



# Publicidade de Apostas

- 1 O CONAR
- 2 O CONTROLE DA PUBLICIDADE
- 3 PUBLICIDADE DE APOSTAS
- 4 INFLUENCIADORES DIGITAIS
- 5 Próximos passos

1.

# Perspectiva

# CONAR

Entidade sem fins lucrativos, de autorregulamentação da publicidade no Brasil, constituída por entidades do setor e por empresas integrantes das cadeias da publicidade.

Implementa o Código Brasileiro de Autorregulamentação há 45 anos.

Referência técnica em regulação da publicidade, com reconhecimento pelo mercado publicitário e por autoridades públicas.

Presença dos de integridade da autorregulação indicados por autoridades (Unctad, OCDE, ICAS, EASA)

# CONAR - Composição

Fundado e cofundado por entidades representativas do setor de publicidade:



**Ampla participação setorial:** mais de 20 entidades/organizações do setor e 430 empresas no ecossistema publicitário

Inclusão e participação da **sociedade civil**

Trabalho em parceria com o **governo e órgãos reguladores**

**Organizações supranacionais:** participação como membro e na diretoria do ICAS (ICAS Latam, EASA, referência ICC)

2.

# Controle da Publicidade

SISTEMA MISTO: regulação e autorregulação (complemento e reforço da regulação)

Adotado em 50 países – encorajado/acompanhado por autoridades

Constituição Federal: art. 22, XXIX, competência do privativa do Congresso Nacional e art. 220

Legislação: CDC, LGPD, esparsa aplicável

Segmento apostas: Lei n. 13.756/18 e Lei n. 14.790/23. Portaria SPA/MF nº 1.231/24

Autorregulação:

CBAP - Anexo “X”

Artigo 1º - legalidade: imperativo cumprimento da lei como ponto de partida da autorregulação

Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais (2020)

3.

# Publicidade de Apostas

# Autorregulação da Publicidade de Apostas

Junho.2023 – Convênios ANJL e IBJR

Agosto.2023 – GT Publicidade de Apostas

Dezembro.2023 – Proposta de capítulo de regras de autorregulação:

- Base comparativo internacional: adoção de todas as salvaguardas de proteção e informação.
- Consulta ao setor e à autoridade reguladora (incorporadas todas as sugestões)

Aprovação e adoção do Anexo “X” do CBAP

# Anexo X

Preâmbulo: Imperativo cumprimento da lei e da regulação.

Princípios:

- 1. Identificação publicitária:** da natureza comercial e do anunciante responsável (nome, contato, nº autorização).
- 2. Veracidade e informação:** veda promessas de ganhos ou resultados certos, veda apelos distorcidos e enganosos sobre a probabilidade de ganhos em apostas e sobre o nível de risco envolvido.
- 3. Proteção ao público infanto-juvenil:** restrições de conteúdo e de direcionamento da publicidade.
- 4. Jogo responsável:** veda de estímulo ao exagero, veda apelos de êxito social, financeiro, etc.
- 5. Cláusulas de advertência:** restrição etária e impacto do jogo.

Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais (2020)

# ADMINISTRAÇÃO DAS REGRAS DO CÓDIGO



Monitoramento Preventivo  
e de Conformidade  
Notificação



Tratamento de  
Reclamações



Análise de Júri



Avaliação  
órgãos técnicos

# ADMINISTRAÇÃO DAS REGRAS DO CÓDIGO

Setembro.2023: adoção de sistema tecnológico de monitoramento: detecção semiautomatizada de potenciais falhas. Ferramenta usada pelos SROs da França (ARPP) e Índia (ASCI)

Números – Conselho de Ética (2024 e 2025/parcial):

- 72 representações sobre publicidade de apostas
- 28 representações envolvendo influenciadores mirins

(Decisões publicadas no site. Intimação aos Anunciantes e Influenciadores. Notificação aos veículos e plataformas. Comunicação constante com a autoridade – Secretaria de Prêmios e Apostas)

# ADMINISTRAÇÃO DAS REGRAS DO CÓDIGO

Números - Monitoramento proativo (2024 e 2025/parcial):

- 16.550 conteúdos checados em redes sociais: monitoramento Copinha (relatório no site)
- 1680 horas de conteúdo audiovisual televisivo
- 2012 notificações por potenciais falhas e publicidade de sites ilegais

Relatório de rodadas de monitoramento – publicação no site, acompanhado de dados sobre achados e ações futuras.

4.

# Publicidade por Influenciadores Digitais

# Publicidade por Influenciadores

Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais - CONAR (2020): regra de interpretação.



Esclarece submissão ao quadro regulatório da publicidade.

Indica medidas para as modalidades de conteúdos, recomenda cuidados na origem dos estímulos de engajamento

# Publicidade por Influenciadores

Alinhamento, adoção das diretrizes e das estratégias internacionais:

Base de dados ICAS: Guias de Publicidade por Influenciadores <https://icas.global/advertising-self-regulation/influencer-guidelines/>

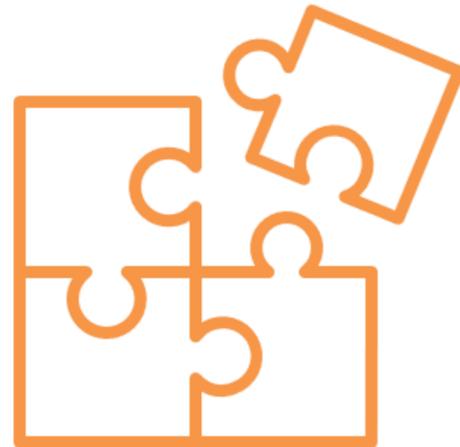
Comissão Europeia e Observatório Europeu:

- Influencer Legal Hub: Direito do consumidor europeu e marketing de influência: [https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/influencer-legal-hub\\_en](https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/influencer-legal-hub_en)
- National rules applicable to influencer: [How are social media influencers and their activities covered by European and national law? - European Audiovisual Observatory](#)

5.

# Próximos passos

**Abril.2025: retomada das atividades do GT Apostas**  
**Análise da implementação das regras e recomendações**



**Rodadas regulares de monitoramento:**

Publicação de dados sobre o quadro de publicidade, achados, áreas de atenção e risco

Estratégia de acompanhamento

Sinalização e medidas em face da recorrência?

**Ampliação do contato e cooperação com autoridades**

**Sistema de qualificação/certificação – ampliação da colaboração com atores, partes interessadas**

**Acompanhamento das estratégias internacionais e de uso de tecnologia (Tech4good)**



[www.conar.org.br](http://www.conar.org.br)