



Nota Técnica SEI nº 3620/2026/MF

Assunto: Nota Técnica acerca das ações de comunicação, de publicidade e propaganda e de marketing da loteria de apostas de quota fixa durante a COPA DO MUNDO DA FIFA 2026.

Aos Operadores de Aposta de Quota Fixa,

SUMÁRIO EXECUTIVO

1. A *FIFA World Cup 2026* será sediada por três países: Estados Unidos, Canadá e México. Essa cooperação entre diferentes nações demonstra a capacidade de organização conjunta em grande escala e marca um novo modelo para eventos esportivos globais. Pela primeira vez, a competição contará com 48 seleções, ampliando significativamente a participação de países de diferentes regiões do mundo.

2. Além disso, o impacto econômico do torneio é muito significativo. A publicidade na *FIFA World Cup 2026* é um dos aspectos mais importantes do evento, pois transforma a competição em uma vitrine global para marcas, produtos e serviços. Durante o torneio, milhões de pessoas ao redor do mundo acompanham os jogos, o que cria uma oportunidade única para empresas alcançarem uma audiência massiva e diversificada.

3. Com o crescimento do ambiente digital, a publicidade na *Copa do Mundo* não se limita mais à televisão. Redes sociais, aplicativos e plataformas de streaming ampliam o alcance das campanhas, permitindo interações em tempo real com os torcedores e maior personalização das mensagens.

4. Diante deste impacto, o presente documento tem como objetivo ressaltar regras legais e regulatórias importantes a serem cumpridas para as ações de comunicação, de publicidade e propaganda e de marketing, no âmbito das diretrizes de jogo responsável durante a ocorrência do evento pelos operadores de aposta de quota fixa autorizados pela Secretaria de Prêmios e Apostas do Ministério da Fazenda, bem como para cumprir com as normas éticas previstas no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CBAP), especialmente aquelas constantes do Anexo "X".

DOS PRINCÍPIOS PARA AS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO, DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA E DE MARKETING DA LOTERIA DE APOSTAS DE QUOTA FIXA

5. Devem ser observados os seguintes princípios para qualquer divulgação em ação de comunicação, de publicidade e propaganda e de marketing de apostas de quota fixa por parte dos operadores autorizados pela SPA/MF:

1. Princípio da Veracidade e informação adequada sobre a oferta

As publicidades devem conter apresentação verdadeira do serviço ofertado e abster-se da promessa de ganhos e resultados certos, fáceis e/ou elevados.

É vedada promessa que transmita a ideia de que a participação poderá levar ao enriquecimento ou que constitua forma de investimento ou de renda.

2. Responsabilidade Social e Jogo responsável

A publicidade deverá respeitar os princípios do jogo responsável, abstendo-se de estimular comportamento excessivo, compulsivo ou socialmente irresponsável;

É vedada a utilização de argumentos de pressão, repetição ou constância e que encoraja o consumidor a assumir postura imprudente ou a prática de apostas associadas à condição de desequilíbrio emocional, psicológico ou, ainda, associadas a situações ou estados de alteração de sentidos.

3. Avisos obrigatórios e impacto do jogo

As comunicações comerciais deverão conter, de forma legível, ostensiva e destacada, os avisos obrigatórios como *Apostas são atividades com riscos de perdas financeiras*. Ademais, devem ter o aviso étário com o símbolo “18+” ou “proibido para menores de 18 anos”.

Recomenda-se especial atenção à clareza das mensagens relacionadas aos riscos e impactos decorrentes da prática de apostas.

4. Influenciadores digitais e afiliados

Os influenciadores devem também cumprir com as Leis 8.078/90, 14.790/2023, as regras regulatórias da SPA e as regras do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, em particular as previsões do Anexo X, assim como as diretrizes previstas no GUIA DE MARKETING E PUBLICIDADE POR INFLUENCIADORES DIGITAIS, especialmente quanto a identificação da natureza publicitária do anúncio.

5. Proteção de crianças e adolescentes

A publicidade do segmento de apostas deve ser direcionada exclusivamente ao público adulto, sendo vedado conteúdos que atraiam o interesse de menores de idade, assim, não devem conter símbolos recursos gráficos e animações, linguagem, personalidades ou personagens reconhecidamente pertencentes ao universo infanto-juvenil, nem devem utilizar elementos visuais, sonoros, verbais ou escritos especificamente destinados a este público;

É necessário observar que as pessoas que apareçam nas publicidades do segmento, praticando apostas, desempenhando papel significativo ou de destaque, deverão ser e parecer maiores de 21 anos de idade;

Devem ser observados mecanismos de restrição etária e cuidados adicionais de segmentação e destinação das mensagens publicitárias, inclusive em ambientes digitais e redes sociais.

O CONAR permanecerá atuando em cooperação institucional com os órgãos competentes para monitoramento e adoção das providências cabíveis.

Considerando o caráter global da Copa do Mundo e a circulação internacional de conteúdos publicitários, reconhece-se a possibilidade de divulgação transnacional de campanhas. No entanto, persistindo de forma residual a divulgação de conteúdos para o consumidor brasileiro, estes deverão observar as normas éticas e regulamentares aplicáveis no Brasil.

DA LEI Nº 14.790/2023 E A PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES

6. A promulgação da **Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023**, representou um marco jurídico fundamental para a consolidação da regulação das apostas de quota fixa no Brasil. Essa norma não apenas

ratifica a natureza jurídica de relação de consumo existente entre apostadores e operadores do mercado, mas também reforça a aplicação direta do Código de Defesa do Consumidor, Lei nº. 8.078/1990) às atividades desse setor, conforme dispõe expressamente o artigo 27 da referida lei:

"Art. 27. Aplicam-se ao agente operador de apostas de quota fixa as normas do Código de Defesa do Consumidor, na qualidade de fornecedor de serviços, e ao apostador, as prerrogativas da condição de consumidor."

7. No campo da comunicação, da publicidade e propaganda, a norma legal traz a necessidade de se observar, por parte dos agentes operadores, a regulamentação da SPA devendo ainda ser incentivada a autorregulação. A regulamentação nesta matéria de publicidade e propaganda deve considerar os avisos de desestímulo ao jogo e de advertência sobre seus malefícios, conscientização dos apostadores e de prevenção do transtorno do jogo patológico, proibição de participação de menores de 18 (dezoito) anos e não destinação de publicidade para este público. Determinou também vedações como veicular probabilidades infundadas de ganho, associação com alternativa ao emprego, solução para problemas financeiros, fonte de renda adicional ou forma de investimento financeiro:

Seção II Da Publicidade e da Propaganda

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.

(...)

8. Esta normativa traz uma Seção específica reforçando os direitos básicos previstos no CDC, como a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem

como contra práticas e cláusulas abusivas, prevista no art.6º, inciso IV, da Lei n.8.078/90:

Seção II

Dos Direitos Básicos

Art. 27. São assegurados aos apostadores todos os direitos dos consumidores previstos na [Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990](#) (Código de Defesa do Consumidor).

§ 1º Além daqueles previstos no [art. 6º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990](#) (Código de Defesa do Consumidor), constituem direitos básicos dos apostadores:

I - a informação e a orientação adequadas e claras acerca das regras e das formas de utilização de recintos, equipamentos, sistemas e canais eletrônicos das apostas;

II - a informação e a orientação adequadas e claras sobre as condições e os requisitos para acerto de prognóstico lotérico e aferição do prêmio, vedada a utilização de escrita dúbida, abreviada ou genérica no curso de efetivação da aposta;

III - a informação e a orientação adequadas e claras quanto aos riscos de perda dos valores das apostas e aos transtornos de jogo patológico; e

IV - a proteção dos dados pessoais conforme o disposto na [Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018](#) (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

§ 2º Para os fins do disposto no inciso IV do § 1º deste artigo, o regulamento do Ministério da Fazenda definirá limites à exigência e ao tratamento de dados pessoais e dados pessoais sensíveis, obedecidas as disposições da [Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018](#) (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

9. Em que pese não ser cogente, o Anexo X de apostas do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) também considerou a proteção de crianças e adolescentes (item 4 do anexo) e sugere frases de alerta que podem ser excepcionadas, desde que não sugira prática da atividade e esteja limitado à divulgação do site, marca ou slogan, quando for: *i) publicidade estática ou dinâmica (com exibição digital) ao redor do campo em estádios, ginásios e outras arenas; ii) publicidade em equipamentos de competição ou materiais de apoio das atividades; e iii) textos-foguete, vinhetas de passagem e assemelhados, cujo tamanho e tempo de exposição impossibilitem a inserção da frase de responsabilidade social.* Frases sobre os impactos das atividades de apostas somente incorporarão o anexo X depois de deliberadas por resolução do conselho superior do Conar. Seguem as 10 (dez) frases de advertências sugeridas pelo Conar:

- a. Jogue com responsabilidade.
 - b. Apostas são atividades com riscos de perdas financeiras.
 - c. Apostar pode levar à perda de dinheiro.
 - d. As chances são de que você está prestes a perder.
 - e. Aposta não é investimento.
 - f. Apostar pode causar dependência.
 - g. Apostas esportivas: pratique o jogo seguro.
 - i. Apostar não deixa ninguém rico.
 - j. Saiba quando apostar e quando parar.
- Aposta é assunto para adultos

DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO, DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA E DE MARKETING - PORTARIA SPA N.1.231/2024

10. A Portaria SPA n.1.231, de 31 de julho de 2024, que estabelece regras e diretrizes para o jogo responsável e para as ações de comunicação, de publicidade e propaganda e de marketing, e regulamenta os direitos e deveres de apostadores e de agentes operadores, a serem observados na exploração comercial da modalidade lotérica de apostas de quota fixa, definiu como jogo responsável o conjunto de regras, práticas e atividades voltadas, no contexto da modalidade lotérica aposta de quota fixa, **à garantia da promoção e publicidade saudável e socialmente responsável desta modalidade**, bem como da prevenção e mitigação de malefícios individuais ou coletivos decorrentes da atividade, incluindo consequências negativas à saúde mental e física e violações associados a problemas financeiros:

Art. 2º Para fins desta Portaria, considera-se:

I - jogo responsável: o conjunto de regras, práticas e atividades voltadas, no contexto da

modalidade lotérica aposta de quota fixa, à garantia da:

*a) exploração econômica, **promoção e publicidade saudável e socialmente responsável desta modalidade;** e*

*b) **prevenção e mitigação de malefícios individuais ou coletivos decorrentes da atividade**, incluindo:*

*1. **consequências negativas à saúde mental do apostador em virtude de dependência, compulsão, mania ou qualquer transtorno associado ao jogo ou apostas, tais como o jogo patológico ou abusivo;***

*2. **consequências negativas à saúde física do apostador;***

*3. **violações de direitos do consumidor, especialmente associados a problemas financeiros, de endividamento e de superendividamento;** e*

4. problemas sociais. (grifo nosso)

11. Assim, destacam-se diversas obrigações para os agentes operadores de apostas no que tange a atuar com diligência na estruturação de seu sistema de apostas, de toda ação de publicidade, propaganda e de marketing:

CAPÍTULO II - DAS REGRAS E DAS DIRETRIZES DO JOGO RESPONSÁVEL

Seção I - Dos Deveres do Agente Operador de Apostas para Garantia do Jogo Responsável

Art. 3º Para fins de implementação do jogo responsável, o agente operador de apostas deverá:

I - atuar com diligência na estruturação de seu sistema de apostas, de toda ação de publicidade, propaganda e de marketing, bem como de seus canais físicos ou eletrônicos, a fim de:

a) respeitar os preceitos do jogo responsável;

b) prevenir a dependência e transtornos do jogo patológico ; e

c) garantir a observância da proibição de apostas por crianças e adolescentes;

II - promover a conscientização sobre os riscos de dependência, de transtornos do jogo patológico e sobre a proibição de jogo por crianças e adolescentes mediante a:

a) colaboração com campanhas educativas do setor destinadas à sociedade em geral e aos grupos em risco de dependência e de transtornos do jogo patológico; e

b) realização de ações e de campanhas educativas próprias com seu público consumidor em potencial;

III - manter comunicação sistemática com os apostadores cadastrados, segundo sua política de jogo responsável, alertando sobre jogo responsável, riscos de dependência e de transtornos do jogo patológico, formas de prevenção e alternativas de tratamento; e

IV - elaborar a política de jogo responsável e garantir que ela reflita de maneira fidedigna o funcionamento real de seu sistema de apostas. (grifo nosso)

12. Considerando o evento mundial, em suas plataformas, é necessário reforçar os mecanismos acerca dos riscos de dependência, de transtorno do jogo patológico e de perda dos valores das apostas, orientar sobre os sinais de autovigilância, bem como monitorar o comportamento dos apostadores:

Art. 4º No sistema de apostas, para fins de implementação do jogo responsável, **o agente operador de apostas deverá:**

I - informar ao apostador, no momento do cadastro, assim como no momento do acesso ao sistema de apostas, quanto aos riscos de dependência, de transtornos do jogo patológico e de perda dos valores das apostas;

II - informar o retorno teórico ao jogador de cada jogo on-line disponibilizado no sistema de apostas;

III - orientar sobre sinais de alerta para autovigilância quanto ao risco de dependência e de transtornos do jogo patológico;

IV - possibilitar aos apostadores a:

a) a adoção de limite prudencial de aposta por valor total depositado ou quantidade de apostas, vinculando tais limites a períodos diário, semanal, mensal ou outros períodos;

b) a opção pela programação, no sistema de apostas, de alertas ou de bloqueios de uso, conforme o tempo transcorrido na sessão do apostador;

c) a adoção de períodos de pausa, nos quais o apostador terá acesso à conta, mas não poderá realizar apostas;

d) solicitar a autoexclusão específica no sistema de apostas, por prazo determinado ou

indeterminado, em que o apostador terá sua conta encerrada, só podendo voltar a registrar-se após finalizado o período definido; e

e) solicitar a autoexclusão centralizada, por prazo determinado ou indeterminado, por meio de link para a plataforma mantida pela Secretaria de Prêmios e Apostas, que deverá estar disponível no sistema de apostas de forma clara e com destaque.

V - garantir mecanismo de exclusão temporária ou definitiva no sistema de apostas, em que o apostador terá sua conta encerrada, só podendo voltar a registrar-se após finalizado o período definido;

VI - acompanhar o comportamento de apostadores quanto ao risco de dependência e de transtornos do jogo patológico;

VII - sugerir, independentemente de solicitação, a adoção de limites prudenciais associados a alertas ou bloqueios, a realização de autoteste ou a adoção de mecanismo de autoexclusão a todos apostadores e usuários da plataforma, de acordo com a classificação de perfil constante em sua política de jogo responsável;

VIII - suspender o uso do sistema de apostas pelos apostadores em risco alto de dependência e de transtornos do jogo patológico, conforme sua política de jogo responsável;

IX - disponibilizar, de forma clara e acessível, seção específica de "jogo responsável" no sistema de apostas, com o seguinte conteúdo mínimo:

a) orientações sobre como apostar de forma responsável e sobre riscos associados às apostas, inclusive de dependência, de transtornos do jogo patológico e de outros problemas associados aos jogos;

b) oferecimento de questionário de **autoavaliação sobre riscos associados às apostas, inclusive de dependência, de transtornos do jogo patológico e de outros problemas associados aos jogos;**

c) indicação de "sinais de alerta" para autovigilância quanto ao risco de dependência e de transtornos do jogo patológico;

d) instruções claras para acesso do apostador a mecanismos preventivos de dependência e de transtornos do jogo patológico, a seu histórico e a sua situação atual no sítio eletrônico quanto a tempo e valores gastos em apostas; e

e) informações e canais de proteção do apostador;

X - manter painel de informação permanente de fácil acesso, com dados da conta gráfica, detalhando o tempo de uso do sistema, perdas financeiras incorridas e saldo financeiro disponível;

XI - implementar alertas de tempo de atividade dos apostadores, segundo critérios e periodicidade definidos em sua política de jogo responsável;

XII - indicar os canais de atendimento e de ouvidoria para os apostadores, que devem ser acessíveis pela internet, inclusive para orientar apostadores com risco de dependência e de transtornos do jogo patológico e seus familiares quanto à obtenção de ajuda e tratamento;

XIII - garantir, no caso da modalidade física, os canais de atendimento e de ouvidoria também de forma presencial;

XIV - disponibilizar, em caso de modalidade física, as informações sobre o jogo responsável nos estabelecimentos do agente operador de apostas de forma visual e de fácil leitura; e

XV - abster-se de firmar parceria, convênio, contrato ou qualquer outra forma de arranjo ou ajuste negocial para viabilizar ou facilitar o acesso a crédito ou a operação de fomento mercantil por parte de apostador.

XVI - exigir do apostador, no momento do cadastro, a adoção de limites prudenciais de aposta por perda financeira e tempo transcorrido, vinculando tais limites a períodos diário, semanal, mensal ou outros períodos.

§ 1º É proibida a utilização nos sistemas de apostas de artifícios que dificultem a opção livre e informada do apostador por quaisquer dos mecanismos previstos na regulamentação, inclusive o uso de desenho de produtos tecnológicos que retardem a livre opção do apostador.

§ 2º Os pedidos feitos pelo apostador de aumento nos limites prudenciais ou suspensão dos períodos de pausa somente poderão ser implementados pelo agente operador de apostas após vinte e quatro horas a partir de sua solicitação, desde que não viole a política de jogo responsável.

§ 3º No caso da autoexclusão, o agente operador poderá adotar prazo superior a vinte e quatro horas, segundo sua política de jogo responsável, para aceitar o novo cadastro necessário, caso o apostador tente sua reinclusão.

§ 4º O agente operador de apostas deve informar ao apostador a possibilidade de autoexclusão centralizada, por meio da disponibilização do link de que trata a alínea "e" do inciso IV do caput.

(grifo nosso)

13. Ainda para garantir a proteção dos consumidores-apostadores, há dispositivos com vedações e relacionados com as ações de comunicação, publicidade e propaganda de apostas que devem estar em conformidade, inclusive, com o Código de Defesa do Consumidor e também voltados para a proteção e defesa das crianças e adolescentes que são vulneráveis:

CAPÍTULO III - DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO, DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA E DE MARKETING DA LOTERIA DE APOSTAS DE QUOTA FIXA
Seção I - Das Diretrizes e das Regras para Comunicação, Publicidade e Propaganda e Marketing de Agente Operador de Apostas
(...)

"Art. 12. São vedadas as ações de comunicação, de publicidade e propaganda e de marketing de loteria de apostas de quota fixa que:

I - sugiram a obtenção de ganho fácil ou associem a ideia de sucesso ou aptidões extraordinárias a apostas;

II - 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 ou para melhoria das condições financeiras;

III - encorajem práticas excessivas de aposta;

IV - contenham chamadas para ação, sugerindo ato imediato por parte do apostador;

V - apresentem a aposta como prioridade na vida;

VI - estabeleçam ligação entre apostas e o sucesso pessoal e financeiro;

VII - vinculem apostas a atitudes ou comportamentos ilegais ou discriminatórios;

VIII - contenham informação falsa ou enganosa;

IX - sejam veiculadas em locais:

(...)

b) destinados a todos os níveis de ensino; e

c) outros destinados à frequência de pessoas menores de dezoito anos;

(...)

XV - incluam a participação de pessoa que tenha ou que pareça ter menos de dezoito anos ;

XVI - sejam dirigidas a crianças ou adolescentes ou que tenham esse público como seu público-alvo;

XVII - sejam veiculadas em meios de comunicação ou em programas onde pessoas menores de dezoito anos constituam a principal audiência ou em sítio eletrônico com perfil de audiência de menores de dezoito anos;

XVIII - utilizem imagens de crianças e de adolescentes ou elementos particularmente apelativos para os menores de dezoito anos; e

XIX - associem apostas a atividades culturais de crianças e adolescentes.

14. O §1º, do art.13, da Portaria SPA 1.231/2024 informa que as as cláusulas de advertência devem ser claras, legíveis e proporcionais com **um mínimo de 10%**:

CAPÍTULO III - DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO, DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA E DE MARKETING DA LOTERIA DE APOSTAS DE QUOTA FIXA
Seção I - Das Diretrizes e das Regras para Comunicação, Publicidade e Propaganda e Marketing de Agente Operador de Apostas
(...)

Art. 13. Toda ação de comunicação, de publicidade e propaganda e de marketing por parte dos agentes operadores de apostas, incluindo qualquer tipo de peça, de material ou de inserção, inclusive em ambiente digital, deve exibir as seguintes cláusulas de advertência:

I - de restrição etária, com símbolo "18+" ou aviso "proibido para menores de 18 anos" ; e
II - sobre os riscos associados de dependência e de transtornos do jogo patológico. (grifo nosso)

§1º As cláusulas de advertência devem ser claras, legíveis e proporcionais ao restante da ação de comunicação e de publicidade e ter um mínimo de 10% (dez por cento) do comprimento ou tamanho do anúncio, dependendo do tipo de mídia.

§2º As cláusulas de advertência devem, quando possível em função das características da ação de comunicação, ser veiculadas em formato falado e escrito.

15. O tamanho definido pela regulação em relação às cláusulas de advertência é fundamental para

garantir transparência, responsabilidade e proteção para os consumidores-apostadores.

16. Conforme o Código de Defesa do Consumidor, o ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina, conforme art.38 da Lei 8.078/90:

SEÇÃO III

Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

(...)

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

17. Conforme os princípios elencados nesta nota os consumidores-apostadores devem identificar os anúncios em todos os meios de divulgação como uma publicidade, sob pena de configura enganosidade ou abusividade na ação do agente de quota fixa:

Art. 15. Toda ação de comunicação, de publicidade e propaganda e de marketing sobre apostas de quota fixa, veiculada em qualquer tipo de mídia on-line ou off-line, onerosa ou gratuita, deverá ser passível de identificação como tal pelo apostador, nos termos do art. 36 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor.

§ 1º O disposto no caput se aplica às ações promocionais, de patrocínio, de merchandising e de publicidade testemunhal, inclusive nos canais de comunicação próprios, como sítios eletrônicos, portais, blogs e redes sociais.

§ 2º Para cumprir o disposto no caput, poderá constar explicitamente a identificação como "informe publicitário", "publicidade" ou outro termo que exprima sua natureza comercial.

§ 3º Em toda publicidade deverá constar o número da portaria da Secretaria de Prêmios e Apostas do Ministério da Fazenda que autorizou a exploração comercial da loteria de apostas de quota fixa pelo agente operador de apostas. (grifo nosso)

18. Uma das regras estabelecidas pela citada portaria é que os agentes operadores poderão ser responsabilizados por eventuais publicidades abusivas ou mesmo enganosas realizadas por influenciadores (afiliados) contratados por eles, nas redes sociais, com base também no Código de Defesa do Consumidor. Há restrições claras sobre a publicidade, para prevenir os transtornos do jogo e proteger a saúde mental e financeira dos apostadores, como a proibição de propagandas que sugiram que apostas são um meio de enriquecimento fácil:

Seção V - Das Ações de Publicidade dos Afiliados aos Agentes Operadores

Art. 21. Os agentes operadores de apostas são responsáveis solidários pelas ações de comunicação, de publicidade e propaganda e de marketing realizadas pelos afiliados.

Parágrafo único. Os agentes operadores de apostas e os seus afiliados deverão observar todas as disposições legais e regulamentares relativas à publicidade, sujeitando-se às penalidades previstas na Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, e na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor.

Art. 22. As ações de comunicação, de publicidade e propaganda e de marketing realizadas por afiliados são consideradas integrantes das ações do agente operador de apostas, cabendo a estes obrigatoriamente:

I - garantir observância, por parte de seus afiliados, da legislação, da regulamentação e das boas práticas autorregulatórias relacionadas à modalidade lotérica de apostas de quota fixa; e

II - firmar contratos por escrito, com seus afiliados, em língua portuguesa, que especifiquem, de maneira expressa:

a) a admissão ou não da possibilidade de subcontratação, hipótese em que a responsabilidade do agente operador não pode ser afastada;

b) o dever dos afiliados de cumprimento das regras legais, regulamentares e de autorregulação de comunicação, de publicidade e propaganda e de marketing; e

c) os critérios de compensação dos afiliados.

Parágrafo único. Os agentes operadores de apostas deverão manter à disposição da Secretaria de Prêmios e Apostas do Ministério da Fazenda os contratos de que trata o inciso II do caput.

19. Por fim, a Secretaria de Prêmios e Apostas do Ministério da Fazenda (SPA/MF), os órgãos de proteção e defesa do consumidor (Procons Estaduais e Municipais, Ministério Público, Defensorias), bem como CONAR estarão com atenção redobrada no período da Copa do Mundo, acompanhando a publicidade do segmento de apostas de quota fixa, especialmente no que se refere à proteção do consumidor, ao jogo responsável e à proteção de crianças e adolescentes. Reforça-se a diligência dos canais de atendimento e ouvidoria para atendimento das demandas dos consumidores neste período.

RECOMENDAÇÃO

20. Diante do exposto, inclusive no contexto do evento Copa do Mundo, é nítido o “dever de cuidado” decorrente das normas, significando a obrigação de anunciantes, empresas e agências de comunicação de agir com responsabilidade ao criar e divulgar mensagens publicitárias em conformidade com o marco regulatório de aposta de quota fixa, do CDC e das regras de autorregulação.

21. Esse dever está diretamente ligado ao Direito do Consumidor no Brasil, especialmente ao Código de Defesa do Consumidor, que estabelece regras para proteger o consumidor contra práticas abusivas e enganosas na publicidade. Na prática, o dever de cuidado exige que a publicidade seja verdadeira, clara e transparente. Isso envolve garantir que o conteúdo não cause engano, não prejudique o consumidor e não explore sua vulnerabilidade. O anunciante não pode omitir informações relevantes, exagerar benefícios ou induzir o consumidor a conclusões equivocadas sobre este serviço público.

22. A publicidade não pode colocar em risco a saúde, a segurança ou os interesses econômicos do consumidor sob pena de caracterizar a publicidade enganosa ou abusiva, explorando situações de vulnerabilidade. Neste sentido, reforça-se que a publicidade para crianças e adolescentes é terminantemente proibida.

23. Considerando o caráter global da Copa do Mundo e a circulação internacional de conteúdos publicitários, reconhece-se a possibilidade de divulgação transnacional de campanhas. No entanto, persistindo de forma residual a divulgação de conteúdos para o consumidor brasileiro, estes deverão observar as normas éticas e regulamentares aplicáveis no Brasil.

À consideração superior.

Documento assinado eletronicamente

ANDIARA MARIA BRAGA MARANHÃO

Coordenadora-Geral de Monitoramento Jogo Responsável

De acordo. À consideração superior.

Documento assinado eletronicamente

FÁBIO AUGUSTO MACORIN

Secretário Adjunto de Prêmios e Apostas

De acordo.

Documento assinado eletronicamente
DANIELE CORREA CARDOSO
Secretária Adjunta de Prêmios e Apostas

Referência: Processo nº 19995.010068/2024-55.

SEI nº 61251447