

PROJETO DE LEI Nº ____/2026

Dispõe sobre a vedação da publicidade de produtos, serviços, plataformas digitais e atividades econômicas destinados exclusivamente ao público adulto cuja divulgação seja incompatível com a proteção integral de crianças e adolescentes em equipamentos esportivos, culturais, de lazer e entretenimento, públicos ou privados, acessíveis ao público, no Município de São Paulo, e dá outras providências.

A Câmara Municipal de São Paulo decreta:

Art. 1º Fica vedada, no âmbito do Município de São Paulo, a veiculação de publicidade, propaganda, comunicação mercadológica, patrocínio, exposição de marcas, ações promocionais ou qualquer outra forma de divulgação comercial de produtos, serviços, plataformas digitais ou atividades econômicas destinados exclusivamente ao público adulto cuja natureza seja incompatível com a proteção integral da criança e do adolescente, nos equipamentos públicos e privados acessíveis ao público previstos nesta Lei.

§ 1º A vedação aplica-se aos seguintes locais:

- I – estádios, arenas esportivas e ginásios;
- II – centros esportivos;
- III – teatros, cinemas, auditórios, museus, centros culturais e equipamentos culturais;
- IV – casas de espetáculos, casas de shows, centros de convenções e locais destinados à realização de eventos esportivos, culturais, recreativos ou de entretenimento;
- V – parques, praças e equipamentos de lazer;
- VI – feiras, festivais e eventos realizados em espaços públicos ou privados acessíveis ao público;
- VII – quaisquer locais destinados predominantemente à convivência familiar ou à frequência de crianças e adolescentes.

§ 2º A vedação aplica-se independentemente da natureza pública ou privada do imóvel, sempre que o acesso ao evento ou estabelecimento seja permitido ao público, mediante ingresso gratuito ou oneroso.

§ 3º Esta Lei não se aplica aos ambientes de acesso restrito exclusivamente a maiores de dezoito anos, desde que observada a legislação federal pertinente.

Art. 2º Para os fins desta Lei, considera-se incompatível com a proteção integral da criança e do adolescente a publicidade de produtos, serviços, plataformas digitais ou atividades econômicas cuja atividade principal consista na exploração comercial de conteúdo de natureza sexual destinado exclusivamente ao público adulto, mediante assinatura, remuneração direta, monetização por acesso, venda de conteúdo exclusivo, gorjetas ou mecanismos equivalentes.

Art. 3º A vedação compreende, entre outras modalidades:

- I – placas publicitárias;
- II – painéis eletrônicos;
- III – telões;
- IV – publicidade estática ou móvel;
- V – publicidade sonora;
- VI – publicidade digital;
- VII – patrocínio institucional;
- VIII – exposição de marcas;
- IX – naming rights;
- X – ativações promocionais;
- XI – estandes promocionais;
- XII – distribuição de brindes ou materiais promocionais;
- XIII – inserção de marcas em uniformes, equipamentos esportivos, vestimentas, credenciais, ingressos, pulseiras, materiais gráficos ou digitais;
- XIV – qualquer outra forma de comunicação mercadológica realizada no interior ou no entorno dos equipamentos abrangidos por esta Lei.

Art. 4º Os contratos administrativos, termos de permissão, concessão, autorização, parceria, patrocínio ou qualquer outro instrumento celebrado pelo Município deverão conter cláusula expressa de observância desta Lei.

Parágrafo único. Os responsáveis pela administração ou exploração de equipamentos privados abrangidos por esta Lei deverão observar suas disposições durante a realização de eventos acessíveis ao público.

Art. 5º Compete ao Poder Executivo fiscalizar o cumprimento desta Lei, podendo regulamentar:

- I – os critérios técnicos para caracterização das atividades abrangidas;
- II – os procedimentos administrativos de fiscalização;
- III – as formas de adequação da publicidade existente;
- IV – os mecanismos de cooperação com os organizadores de eventos.

Art. 6º Sem prejuízo das demais sanções previstas na legislação, o descumprimento desta Lei sujeitará o infrator às seguintes penalidades:

- I – advertência;
- II – multa;
- III – determinação de retirada imediata da publicidade irregular;
- IV – suspensão da autorização para exploração publicitária durante o evento;
- V – cassação da autorização municipal para realização do evento ou exploração publicitária, nos casos de reincidência, observados o contraditório e a ampla defesa.

Art. 7º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A presente proposição tem por objetivo fortalecer a proteção integral de crianças e adolescentes nos espaços públicos municipais destinados ao esporte, à cultura e ao lazer, mediante a vedação da publicidade de plataformas cuja atividade principal seja a exploração econômica de conteúdo adulto de natureza sexual.

Conforme noticiado na imprensa, o Corinthians fechou um acordo de patrocínio com a Fatal Fans, plataforma de conteúdo adulto por assinatura. Segundo informações, a empresa terá sua marca exibida nas equipes de futebol masculino, futebol feminino, futsal e basquete do clube. (<https://ge.globo.com/google/amp/futebol/times/corinthians/noticia/2026/06/27/corinthians-fecha-patrocínio-com-plataforma-de-conteúdo-adulto.ghtml>)

A Constituição Federal estabelece, em seu artigo 227, que é dever da família, da sociedade e do Estado assegurar, **com absoluta prioridade**, os direitos da criança e do adolescente, colocando-os a salvo de toda forma de negligência, discriminação, violência, crueldade, exploração e opressão.

Esse mandamento constitucional foi concretizado pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei Federal nº 8.069/1990), que consagra o princípio da proteção integral e impõe ao Poder Público o dever permanente de prevenir situações que possam estimular ou normalizar a exploração sexual de crianças e adolescentes.

A presente proposição encontra respaldo, ainda, nas diretrizes estabelecidas pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), órgão responsável por formular normas gerais da Política Nacional de Atendimento dos Direitos da Criança e do Adolescente.

A Resolução CONANDA nº 163, de 13 de março de 2014, reconhece como abusivo o direcionamento de publicidade e comunicação mercadológica à criança, estabelecendo que práticas publicitárias devem observar o princípio da proteção integral e não podem explorar a deficiência de julgamento e experiência própria do público infantojuvenil. A Resolução reforça que a proteção da infância deve orientar a atuação do Poder Público também no campo da comunicação social e da publicidade.

No mesmo sentido, a Resolução CONANDA nº 236, de 18 de maio de 2023, que institui a campanha nacional "Faça Bonito. Proteja nossas Crianças e Adolescentes", reafirma que o enfrentamento ao abuso e à exploração sexual depende da mobilização permanente do Estado e da sociedade, recomendando ações de prevenção, sensibilização e fortalecimento das políticas públicas voltadas à proteção integral de crianças e adolescentes.

Mais recentemente, a Resolução CONANDA nº 265, de 12 de junho de 2025, estabeleceu diretrizes nacionais para a formulação de políticas públicas destinadas à prevenção e ao enfrentamento da violência sexual contra crianças e adolescentes, reconhecendo expressamente que essas violências também ocorrem em ambientes digitais e abrangem a exploração sexual comercial e

outras condutas praticadas por meio das tecnologias da informação e comunicação.

Nesse contexto, embora plataformas de comercialização de conteúdo adulto sejam atividades lícitas quando destinadas exclusivamente ao público adulto, sua promoção ostensiva em arenas esportivas, centros culturais, parques, ginásios e demais equipamentos públicos frequentados por crianças, adolescentes e famílias mostra-se incompatível com os deveres constitucionais e legais de proteção integral.

A gravidade desse cenário é demonstrada por dados oficiais.

O 19º Anuário Brasileiro de Segurança Pública registrou 87.545 ocorrências de estupro e estupro de vulnerável em 2024, o maior número da série histórica, equivalente a aproximadamente uma vítima a cada seis minutos. Desse total, 76,8% foram classificados como estupro de vulnerável, 61,6% das vítimas tinham até 13 anos de idade e 88,2% eram do sexo feminino. Os dados indicam ainda que 66% dos crimes ocorreram dentro da residência e que parcela expressiva dos autores era composta por parceiros íntimos, familiares ou pessoas conhecidas da vítima. (<https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/violencia-em-dados/87-545-casos-de-estupro-e-estupro-de-vulneravel-foram-registrados-em-2024/>)

Os dados do IBGE, por meio da Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (PENSE 2024), reforçam esse quadro. Entre estudantes de 13 a 17 anos, 18,5% relataram já ter sofrido alguma forma de violência sexual, percentual que alcança 26% entre as meninas, mais que o dobro do registrado entre os meninos. A pesquisa também demonstra crescimento desse indicador em relação à edição anterior, revelando que a violência sexual continua afetando de forma significativa adolescentes brasileiros. (<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/46171-5-edicao-da-pense-meninas-sao-as-maiores-vitimas-de-violencia-sexual>).

O problema também se manifesta no ambiente digital. A expansão de plataformas voltadas à comercialização de conteúdo adulto modificou profundamente as formas de divulgação e monetização desse mercado. Embora tais atividades possam ser lícitas quando dirigidas exclusivamente ao público adulto, sua promoção ostensiva em espaços públicos frequentados por crianças e adolescentes suscita preocupação quanto à compatibilidade com os deveres constitucionais de proteção da infância.

A publicidade dessa natureza pode exercer influência significativa sobre o processo de desenvolvimento de crianças e adolescentes, especialmente na formação de referências relacionadas à sexualidade, às relações afetivas, ao consentimento e aos comportamentos socialmente percebidos como aceitáveis.

A proteção integral da infância e da adolescência não se limita à prevenção e ao enfrentamento do abuso e da violência sexual. Compreende também o dever de assegurar condições para um desenvolvimento sexual saudável, progressivo e compatível com cada faixa etária, mediante educação adequada, acesso a informações responsáveis e preservação contra conteúdos que possam naturalizar relações desiguais, objetificar pessoas, reproduzir padrões de violência ou transmitir concepções distorcidas sobre consentimento, respeito e autonomia.

A proposta não proíbe o funcionamento dessas plataformas, nem restringe a atividade econômica de empresas privadas. O que se pretende é estabelecer critérios para a utilização de espaços público e coletivos e para a publicidade veiculada em equipamentos esportivos, culturais e recreativos destinados ao convívio familiar e comunitário.

Essa técnica legislativa já é amplamente adotada pelo ordenamento jurídico brasileiro.

A legislação nacional estabelece restrições específicas para a publicidade de diversos produtos e serviços destinados exclusivamente ao público adulto ou que possam representar riscos à saúde e ao desenvolvimento de crianças e adolescentes.

Entre os principais exemplos destacam-se:

- a Lei nº 9.294/1996, que impõe restrições à publicidade de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas;
- o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), que considera abusiva a publicidade que explore a deficiência de julgamento e experiência da criança (art. 37, § 2º);
- o Estatuto da Criança e do Adolescente, que estabelece o dever permanente de prevenção de ameaças aos direitos da criança e do adolescente (arts. 70 e 71);
- a própria Constituição Federal, que determina, em seu artigo 220, § 3º, que a lei estabelecerá meios legais para proteger crianças e adolescentes da propaganda de produtos, práticas e serviços potencialmente prejudiciais ao seu desenvolvimento.

Sob essa perspectiva, o presente Projeto de Lei não cria tratamento excepcional, mas aplica aos espaços coletivos lógica semelhante àquela já consagrada pelo ordenamento jurídico brasileiro para outras atividades cuja publicidade recebe disciplina diferenciada em razão do interesse público e da proteção da infância e adolescência fundada na proteção integral e prioridade absoluta.

Arenas esportivas, ginásios, parques, centros esportivos, equipamentos culturais e eventos patrocinados pelo Município recebem diariamente milhares de crianças, adolescentes e famílias. Nesses ambientes, a publicidade possui elevada capacidade de influência e deve observar parâmetros compatíveis com sua função social e educativa.

A Constituição Federal também determina, em seu artigo 220, § 3º, que a comunicação social observará mecanismos legais destinados à proteção da infância e da adolescência. De forma complementar, os artigos 70 e 71 do Estatuto da Criança e do Adolescente estabelecem que é dever de todos prevenir a ocorrência de ameaça ou violação dos direitos infantojuvenis, assegurando-lhes proteção contra conteúdos inadequados ao seu estágio de desenvolvimento.

Sob a perspectiva da competência legislativa, o presente Projeto de Lei encontra fundamento nos artigos 30, incisos I e II, da Constituição Federal, que conferem aos Municípios competência para legislar sobre assuntos de interesse local e suplementar a legislação federal e estadual no que couber. Encontra igualmente amparo nos artigos 13, incisos I e II, da Lei Orgânica do Município de São Paulo, bem como na competência municipal para disciplinar o uso dos espaços públicos e privados acessíveis ao público, regulamentar a realização de eventos, o exercício do poder de polícia administrativa, a exploração publicitária e as atividades sujeitas ao licenciamento e à fiscalização municipal.

A proposição harmoniza-se, ainda, com os princípios e diretrizes de proteção integral previstos na Lei Orgânica do Município, especialmente aqueles que asseguram, em consonância com o artigo 227 da Constituição Federal, a prioridade absoluta na promoção e defesa dos direitos da criança e do adolescente, impondo ao Poder Público Municipal o dever de adotar políticas preventivas destinadas à proteção de seu desenvolvimento físico, psíquico, moral e social.

Nesse contexto, a disciplina da publicidade em equipamentos esportivos, culturais, recreativos e de lazer, públicos ou privados acessíveis ao público, insere-se no âmbito do interesse local e constitui medida legítima de proteção da infância e da adolescência, voltada à preservação de ambientes de convivência familiar compatíveis com os princípios da proteção integral, da prioridade absoluta, da prevenção, da moralidade administrativa e da supremacia do interesse público, sem impedir o exercício de atividades econômicas lícitas dirigidas exclusivamente ao público adulto.

Por essas razões, submetemos o presente Projeto de Lei à apreciação dos nobres Vereadores, confiantes de que sua aprovação representará mais um instrumento de fortalecimento das políticas públicas de proteção da infância e da adolescência no Município de São Paulo.