

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026
(Do Sr. Célio Studart)

Altera a Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, para proibir a veiculação de publicidade exterior e em espaços públicos de plataformas de apostas de quota fixa (“*bets*”) em todo o território nacional, e dá outras providências.

Apresentação: 15/07/2026 10:00:22.787 - Mesa

PL n.3704/2026

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 17-A:

“Art. 17-A. Fica proibida, em todo o território nacional, a veiculação de publicidade exterior e em espaços públicos de qualquer natureza voltada à divulgação de apostas de quota fixa, aplicativos assemelhados e plataformas de apostas *on-line*, sejam esportivas ou não esportivas.

§ 1º A proibição prevista no *caput* deste artigo aplica-se à veiculação em painéis, *outdoors*, letreiros, empenas, mobiliário urbano, envelopamento de frotas e quaisquer engenhos publicitários instalados em vias públicas ou visíveis a partir delas.

§ 2º A vedação abrange a divulgação de marcas comerciais, nomes empresariais, plataformas digitais, sítios eletrônicos, aplicativos, promoções comerciais, campanhas institucionais, bônus, premiações, logomarcas, símbolos, mascotes, *slogans* ou quaisquer outros elementos de identificação direta ou indireta de operadores de apostas de quota fixa, autorizados ou não.

§ 3º A proibição aplica-se igualmente às campanhas publicitárias e aos eventos contratados, patrocinados ou realizados pela Administração Pública direta ou indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, bem como à exploração publicitária de bens públicos outorgados por concessão, permissão ou licença.

§ 4º O disposto neste artigo não se aplica à publicidade institucional, informativa ou comercial das modalidades lotéricas tradicionais, tais como as de prognósticos numéricos, as passivas e as instantâneas, nem à identificação dos estabelecimentos físicos de casas lotéricas regularmente credenciadas perante o Poder Público.

§ 5º A exceção prevista no § 4º deste artigo não alcança, em nenhuma hipótese, a publicidade de apostas de quota fixa e de jogos *on-line*, ainda que a sua exploração tenha sido outorgada, autorizada ou realizada diretamente por Estados ou pelo Distrito Federal.

§ 6º As empresas divulgadoras de publicidade e os responsáveis pelos engenhos publicitários deverão proceder à retirada das veiculações realizadas em desacordo com



este artigo após notificação do Ministério da Fazenda, observado, no que couber, o disposto nos §§ 2º e 5º do art. 17 desta Lei.”

Art. 2º O art. 40 da Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso IV:

“Art. 40.

.....

IV - veiculem, exibam, contratem ou explorem, direta ou indiretamente, publicidade, propaganda ou engenho publicitário em desacordo com o disposto no art. 17-A desta Lei.” (NR)

Art. 3º As empresas de propaganda, as agências de publicidade, os veículos de divulgação e os anunciantes terão o prazo de 30 (trinta) dias, contados da data de publicação desta Lei, para remover as publicidades em veiculação e adequar os engenhos publicitários ao disposto no art. 17-A da Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei proíbe, em todo o território nacional, a veiculação de publicidade exterior e em espaços públicos das plataformas de apostas de quota fixa, preenchendo lacuna específica e sensível do marco regulatório do setor. A Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, disciplinou o conteúdo das ações de comunicação e publicidade das apostas (arts. 16 e 17), e a Lei nº 15.358, de 24 de março de 2026, reforçou a repressão à divulgação de operadores não autorizados. Nenhuma delas, contudo, impôs qualquer restrição quanto ao meio de veiculação, e o resultado está à vista de todos: *outdoors*, painéis, empenas e mobiliário urbano tomados por promessas de enriquecimento fácil, em todas as regiões do País.

A mídia exterior distingue-se dos demais canais publicitários por uma característica estrutural: é impositiva e indiscriminada. Na televisão, há classificação indicativa e faixas horárias; nos meios digitais existem, ainda que imperfeitos, mecanismos de segmentação etária. O engenho publicitário instalado na via pública, ao contrário, alcança sem qualquer filtro a criança a caminho da escola, o adolescente no transporte coletivo e o adulto em situação de vulnerabilidade financeira ou psíquica. Não por acaso, a própria Lei nº 14.790, de

* C D 2 6 6 2 9 0 5 9 5 9 0 0 *



2023, determina que a publicidade de apostas seja destinada ao público adulto, “de modo a não ter crianças e adolescentes como público-alvo” (art. 16, parágrafo único, inciso III), comando cujo cumprimento é materialmente impossível no espaço público.

A preocupação subjacente já foi acolhida pelo Supremo Tribunal Federal. Nas Ações Diretas de Inconstitucionalidade nº 7.721 e nº 7.723, o Plenário referendou, à unanimidade, medida cautelar do Ministro Luiz Fux que suspendeu, em todo o território nacional, qualquer publicidade de apostas de quota fixa que tenha crianças e adolescentes como público-alvo. Se o meio exterior não permite controle algum sobre quem recebe a mensagem, a única forma de assegurar, nesse canal, a observância da diretriz fixada pela Suprema Corte é a não veiculação. A presente proposição, portanto, não inova contra o sistema: concretiza, em sede legislativa, proteção cuja necessidade já foi afirmada pelo Poder Judiciário.

Os dados que motivaram a atuação da Suprema Corte seguem se agravando. Levantamento do Banco Central do Brasil revelou que, somente em agosto de 2024, cerca de 5 milhões de beneficiários do Bolsa Família movimentaram aproximadamente R\$ 3 bilhões em apostas por meio do Pix. Publicações recentes da grande imprensa apontam as apostas virtuais como um dos principais vetores do endividamento das famílias brasileiras, drenando renda antes destinada a alimentação, saúde e moradia, quadro que se intensifica durante a Copa do Mundo de 2026, período de máxima exposição publicitária do setor.

Trata-se, ademais, de grave questão de saúde pública. A ludopatia, reconhecida pela Organização Mundial da Saúde como transtorno mental, associa-se a quadros de depressão, superendividamento, desestruturação familiar e elevado risco de suicídio, e sobrecarrega o Sistema Único de Saúde (SUS), atingindo com especial severidade as famílias de menor renda.

A experiência internacional aponta o mesmo caminho. A Itália, por meio do chamado “Decreto Dignità”, de 2018, proibiu de forma ampla a publicidade de jogos e apostas; a Bélgica adotou vedação semelhante a partir de 2023; e os Países Baixos baniram, também em 2023, a publicidade não direcionada de jogos de azar, precisamente por sua incapacidade de poupar públicos vulneráveis. No plano interno, a Lei nº 14.223, de 2006, do Município de São Paulo, a conhecida “Lei Cidade Limpa”, demonstrou, há quase duas décadas, a viabilidade jurídica e o êxito social das restrições à publicidade exterior.

A proposição insere-se na competência privativa da União para legislar sobre propaganda comercial (art. 22, inciso XXIX, da Constituição Federal) e segue a mesma lógica



jurídica que autorizou, com êxito, a restrição da publicidade de produtos nocivos à saúde, como o tabaco e as bebidas alcoólicas (art. 220, § 4º, da Constituição Federal, e Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996). Encontra fundamento, ainda, no direito à saúde (art. 196), na especial proteção conferida pelo Estado à família (art. 226), na prioridade absoluta assegurada à criança e ao adolescente (art. 227) e na vedação à publicidade abusiva estabelecida pelo Código de Defesa do Consumidor (art. 37, § 2º, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

Ao vedar que a própria Administração Pública, direta ou indireta, vincule suas campanhas, seus eventos e os bens públicos concedidos à divulgação de apostas, o projeto resguarda também o princípio da moralidade administrativa (art. 37, *caput*, da Constituição Federal): o Estado que arca, por meio do SUS e da assistência social, com os custos da ludopatia não pode figurar, simultaneamente, como vitrine do produto que a alimenta.

Importa destacar o que a proposição não faz. Não proíbe a atividade de apostas de quota fixa, que permanece lícita e regulada; não alcança as loterias tradicionais nem as casas lotéricas, expressamente ressalvadas; e não veda toda e qualquer publicidade do setor, mas apenas a veiculada no único canal estruturalmente incapaz de segmentação de público, permanecendo à disposição dos operadores autorizados os seus canais próprios e as demais mídias, nos termos da regulamentação vigente. Tampouco procede a objeção de que a medida favoreceria o mercado ilegal: a repressão às plataformas clandestinas foi substancialmente reforçada pela Lei nº 15.358, de 2026, e a divulgação de operadores não autorizados já constitui infração administrativa autônoma (art. 39, inciso XII, e art. 40, inciso III, da Lei nº 14.790, de 2023).

Para assegurar a efetividade da nova regra, o projeto estende expressamente o regime sancionador da Lei nº 14.790, de 2023, a quem veicular, exibir, contratar ou explorar publicidade em desacordo com a vedação, alcançando empresas exibidoras, agências e anunciantes, e fixa o prazo razoável de 30 (trinta) dias para a remoção das peças em veiculação, em atenção à segurança jurídica.

O Congresso Nacional já sinalizou a urgência do tema ao aprovar, no Senado Federal, o Projeto de Lei nº 2.985, de 2023, que restringe horários e formatos da publicidade de apostas. A presente proposição soma-se a esse esforço e enfrenta dimensão ainda não contemplada: a transformação do espaço público, patrimônio de todos, inclusive das crianças, em vitrine permanente do jogo.



Diante do exposto, por se tratar de medida de evidente interesse público, voltada à proteção da saúde, da infância e da adolescência, da economia popular e da moralidade administrativa, contamos com o apoio dos nobres Pares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em de de 2026.

Deputado CÉLIO STUDART
PSD/CE

