

Portaria Interministerial nº 73/2026

| publicidade de apostas de quota fixa

Autoras:

Andressa Bizutti

| Sócia da área de Mídia, Entretenimento e Publicidade no b/luz

Sophia Puppín

| Advogada da área de Mídia, Entretenimento e Publicidade no b/luz

b/luz

Sumário

Introdução	3
1. Vedações de conteúdo (art. 4º)	4
2. Verificação prévia e transparência (art. 6º)	5
3. Proteção de crianças e adolescentes (arts. 8º e 9º)	6
4. Fiscalização, autorregulação e sanções	6

Introdução

Foi publicada em 10 de julho de 2026, com vigência imediata, a Portaria Interministerial MF/SECOM/MJSP nº 73/2026. A norma é aplicável aos agentes operadores de apostas e às pessoas físicas ou jurídicas que produzam, promovam, patrocinem, divulguem, transmitam, distribuam, impulsionem ou veiculem ações de publicidade e de marketing relativas à modalidade lotérica de apostas de quota fixa (art. 2º), e atribui a fiscalização do seu cumprimento à Senacon, em articulação com o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, sem prejuízo da atuação da SPA (arts. 11 e 12). A SECOM passa a ter papel sancionatório próprio: a aplicação definitiva de sanções pode ensejar procedimento de suspensão ou cancelamento do cadastro do infrator no Midiacad (art. 15).

Ao sujeitar toda a cadeia publicitária às mesmas obrigações, a Portaria cria, na prática, um dever de moderação do conteúdo publicitário de apostas. Cada agente responde pelo cumprimento da norma na sua etapa: quem veicula ou impulsiona deve verificar previamente a autorização do anunciante (art. 6º) e não pode veicular conteúdo que incida nas vedações do art. 4º, ainda que a peça tenha sido produzida por terceiro. A conformidade do anúncio deixa de ser questão exclusiva do anunciante e passa a exigir controle prévio e contínuo do conteúdo por parte de todos os envolvidos na publicidade.

1. Vedações de conteúdo (art. 4º)

São vedadas, por constituírem violações aos arts. 37 e 39 da Lei nº 8.078/1990 e aos arts. 16 e 17 da Lei nº 14.790/2023, as ações de publicidade, comunicação, marketing e oferta que:

- promovam agente operador de apostas não autorizado pelos órgãos competentes (inciso I);
- exibam nome, marca, logotipo, símbolo, nome de domínio, aplicativo, perfil em rede social ou outro sinal distintivo de agente operador não autorizado (inciso II);
- contenham hiperlink, código promocional, link de afiliado, código de leitura óptica ou outro mecanismo que direcione o usuário a canal eletrônico de agente operador não autorizado (inciso III);
- promovam denominação, marca ou canal eletrônico distinto daqueles constantes da relação oficial dos agentes operadores autorizados (inciso IV);
- emitam estratégias de apostas, prognósticos, opiniões técnicas ou análises sobre eventos esportivos que, em razão de sua proximidade temporal, espacial ou contextual com conteúdo editorial e ação publicitária, sejam aptos a induzir ou influenciar a realização de apostas em determinado evento ou mercado de apostas (inciso V);
- exibam apostas premiadas, inclusive em moeda corrente (inciso VI); ou
- incidam nas vedações previstas nos demais regulamentos expedidos pela SPA (inciso VII), tais como as ações que:
 - sugiram a obtenção de ganho fácil ou apresentem a aposta como sinal de virtude, de êxito pessoal, social ou financeiro, como prioridade na vida ou como conduta socialmente atraente, inclusive por meio de afirmações de personalidades conhecidas ou de celebridades (alínea “a”);
 - apresentem a aposta como fonte de renda, forma de investimento, alternativa ao emprego, solução para problemas pessoais, sociais ou financeiros ou meio de recuperação de valores perdidos em apostas anteriores ou de outras perdas financeiras (alínea “b”);
 - encorajem práticas excessivas de aposta ou contenham chamadas para ação, inclusive com mecânicas promocionais, que sugiram ato imediato por parte do apostador (alínea “c”);
 - contenham informação falsa ou enganosa, inclusive quanto às probabilidades de ganhar ou quanto à possibilidade de a habilidade, a destreza ou a experiência do apostador influenciar o resultado da aposta (alínea “d”);
 - vinculem apostas a atitudes ou comportamentos ilegais ou discriminatórios, utilizem mensagens de cunho sexual ou de objetificação de atributos físicos ou ofendam crenças culturais ou tradições do País (alínea “e”); ou

- sejam dirigidas, direta ou indiretamente, a crianças e adolescentes, assim consideradas as ações que tenham esse público como público-alvo, que incluam a participação, a imagem ou elementos particularmente apelativos a pessoas menores de dezoito anos, que associem apostas a suas atividades culturais ou que sejam veiculadas em locais, meios de comunicação, programas ou sítios eletrônicos frequentados predominantemente por esse público, inclusive estabelecimentos de ensino e de atendimento médico e psicológico (alínea “f”).

O rol é exemplificativo e não impede a caracterização de outras formas de práticas enganosas, abusivas ou fraudulentas nos termos dos arts. 37 e 39 da Lei nº 8.078/1990 (art. 4º, § 1º). Novas hipóteses podem, portanto, ser enquadradas pelos órgãos fiscalizadores.

Exceção relevante: o fornecedor de conteúdo publicitário não responde pela mera retransmissão incidental de nomes, marcas, logotipos, símbolos, sinais distintivos, imagens, placas de publicidade ou outros elementos visuais expostos no ambiente capturado pelo sinal de transmissão de evento esportivo ou de outro evento realizado no exterior, desde que tais elementos integrem o cenário original do evento e não sejam objeto de inserção, edição, destaque, direcionamento, promoção ou exploração comercial específica (art. 5º).

2. Verificação prévia e transparência (art. 6º)

As pessoas físicas ou jurídicas que produzam, promovam, patrocinem, divulguem, transmitam, distribuam, impulsionem ou veiculem ações de publicidade e de marketing relativas à modalidade lotérica de apostas de quota fixa, incluídos provedores de aplicação de internet e os fornecedores de conteúdo publicitário, deverão:

1. Verificar, previamente à veiculação de anúncio ou impulsionamento e como condição da contratação, se o anunciante é agente operador autorizado e se o conteúdo promove agente operador constante da relação oficial dos operadores autorizados (caput).
2. Realizar a verificação mediante consulta à relação oficial, em data anterior ao início da veiculação, abrangendo a denominação, a marca e os endereços eletrônicos por meio dos quais a aposta é ofertada (§ 2º).
3. Obter e manter, no mínimo, o nome ou a razão social e o CNPJ do anunciante e o número da autorização concedida pelo Ministério da Fazenda ou pelo órgão competente do Estado ou do Distrito Federal (§ 1º).
4. Manter disponível em sua interface, de modo claro e acessível, a identificação do anunciante e o número da autorização relativos ao anúncio ou ao impulsionamento (§ 3º).

A relação oficial dos agentes operadores autorizados será mantida disponível e atualizada pela SPA, em formato que permita a consulta pelos provedores de aplicações e pelos órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (art. 7º).

3. Proteção de crianças e adolescentes (arts. 8º e 9º)

Considera-se abusiva toda publicidade da modalidade lotérica de apostas de quota fixa dirigida a crianças e adolescentes (art. 8º). Todos os agentes da cadeia devem adotar medidas eficazes para impedir o acesso de crianças e adolescentes a serviços de apostas de quota fixa (art. 9º, caput), cabendo especificamente:

- às lojas de aplicações de internet e aos sistemas operacionais, impedir a disponibilização, a contas de crianças e adolescentes, de aplicativos que promovam, ofertem ou viabilizem o acesso a apostas de quota fixa, bem como daqueles que não apresentem solução de verificação de idade (art. 9º, I); e
- aos provedores de redes sociais, impedir a disponibilização de conteúdo de publicidade ou de promoção de apostas de quota fixa a contas de crianças e adolescentes (art. 9º, II).

4. Fiscalização, autorregulação e sanções

Sem prejuízo do disposto na Portaria, aplicam-se às ações de comunicação, publicidade e marketing os mecanismos de autorregulação previstos na legislação e na regulamentação da modalidade (art. 10), de modo que permanece aplicável o sistema de autorregulamentação publicitária, como o CONAR.

As infrações ao art. 4º serão apuradas de forma autônoma e independente pela Senacon e demais órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, na forma da Lei nº 8.078/1990, e pela SPA, na forma da Lei nº 14.790/2023 (art. 4º, § 2º). A Senacon atuará em articulação com a SPA para o intercâmbio de informações sobre operadores autorizados e indícios de oferta não autorizada (art. 13), e a Secretaria Nacional de Direitos Digitais atuará na articulação necessária à implementação da norma (art. 14).

A aplicação definitiva das sanções poderá ensejar a instauração, pela SECOM, de procedimento administrativo destinado à avaliação da suspensão ou do cancelamento do cadastro do infrator no Midiacad, assegurados o contraditório, a ampla defesa e a decisão motivada (art. 15).



www.baptistaluz.com.br/

