



PARECER N° , DE 2025

Da COMISSÃO DE ESPORTE, em decisão terminativa, sobre o Projeto de Lei nº 4.842, de 2023, da Senadora Augusta Brito, *que altera a Lei nº 14.448, de 9 de setembro de 2022, para instituir campanha permanente de conscientização em arenas esportivas e respectivas transmissões dos eventos para a prevenção e o enfrentamento da violência contra a mulher.*

Relatora: Senadora **LEILA BARROS**

I – RELATÓRIO

Vem ao exame da Comissão de Esporte (CEsp) o Projeto de Lei (PL) nº 4.842, de 2023, que *altera a Lei nº 14.448, de 9 de setembro de 2022, para instituir campanha permanente de conscientização em arenas esportivas e respectivas transmissões dos eventos para a prevenção e o enfrentamento da violência contra a mulher.*

A proposição contém dois artigos. O art. 1º acrescenta o art. 3º-A à Lei nº 14.448, de 2022. Por sua vez, o novo dispositivo determina que eventos esportivos com estimativa de público superior a 10 (dez) mil espectadores deverão exibir ou veicular campanha publicitária destinada à conscientização para o fim da violência contra a mulher.

Em sequência, os parágrafos do art. 3º-A definem alguns detalhes da medida, tais como: a forma e os locais de exibição (nos telões ou sistemas de som das arenas esportivas e nas transmissões por meio de rádio, TV ou plataformas *online*); e a determinação de que as peças publicitárias observem peculiaridades culturais locais e regionais do seu âmbito de exibição, tendo como protagonistas ídolos masculinos e femininos dos esportes, das artes e da cultura nacional.





O art. 2º da proposição determina a entrada em vigor da lei projetada na data de sua publicação.

Na justificação, a autora alega persistência do cenário de violência contra a mulher no Brasil, além da necessidade de conscientização e educação da sociedade brasileira, a fim de contribuir com a mudança cultural para enfrentamento da violência contra a mulher.

A proposição foi distribuída para análise da Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa (CDH) e da Comissão de Esporte (CEsp), à qual compete se manifestar terminativamente.

Foi apresentada apenas uma emenda, pela Relatora no âmbito da CDH, para suprimir o teor do § 4º proposto ao art. 3º-A, por entender que o dispositivo apresenta minúcias que estariam mais bem acomodadas no âmbito de regulamentação da lei em que o projeto se converter. Esclareça-se que o dispositivo suprimido estipulava a duração da peça publicitária, de modo que não fosse inferior a 15 (quinze) nem superior a 30 (trinta) segundos.

II – ANÁLISE

Conforme disposto nos incisos I e VI do art. 104-H do Regimento Interno do Senado Federal, compete à CEsP opinar a respeito de proposições que versem acerca de normas gerais sobre esporte; e outros assuntos correlatos, temas presentes no projeto em análise.

Além disso, por ser o órgão colegiado incumbido da análise terminativa da projetada lei, compete-lhe, ainda, a análise dos requisitos de constitucionalidade, juridicidade e regimentalidade.

A competência da União para dispor sobre o tema decorre do comando contido no art. 24, IX, da Carta Magna. Ademais, é legítima a iniciativa parlamentar, visto não incidir, na espécie, reserva de iniciativa.

No que se refere à constitucionalidade material, cumpre destacar o entendimento do Supremo Tribunal Federal, fixado no Tema 917:

Não usurpa competência privativa do Chefe do Poder Executivo lei que, embora crie despesa para a Administração, não trata da sua estrutura ou





da atribuição de seus órgãos nem do regime jurídico de servidores públicos (art. 61, § 1º, II, "a", "c" e "e", da Constituição Federal).

Assim, o ônus que se impõe à União e aos demais entes federados da elaboração e da distribuição das peças publicitárias é respaldado pelo entendimento de que a iniciativa parlamentar motivada pela efetivação de direitos constitucionais deve ser considerada constitucional já que não versa sobre a estrutura administrativa necessária à sua execução, nem cria atribuições aos órgãos dos entes federados.

A matéria apresenta, também, técnica legislativa adequada, em consonância com as determinações da Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998.

Quanto à juridicidade, observamos que, a proposição, além de se alinhar perfeitamente com o objetivo declarado da Lei nº 14.448, de 2022, que é o de conscientizar e combater a violência contra a mulher, se harmoniza com a Lei nº 14.597, de 14 de junho de 2023 - Lei Geral do Esporte (LGE). O inciso XVII do art. 11 da LGE apresenta entre os objetivos do Sistema Nacional do Esporte (Sinesp), sistema descentralizado, democrático e participativo, adotar as medidas necessárias para erradicar ou reduzir as manifestações antiesportivas, como a violência, o racismo, a xenofobia, a homofobia, o sexism e qualquer outra forma de discriminação.

No mérito, reafirma-se que a matéria é relevante. Primeiramente, salienta-se o caráter proativo da proposição, haja vista a busca pela conscientização quanto ao gravíssimo problema social da violência contra a mulher. Reitera-se que a exigência de exibição ou veiculação de campanha publicitária com tal finalidade se aplica a eventos esportivos com grande número de pessoas (mais de 10 mil espectadores), e inclui os esportes mais populares do País, como jogos de futebol, basquete e vôlei, por exemplo.

Destaca-se o máximo impacto objetivado, por abranger sistemas de sonorização e de mídia disponíveis na arena, ainda no curso da partida ou da exibição esportiva; e a obrigação de exibição ou veiculação por parte das emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, bem como às transmissões dos eventos via plataformas de *streaming* (transmissão de áudio e vídeo). Portanto, é dedutível o enorme potencial de eficácia das medidas preventivas a serem incluídas na Lei nº 14.448, de 2022.



Ademais, a projetada lei atribui à União e aos demais entes federados a responsabilidade pela criação e pela disponibilização das campanhas aos organizadores dos eventos, às emissoras e aos canais de transmissão. Complementarmente, busca aumentar o impacto e a aceitação da mensagem ao reconhecer a importância de se incluir ídolos masculinos e femininos dos esportes, das artes e da cultura nacional nas peças publicitárias a serem veiculadas.

Contudo, ressalta-se que *as emissoras de abrangência nacional e os canais de transmissão apenas serão responsáveis pela exibição de peças publicitárias elaboradas e disponibilizadas pela União.*

Por fim, quanto ao teor da emenda apresentada em relatório que passou a constituir o parecer da CDH favorável a esta proposição, mantém-se o entendimento de que disposições sobre os tempos mínimo e máximo das peças publicitária, haja vista o nível de detalhamento, seriam mais pertinentes à regulamentação da lei em que o projeto se converter. De tal modo, manifestamo-nos favoravelmente à supressão do § 4º do art. 3º-A da Lei nº 14.448, de 9 de setembro de 2022, na forma em que consta no art. 1º do PL nº 4.842, de 2023, e, por consequência, à renumeração dos parágrafos subsequentes.

III – VOTO

Ante o exposto, concluímos pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 4.842, de 2023, e da Emenda nº 1-CDH.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relatora

