EMENDA Nº - CMMPV 1394/2026
(à MPV 1394/2026)

Dê-se ao art. 17 da Medida Provisória a seguinte redação:

"**Art. 17.** A vedação prevista no art. 16 não se aplica ao conteúdo produzido, publicado, divulgado ou exibido anteriormente ao início dos efeitos de vigência desta lei, que contenha publicidade, propaganda, patrocínio ou identificação de marca de loterias de aposta de quota fixa.

§ 1º O conteúdo de que trata o caput poderá ser mantido disponível, armazenado, reproduzido, reexibido e distribuído, em qualquer meio, inclusive em acervos, catálogos, repositórios e serviços de disponibilização de conteúdo sob demanda, sem obrigação de edição, supressão ou ocultação dos elementos publicitários nele contidos.

§ 2º A manutenção, a reprodução ou a reexibição do conteúdo de que trata este artigo não configura infração ao disposto nos arts. 16, 19, 20 e 21, não enseja a aplicação das sanções previstas nos arts. 18 e 22 e não fundamenta a expedição de notificação ou de ordem de indisponibilização com base nesta lei.

§ 3º O disposto no § 2º do art. 16 não alcança o conteúdo de que trata este artigo.

§ 4º A vedação prevista no art. 16 também não se aplica à manutenção em estoque, distribuição, exposição e comercialização, até o seu esgotamento, de bens, produtos e mercadorias produzidos, fabricados, adquiridos ou incorporados a estoque anteriormente ao início dos efeitos de vigência desta lei que contenham publicidade, propaganda, patrocínio ou identificação de marca de loterias de aposta de quota fixa.

LexEdit
CD264387786400

Para verificar a assinatura, acesse https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD264387786400
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Capitão Alden

§ 5º O disposto no § 4º aplica-se, inclusive, a camisas, uniformes, vestuário, materiais e artigos esportivos, produtos licenciados e demais bens que contenham marca, logomarca, nome empresarial ou outro sinal de identificação ou patrocínio de loterias de aposta de quota fixa, não sendo exigidos, exclusivamente em razão da vedação prevista no art. 16, o seu recolhimento, inutilização, destruição, descaracterização, alteração, cobertura, supressão ou ocultação dos elementos neles originalmente contidos.

§ 6º A manutenção em estoque, distribuição, exposição ou comercialização dos bens, produtos e mercadorias de que tratam os §§ 4º e 5º não configura infração ao disposto no art. 16, não enseja a aplicação das sanções previstas nesta lei e não fundamenta a expedição de notificação, determinação de recolhimento, apreensão, inutilização ou qualquer outra medida restritiva com fundamento nesta lei.

§ 7º O disposto nos §§ 4º a 6º não autoriza a produção ou fabricação, após o início dos efeitos de vigência desta lei, de novos bens, produtos ou mercadorias contendo publicidade, propaganda, patrocínio ou identificação de marca de loterias de aposta de quota fixa."

JUSTIFICAÇÃO

A presente emenda aperfeiçoa a regra de transição prevista no art. 17 da Medida Provisória nº 1.394, de 2026, para estabelecer uma distinção necessária entre a publicidade realizada após a nova vedação e situações legitimamente constituídas sob o regime jurídico anterior. A proibição pode produzir integralmente os efeitos definidos pelo legislador para o futuro; não deve, contudo, converter em irregulares produtos já fabricados, estoques já adquiridos ou conteúdos já produzidos quando essas atividades eram lícitas.

LexEdit
CD264387786400

Para verificar a assinatura, acesse https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD264387786400
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Capitão Alden

A questão deixou de ser meramente jurídica e já produz consequências econômicas concretas. Reportagem do jornalista Rodrigo Mattos, publicada pelo UOL em 26 de setembro de 2026, informa que a estimativa inicial do Flamengo era de aproximadamente 100 mil camisas produzidas pela Adidas com a estampa da Betano que não poderiam ser vendidas, além da perda dos royalties que seriam obtidos com a comercialização dessas peças.

A dimensão econômica desse estoque também foi objeto de levantamento publicado pelo Blog Ser Flamengo, em 28 de setembro de 2026. Considerando o valor de R$ 198 por unidade utilizado na publicação, as 100 mil camisas representariam aproximadamente R$ 19,8 milhões em produtos potencialmente comprometidos. Trata-se, como corretamente ressalva a própria publicação, de estimativa do valor das peças envolvidas, e não de prejuízo contábil oficialmente reconhecido pelo clube, cujo montante efetivo dependerá da destinação dos produtos e das responsabilidades contratuais entre clube, fabricante e varejistas.

O exemplo é expressivo porque revela, em escala concreta, a natureza do problema que a emenda pretende solucionar. Não se trata de autorizar a fabricação de uma nova camisa com publicidade proibida, mas de definir o destino de milhares de produtos que já haviam sido fabricados, adquiridos, distribuídos e incorporados aos estoques quando sua comercialização era permitida. A mudança legislativa não deve transformar, em poucos dias, mercadoria lícita em estoque sem valor comercial, transferindo para clubes, fabricantes, distribuidores e varejistas o custo patrimonial imediato da alteração regulatória.

E o fenômeno não se restringe ao Flamengo. Reportagem publicada pelo portal Terra, em 28 de setembro de 2026, ao tratar

LexEdit
CD264387786400
Para verificar a assinatura, acesse https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD264387786400
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Capitão Alden

especificamente do impacto da medida sobre os estoques do varejo esportivo, registrou que marcas de empresas de apostas estavam presentes em 14 dos 20 clubes da Série A do Campeonato Brasileiro. A matéria apontou, ainda, que uma camisa oficial comercializada por R$ 600 pode ter sido adquirida pelo lojista por valores entre R$ 420 e R$ 450 e que sua liquidação por R$ 350 produziria perda entre R$ 70 e R$ 100 por unidade. Em um estoque de mil peças, isso representaria prejuízo potencial entre R$ 70 mil e R$ 100 mil.

A cadeia econômica atingida envolve clubes, fabricantes de material esportivo, licenciados, fornecedores, operadores logísticos, grandes redes e pequenos comerciantes. Exigir o recolhimento, a inutilização, a destruição ou mesmo a cobertura e a descaracterização de produtos acabados significaria impor novos custos sobre bens já produzidos, além de gerar desperdício econômico e material sem benefício proporcional para a finalidade pretendida pela norma.

Por essa razão, a emenda adota solução simples e objetivamente verificável: permite o esgotamento dos estoques constituídos antes do início dos efeitos da vedação e proíbe a fabricação de novas unidades. Preserva-se o patrimônio constituído sem perpetuar a publicidade. O estoque existente se extingue naturalmente e a nova disciplina passa a reger integralmente a produção futura.

A mesma lógica se aplica, com igual importância, ao conteúdo produzido anteriormente.

Durante os anos em que essa modalidade de patrocínio era admitida, marcas de empresas de apostas passaram a integrar a própria paisagem esportiva e audiovisual brasileira. Estão presentes em uniformes, placas de campo, painéis de entrevistas, arenas e

LexEdit
CD264387786400
Para verificar a assinatura, acesse https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD264387786400
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Capitão Alden

cenários registrados em partidas, campeonatos, filmes, documentários, programas, entrevistas, reportagens, fotografias e vídeos.

Esses registros não perdem sua natureza histórica, jornalística, esportiva ou cultural porque voltam a ser exibidos depois da mudança legislativa. Uma partida disputada no passado não se converte em nova publicidade quando é reexibida. Um documentário não se transforma em campanha publicitária porque registra um atleta utilizando o uniforme que efetivamente vestia. Um filme ou programa não adquire finalidade promocional nova simplesmente porque preserva, em suas imagens, uma marca que estava licitamente presente no momento de sua produção.

Esse ponto assume especial relevância na atual forma de circulação das obras audiovisuais. Grande parte desses conteúdos permanece acessível em acervos digitais, catálogos, plataformas de streaming e serviços de disponibilização de conteúdo sob demanda. Sem regra expressa de transição, a nova vedação pode ser interpretada como exigência de revisão e edição de acervos constituídos ao longo de anos, com supressão ou ocultação de marcas quadro a quadro, ou, diante da inviabilidade técnica e econômica desse procedimento, como fundamento para a retirada dos próprios conteúdos.

Esse resultado iria além da finalidade da Medida Provisória. Uma coisa é impedir publicidade nova; outra é obrigar a modificar o registro de um fato passado.

E é justamente nesse ponto que as duas situações se encontram. A mesma camisa que hoje integra o estoque de uma loja aparece no registro audiovisual da partida em que foi utilizada. Não seria coerente exigir que a camisa física seja recolhida ou descaracterizada e, simultaneamente, que sua imagem seja apagada da transmissão, do

LexEdit
CD264387786400
Para verificar a assinatura, acesse https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD264387786400
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Capitão Alden

documentário, do filme ou do acervo histórico em que aparece. Em ambos os casos, estar-se-ia projetando a nova proibição sobre situações constituídas quando aquela exposição era lícita.

A emenda estabelece, portanto, uma regra única e coerente de transição: o produto já fabricado pode completar seu ciclo econômico; o conteúdo já produzido pode completar seu ciclo informacional, cultural e comercial. Para o futuro, a proibição permanece integral.

Não se autorizam novos patrocínios, novas campanhas publicitárias ou a fabricação de novas mercadorias contendo as marcas alcançadas pela vedação. Tampouco se autoriza a inserção de nova publicidade em conteúdos anteriormente produzidos. Protege-se apenas aquilo que já estava legitimamente constituído antes da incidência da nova disciplina.

Essa solução encontra fundamento nos princípios da segurança jurídica, da proteção da confiança legítima e da proporcionalidade, bem como na garantia constitucional do ato jurídico perfeito. Encontra respaldo, ainda, nos arts. 20, 21, 23 e 24 da Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro, que impõem a consideração das consequências práticas das decisões públicas e reconhecem a necessidade de transição adequada diante da imposição superveniente de novos deveres ou condicionamentos.

No caso dos conteúdos e acervos, somam-se as garantias constitucionais da liberdade de expressão, do acesso à informação e da preservação da memória cultural, previstas nos arts. 5º, IX e XIV, 215, 216 e 220 da Constituição Federal. A possibilidade de estabelecer restrições à publicidade comercial não exige a reconstrução artificial

LexEdit
CD264387786400
Para verificar a assinatura, acesse https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD264387786400
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Capitão Alden

de acontecimentos pretéritos nem a alteração de obras e registros produzidos licitamente.

A solução também atende ao princípio da proporcionalidade. Para impedir publicidade futura, é suficiente impedir publicidade futura. Não é necessário destruir estoques já constituídos, inutilizar produtos acabados, reprocessar mercadorias, editar milhares de horas de conteúdo audiovisual ou retirar de circulação filmes, documentários, programas, partidas e vídeos produzidos anteriormente.

A dimensão econômica dos efeitos já verificados reforça a necessidade de tratamento legislativo adequado. A reportagem de Rodrigo Mattos, no UOL, registra que o Flamengo estimava impacto anual de aproximadamente R$ 400 milhões no conjunto das relações econômicas afetadas pela nova disciplina, sendo R$ 268 milhões correspondentes ao contrato com a Betano. A mesma apuração registra outros impactos comerciais, inclusive contratos relacionados a placas de publicidade e direitos associados a competições.

A presente emenda não pretende preservar contratos futuros nem neutralizar os efeitos econômicos prospectivos da decisão legislativa. Pretende apenas impedir que a alteração do regime destrua valor econômico ou informacional já legitimamente constituído.

A fronteira proposta é clara: o novo se submete integralmente à nova regra; o preexistente completa legitimamente seu ciclo.

Assim, a camisa já fabricada poderá ser comercializada até o esgotamento do estoque, mas novas unidades não poderão ser produzidas posteriormente com a publicidade proibida. Da mesma forma, uma partida, filme, documentário, programa ou vídeo já

LexEdit
CD264387786400
Para verificar a assinatura, acesse https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD264387786400
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Capitão Alden

produzido poderá permanecer disponível e ser reexibido, inclusive em plataformas de streaming e serviços de conteúdo sob demanda, sem que isso autorize qualquer nova inserção publicitária.

Não se trata de perpetuar a publicidade das apostas, mas de estabelecer uma transição juridicamente segura e materialmente razoável.

A nova lei pode definir o futuro. Não precisa, para isso, destruir a camisa que já foi produzida nem apagar essa mesma camisa das imagens da partida que já aconteceu.

Pelas razões expostas, solicita-se o apoio dos nobres Pares para a aprovação desta emenda.

Sala da comissão, 1 de outubro de 2026.

LexEdit
CD264387786400

Para verificar a assinatura, acesse https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD264387786400
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Capitão Alden