



PARECER DA COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E LEGISLAÇÃO
PARTICIPATIVA SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 0560/2025

Trata-se de projeto de lei, de iniciativa dos nobres Vereadores João Jorge, Adrilles Jorge, Dra. Sandra Tadeu, Lucas Pavanato, Sandra Santana, Renata Falzoni e Simone Ganem, que visa dispor sobre a proibição de publicidade de empresas de apostas esportivas e jogos de azar online em eventos esportivos amadores ou profissionais organizados por entidades públicas ou privadas, com ou sem fins lucrativos, em espaços públicos ou privados no Município de São Paulo.

Ainda em conformidade com o projeto, a vedação abrange os seguintes espaços: i) placas, faixas ou painéis publicitários em arenas, ginásios, estádios e outros locais de eventos esportivos; ii) transporte coletivo municipal como Busdoor, Outbus e Backbus; iii) outros espaços públicos sob administração ou permissão municipal.

Por fim, a propositura determina ao Executivo a promoção de campanhas educativas sobre os riscos das apostas esportivas e jogos online e suas consequências sociais, financeiras e de saúde mental.

De acordo com a Justificativa, a propositura tem por escopo regulamentar e restringir a veiculação de publicidade por empresas de apostas esportivas e jogos de azar *online* no âmbito de eventos esportivos realizados no Município de São Paulo, diante dos relevantes riscos sociais, econômicos e psicossociais decorrentes da crescente influência desse setor na esfera esportiva e na vida cotidiana dos cidadãos, em especial, de crianças, adolescentes e jovens atletas.

Sob o aspecto jurídico a propositura reúne condições para seguir em tramitação.

Inicialmente, cumpre observar que as apostas esportivas estão autorizadas e regulamentadas pela Lei Federal nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, cuja Seção II, especificamente voltada à publicidade e propaganda deste segmento, assim preconiza:

“Art. 16. As ações de comunicação, de publicidade e de *marketing* da loteria de apostas de quota fixa observarão a regulamentação do Ministério da Fazenda, incentivada a autorregulação.

Parágrafo único. A regulamentação de que trata o *caput* deste artigo disporá, pelo menos, sobre:



I - os avisos de desestímulo ao jogo e de advertência sobre seus malefícios que deverão ser veiculados pelos agentes operadores;

II - outras ações informativas de conscientização dos apostadores e de prevenção do transtorno do jogo patológico, bem como da proibição de participação de menores de 18 (dezoito) anos, especialmente por meio da elaboração de código de conduta e da difusão de boas práticas; e

III - a destinação da publicidade e da propaganda das apostas ao público adulto, de modo a não ter crianças e adolescentes como público-alvo.

Art. 17. Sem prejuízo do disposto na regulamentação do Ministério da Fazenda, é vedado ao agente operador de apostas de quota fixa veicular publicidade ou propaganda comercial que:

I - tenha por objeto ou finalidade a divulgação de marca, de símbolo ou de denominação de pessoas jurídicas ou naturais, ou dos canais eletrônicos ou virtuais por elas utilizados, que não possuam a prévia autorização exigida por esta Lei;

II - veiculem afirmações infundadas sobre as probabilidades de ganhar ou os possíveis ganhos que os apostadores podem esperar;

III - apresentem a aposta como socialmente atraente ou contenham afirmações de personalidades conhecidas ou de celebridades que sugiram que o jogo contribui para o êxito pessoal ou social;

IV - sugiram ou deem margem para que se entenda que a aposta pode constituir alternativa ao emprego, solução para problemas financeiros, fonte de renda adicional ou forma de investimento financeiro;

V - contribuam, de algum modo, para ofender crenças culturais ou tradições do País, especialmente aquelas contrárias à aposta;

VI - promovam o marketing em escolas e universidades ou promovam apostas esportivas dirigidas a menores de idade.

§ 1º É vedado realizar qualquer tipo de publicidade ou propaganda em meios de comunicação, físicos ou virtuais, sem o aviso de classificação indicativa da faixa etária direcionada, conforme disposto na [Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990](#) (Estatuto da Criança e do Adolescente).



§ 2º As empresas divulgadoras de publicidade ou de propaganda, incluídos provedores de aplicação de internet, deverão proceder à exclusão das divulgações e das campanhas irregulares após notificação do Ministério da Fazenda.

§ 3º As empresas provedoras de conexão à internet e de aplicações de internet deverão proceder ao bloqueio dos sítios eletrônicos ou à exclusão dos aplicativos que ofertem a loteria de apostas de quota fixa em desacordo com o disposto neste artigo após notificação do Ministério da Fazenda.

§ 4º Os provedores de aplicações de internet que ofertam aplicações de terceiros deverão proceder à exclusão, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço, das aplicações que tenham por objeto a exploração da loteria de apostas de quota fixa em desacordo com o disposto neste artigo, após notificação do Ministério da Fazenda.

§ 5º A notificação prevista nos §§ 2º e 4º deste artigo deverá conter, sob pena de nulidade, identificação clara e específica do conteúdo apontado como infringente, que permita a localização inequívoca do conteúdo quando se tratar de provedor de aplicação de internet que hospeda conteúdo de terceiro.

Art. 18. É vedado ao agente operador, bem como às suas controladas e controladoras, adquirir, licenciar ou financiar a aquisição de direitos de eventos desportivos realizados no País para emissão, difusão, transmissão, retransmissão, reprodução, distribuição, disponibilidade ou qualquer forma de exibição de seus sons e imagens, por qualquer meio ou processo.”

Nesse aspecto, é de se observar que, embora a Constituição Federal atribua privativamente à União a competência para legislar sobre propaganda comercial, nos termos do disposto no art. 22, inciso XXIX, a regulamentação e ordenação da publicidade e propaganda no território municipal é matéria que se insere na competência para legislar sobre assuntos de interesse local, com fundamento no art. 30, incisos I e II, também do Texto Constitucional.

Com efeito, é necessário distinguir a competência federal para regulamentar o conteúdo da propaganda e publicidade e a sua regulamentação específica com base no interesse local, diante da existência de competência municipal para regulamentar os locais dentro da paisagem urbana do Município nos quais é permitida a publicidade e propaganda.

Especificamente sobre a matéria de fundo, de se observar que a propositura encontra fundamento no Poder de Polícia da Administração Pública, assim conceituado pelo art. 78 do Código Tributário Nacional:



“Art. 78. Considera-se poder de polícia atividade da administração pública que, limitando ou disciplinando direito, interesse ou liberdade, regula a prática de ato ou abstenção de fato, em razão de interesse público concernente à segurança, à higiene, à ordem, aos costumes, à disciplina da produção e do mercado, ao exercício de atividades econômicas dependentes de concessão ou autorização do Poder Público, à tranquilidade pública ou ao respeito à propriedade e aos direitos individuais ou coletivos.”

Sobre o tema, ensina Hely Lopes Meirelles,

“(…) compete ao Município a polícia administrativa das atividades urbanas em geral, para a ordenação da vida da cidade. Esse policiamento se estende a todas as atividades e estabelecimentos urbanos, desde a sua localização até a instalação e funcionamento (...) Para esse policiamento deve o Município indicar o proceder do administrado, regulamentar a fiscalização e cobrar as taxas estabelecidas por lei. Nessa regulamentação se inclui a fixação de horário do comércio em geral e das diversificações para certas atividades ou estabelecimentos, bem como o modo de apresentação das mercadorias, utilidades e serviços oferecidos ao público.” (*Direito Municipal Brasileiro*, 6ª ed., Ed. Malheiros, pp. 370/371)

Ademais, o autor ainda destaca:

“A publicidade urbana, abrangendo os anúncios de qualquer espécie e forma expostos ao público, deve ficar sujeita à regulamentação e polícia administrativa do Município, por ser assunto de seu interesse local e conter sempre a possibilidade de causar danos ao patrimônio público e à estética da cidade.” (*Direito Administrativo Brasileiro*, 6ª ed., Malheiros Editores, p. 364 – grifamos)

Saliente-se que a própria Câmara dos Deputados, em nota técnica expedida pela sua Consultoria Legislativa sobre a competência municipal para disciplinar a chamada “poluição visual”, esclareceu:

“O disciplinamento do uso do solo urbano é estabelecido por meio das leis municipais de ordenamento urbano e pelos códigos municipais de obras e de posturas. Se, em determinado Município, essas leis permitem atos que, para alguns, levam à ‘poluição visual’, nada pode ser feito em termos de legislação federal ou estadual, pois o ‘Pacto Federativo’ garante a autonomia administrativa



dos entes federados, respeitando-se as competências constitucionais de cada um deles.

O mesmo pode-se dizer dos Municípios que, por omissão, não dispõem de leis que regulam a ocupação do solo urbano, especificamente quanto a aspectos que podem caracterizar-se como 'poluição visual'. Como esses aspectos não configuram razões para intervenção federal na administração municipal, nada pode ser feito, pela União, para coibi-los.

Outro argumento para que o poder legiferante sobre esse tipo de ocupação do solo caiba exclusivamente ao Município é a capacidade ou poder de fazer cumprir efetivamente uma lei que a discipline. Só o Município tem condições operacionais de fiscalizar a ocupação do solo urbano, bastando, para compreender essa afirmativa, imaginar o custo e a complexidade de uma fiscalização federal atuar, nesse campo, nos quase seis mil Municípios brasileiros. Como um nível de poder não pode impor, mediante lei, tarefas, competências e custos a outro nível, a competência de legislar sobre esse tema é, naturalmente, do Município. A possibilidade de efetivo exercício do poder de polícia determina, assim, a competência para legislar.

Concluindo, parece-nos claro que compete exclusivamente ao Município legislar sobre a colocação de placas, 'outdoors', letreiros luminosos e sobre a ocupação do solo urbano em geral, não podendo a União legislar sobre esses temas além das normas gerais por ela já implementadas, as quais tratam da proteção ao meio ambiente de uma forma ampla"

(PEREIRA JUNIOR, José de Sena, "Legislação federal sobre 'poluição visual' urbana", nota técnica expedida pela Câmara dos Deputados em janeiro de 2002, disponível em:

<file:///C:/Users/v011341/Downloads/legislacao_poluicao_visual_jose_pereira.pdf>, Acesso em 11/08/2026 - grifamos)

Assim, embora o enfoque da matéria não seja propriamente a poluição visual, não há como contestar a competência legislativa do Município sobre a matéria.

Durante a tramitação do projeto deverão ser realizadas ao menos duas audiências públicas, em atenção ao disposto no art. 41, VIII, da Lei Orgânica do Município.

Para ser aprovado, o projeto depende de voto favorável da maioria absoluta dos membros desta Casa, nos termos do art. 40, § 3º, XII, da Lei Orgânica do Município.

Ante o exposto, somos **PELA LEGALIDADE**.



Sala da Comissão de Constituição, Justiça e Legislação Participativa,