

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026

Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes contra a exposição à publicidade de plataformas, sítios eletrônicos, aplicativos e serviços destinados predominantemente à oferta, divulgação ou intermediação de conteúdo ou serviços de natureza sexual ou erótica em eventos esportivos, culturais e de entretenimento com presença de público infantojuvenil.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas de proteção de crianças e adolescentes contra a exposição à publicidade de plataformas, sítios eletrônicos, aplicativos, estabelecimentos e serviços destinados predominantemente à oferta, divulgação, promoção ou intermediação de conteúdo ou serviços de natureza sexual ou erótica em eventos esportivos, culturais e de entretenimento com presença permitida de crianças e adolescentes.

Art. 2º Para os fins desta Lei, considera-se publicidade de conteúdo ou serviço destinado predominantemente ao público adulto toda forma de comunicação comercial que tenha por finalidade divulgar marca, nome empresarial, plataforma, sítio eletrônico, aplicativo, endereço eletrônico ou serviço cuja atividade principal ou predominante compreenda:

I – divulgação ou intermediação de anúncios de acompanhantes ou de serviços de natureza sexual;

II – disponibilização, comercialização ou intermediação de conteúdo pornográfico ou sexualmente explícito;

III – promoção ou intermediação de encontros ou serviços cuja finalidade comercial predominante seja de natureza sexual;



IV – outras atividades comerciais destinadas exclusivamente a maiores de dezoito anos em razão de seu conteúdo predominantemente sexual ou erótico.

Parágrafo único. A caracterização prevista neste artigo deverá considerar a atividade efetivamente desenvolvida pela plataforma, empresa ou serviço, independentemente da denominação comercial, classificação empresarial ou forma jurídica adotada.

Art. 3º É vedada a veiculação ostensiva de publicidade das atividades previstas no art. 2º em eventos esportivos, culturais ou de entretenimento:

I – cuja entrada ou permanência de crianças e adolescentes seja permitida;

II – realizados em estádios, arenas, ginásios ou demais espaços destinados ao recebimento de público geral; ou

III – promovidos, organizados ou transmitidos em condições nas quais seja razoavelmente previsível a presença significativa de público infantojuvenil.

Art. 4º A vedação prevista no art. 3º compreende, entre outras formas de publicidade:

I – placas e painéis publicitários fixos ou eletrônicos;

II – painéis de LED;

III – telões e sistemas internos de vídeo;

IV – uniformes de atletas, árbitros, integrantes de comissão técnica ou demais participantes do evento;

V – backdrops, áreas de entrevistas e coletivas de imprensa;

VI – materiais promocionais distribuídos ao público;

VII – ações de ativação de marca realizadas no local do evento;



VIII – faixas, bandeiras, infláveis ou estruturas promocionais;

IX – anúncios sonoros;

X – códigos QR, endereços eletrônicos ou outros mecanismos capazes de direcionar o público diretamente às plataformas ou serviços previstos no art. 2º.

Art. 5º A vedação estabelecida nesta Lei não impede:

I – o funcionamento regular das empresas e plataformas alcançadas por esta Lei, observada a legislação aplicável;

II – a publicidade realizada em ambientes físicos ou digitais cujo acesso seja efetivamente restrito a maiores de dezoito anos;

III – a veiculação de conteúdo jornalístico, informativo, artístico ou de interesse público que mencione empresas ou plataformas abrangidas por esta Lei, desde que não caracterizada publicidade comercial.

Art. 6º O disposto nesta Lei aplica-se independentemente de a publicidade decorrer de contrato firmado diretamente pelo organizador do evento, clube, entidade esportiva, federação, confederação, concessionária ou administradora do espaço, agência de publicidade, detentor de direitos comerciais ou terceiro responsável pela exploração publicitária.

Art. 7º Os organizadores dos eventos e os responsáveis pela exploração dos respectivos espaços publicitários deverão adotar procedimentos destinados à verificação prévia da compatibilidade dos anunciantes com as disposições desta Lei.

Art. 8º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeitará o responsável pela veiculação da publicidade, assegurados o contraditório e a ampla defesa, às seguintes sanções administrativas:

I – advertência;

II – determinação de retirada ou interrupção imediata da publicidade;



III – multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) a R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), considerada a gravidade da infração, sua duração, a capacidade econômica do infrator e eventual reincidência.

§ 1º Na hipótese de reincidência, o valor da multa poderá ser aplicado em dobro.

§ 2º A aplicação das sanções previstas neste artigo não afasta outras responsabilidades previstas na legislação.

Art. 9º A fiscalização do cumprimento desta Lei será exercida pelos órgãos competentes, na forma do regulamento.

Art. 10º O Poder Executivo regulamentará esta Lei, especialmente quanto:

I – aos procedimentos de fiscalização;

II – aos critérios objetivos para caracterização das atividades previstas no art. 2º;

III – à identificação dos responsáveis pela veiculação publicitária;

IV – aos procedimentos administrativos para aplicação das sanções.

Art. 11º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei tem por objetivo estabelecer uma regra clara de proteção de crianças e adolescentes diante da exposição involuntária à publicidade de plataformas e serviços destinados predominantemente ao público adulto, especialmente aqueles relacionados à divulgação ou intermediação de conteúdo ou serviços de natureza sexual. A proposta não pretende criminalizar, proibir ou impedir o funcionamento de atividades econômicas lícitas destinadas a pessoas adultas. O que se pretende disciplinar é algo distinto: onde e em quais circunstâncias essas atividades podem ser



ostensivamente anunciadas quando crianças e adolescentes integram o público presente.

Nos últimos anos, marcas vinculadas a plataformas de conteúdo e serviços de natureza adulta passaram a ocupar espaços de elevada exposição pública, inclusive no esporte brasileiro. Estádios de futebol e arenas esportivas são ambientes frequentados por famílias. Pais levam seus filhos aos jogos. Crianças vestem as camisas de seus clubes. Adolescentes acompanham seus ídolos. As imagens dos eventos alcançam ainda milhões de brasileiros por televisão e plataformas digitais. Nesse contexto, surge uma questão que o ordenamento jurídico brasileiro precisa enfrentar com clareza: é razoável permitir que uma criança seja exposta, dentro de um estádio de futebol, à publicidade ostensiva de uma plataforma cuja atividade comercial predominante seja destinada exclusivamente ao público adulto e esteja relacionada à oferta de conteúdo ou serviços de natureza sexual? Entendemos que não.

A Constituição Federal estabelece, em seu art. 227, que é dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, seus direitos fundamentais, colocando-os a salvo de toda forma de negligência e exploração. O Estatuto da Criança e do Adolescente igualmente estabelece o princípio da proteção integral e reconhece a condição peculiar da criança e do adolescente como pessoas em desenvolvimento. Essa proteção deve alcançar também o ambiente publicitário. A liberdade econômica e a liberdade de expressão comercial possuem relevância constitucional, mas não são absolutas e devem conviver harmonicamente com a proteção prioritária conferida constitucionalmente à infância.

Por essa razão, a proposta foi deliberadamente construída de maneira proporcional. Não se proíbe a empresa. Não se proíbe a plataforma. Não se criminaliza o usuário adulto. Não se interfere na vida privada de pessoas maiores e capazes. Estabelece-se exclusivamente que serviços predominantemente destinados ao público adulto, em razão de seu conteúdo sexual ou erótico, não poderão ser ostensivamente anunciados em eventos nos quais a presença de crianças e adolescentes seja admitida ou razoavelmente previsível.

A mesma lógica de proteção justifica que determinadas atividades econômicas estejam sujeitas a regras especiais de publicidade quando sua comunicação comercial possa alcançar menores. O objetivo é criar uma fronteira regulatória objetiva entre duas situações legítimas: de um lado, a



liberdade dos adultos para exercer suas escolhas dentro da lei; de outro, o direito de pais e responsáveis de levar seus filhos a eventos esportivos e de entretenimento sem que esses ambientes se transformem em vitrines publicitárias para serviços destinados exclusivamente ao público adulto.

O futebol brasileiro possui enorme importância social e cultural. Os estádios devem continuar sendo espaços nos quais pais possam levar seus filhos, crianças possam conhecer seus ídolos e novas gerações possam desenvolver vínculo com o esporte. Proteger a infância não significa interferir na liberdade dos adultos. Significa reconhecer que existem ambientes, públicos e momentos nos quais a sociedade possui o dever constitucional de estabelecer limites. Diante da relevância social da matéria, contamos com o apoio dos nobres Parlamentares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões,

Senador CARLOS VIANA

