto à população jovem e aos grupos em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

Art. 8º-I. Previamente à veiculação de qualquer peça publicitária das atividades de que trata o art. 8º-B desta Lei, o anunciante, a agência de publicidade, a plataforma digital, o provedor de aplicação de internet e o veículo de comunicação deverão verificar, junto à relação oficial mantida pela autoridade reguladora competente, a regularidade da autorização do anunciante para a exploração da atividade.”
(NR)

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de cento e oitenta dias, contado da data de sua publicação.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor após decorridos cento e oitenta dias da data de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A Constituição Federal estabelece, entre os fundamentos da ordem econômica, a defesa do consumidor (art. 170, V), assegura a saúde como direito de todos e dever do Estado (arts. 6º e 196) e determina proteção integral à criança e ao adolescente (art. 227). Esses princípios autorizam a adoção de limites proporcionais à comunicação mercadológica de atividades capazes de produzir danos relevantes à saúde e ao bem-estar social.





A Lei nº 9.294, de 1996, representa importante marco da publicidade responsável ao disciplinar a divulgação comercial de produtos potencialmente nocivos, como cigarros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do art. 220, § 4º, da Constituição Federal. A presente proposta, todavia, não se limita a essa autorização específica: encontra fundamento autônomo nos arts. 5º, inciso XXXII, 6º, 196 e 227 da Constituição Federal, tratando de risco distinto, a indução ao comportamento aditivo, e não do consumo de substâncias químicas objeto da lei originária.

A medicina e a psiquiatria reconhecem que determinadas atividades podem desencadear transtornos caracterizados pela perda progressiva do controle sobre o comportamento. Entre elas destaca-se o transtorno do jogo, conhecido como ludopatia, classificado na Classificação Internacional de Doenças (CID-11) como transtorno relacionado ao comportamento aditivo.

Evidências científicas demonstram que a prática reiterada de apostas ativa intensamente os mecanismos cerebrais de recompensa, produzindo liberações de dopamina associadas à expectativa de ganhos e às recompensas imprevisíveis. Esse processo favorece o desenvolvimento de comportamento compulsivo, com perda do controle, comprometimento do patrimônio familiar, endividamento, ansiedade, depressão e outros graves impactos sociais e psicológicos.

Embora as apostas de quota fixa constituam a aplicação imediata desta proposta, seu objetivo é mais amplo: preencher uma lacuna da legislação brasileira mediante a criação de uma categoria jurídica destinada às atividades econômicas com potencial de dependência comportamental, estabelecendo parâmetros permanentes de publicidade responsável.

Cumpramos registrar que o Poder Executivo já editou, por meio da Portaria SPA/MF nº 1.964, de 3 de julho de 2026, e da Portaria Interministerial MF/SECOM/MJSP nº 73, de 10 de julho de 2026, normas infralegais que avançam em direção convergente à ora proposta, exigindo advertências específicas nas peças publicitárias, impondo o dever de verificação prévia da regularidade do anunciante e vedando a associação entre conteúdo editorial esportivo e indicação de apostas.





Essa iniciativa reforça a urgência e a relevância da matéria, mas também evidencia sua fragilidade: por se tratar de restrição a direitos fundamentais, a liberdade de expressão comercial e a livre iniciativa, tais limites, para gozarem de estabilidade e legitimidade plenas, devem decorrer de lei em sentido formal, e não apenas de atos do Poder Executivo. Ao consolidar em diploma legal parâmetros já em aplicação prática, o presente Projeto de Lei confere segurança jurídica ao setor regulado e estabilidade à política pública de publicidade responsável.

A proposição não restringe a livre iniciativa nem proíbe atividades econômicas autorizadas pelo ordenamento jurídico. Busca apenas assegurar que sua comunicação mercadológica observe padrões compatíveis com a proteção da saúde, da infância e adolescência, da dignidade da pessoa humana e dos direitos do consumidor, em consonância com a lógica já adotada pela Lei nº 9.294 para outras atividades de risco.

Trata-se de inovação legislativa que fortalece a proteção do consumidor, harmoniza a liberdade econômica com sua função social e prepara o ordenamento jurídico para enfrentar, com base em evidências científicas, novas modalidades de exploração econômica capazes de induzir comportamentos aditivos.

Diante do relevante interesse público da matéria, contamos com o apoio dos nobres Parlamentares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em de julho de 2026

Deputado Federal **FÁBIO TERUEL**
(MDB/SP)

