

## INFORMATION MEMORANDUM

### New Rules for Sports Betting Advertising in Brazil

*January 05, 2024*

On December 29, 2023, the National Advertising Self-Regulation Council (**CONAR**), a civil society organization that proposes ethical standards and guidelines for advertising activity in Brazil, **published its guidelines for advertising related to the sports betting sector** ([Annex X](#) of the Brazilian Advertising Self-Regulation Code).

In light of this event, we have prepared this information memorandum, which **contains the consolidation of the main guidelines on advertising in the sports betting sector currently in force in Brazil**. In addition to the rules recently published by CONAR, the advertising rules set out in [Law No. 14.790/2023](#) (which regulated fixed-odds betting, published on December 30, 2023) and in [Normative Ordinance No. 1.330/2023](#) of the Ministry of Finance have been included. At the end of this document, a summary of CONAR's guidelines, published by the organization itself, has also been attached.

## MEMORANDO INFORMATIVO

### Novas Regras para Publicidade de Apostas Esportivas no Brasil

*05 de janeiro de 2024*

No último dia 29/12/2023, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (**CONAR**), organização da sociedade civil que propõe normas e diretrizes éticas para a atividade publicitária no Brasil, **publicou suas orientações para a publicidade relacionada ao setor de apostas esportivas** ([Anexo X](#) do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária).

Assim, preparamos este memorando informativo, que contém a **consolidação das principais diretrizes sobre publicidade no setor atualmente vigentes no Brasil**. Além das regras recém-publicadas pelo CONAR, foram incluídas as regras de publicidade previstas na [Lei nº 14.790/2023](#) (que regulamentou as apostas de quota fixa, publicada em 30/12/2023) e na [Portaria Normativa nº 1.330/2023](#) do Ministério da Fazenda. Ao final deste documento, foi anexado ainda o resumo das orientações do CONAR, divulgado pela própria entidade.



**These guidelines should be taken into account when carrying out any marketing and advertising campaigns in the sports betting sector, including with the participation of digital influencers.**

Should you require any further clarification, we remain at your complete disposal.

Best regards,  
MYLaw Team

**Estas orientações devem ser consideradas na realização de quaisquer campanhas de marketing e publicidade no setor de apostas esportivas, inclusive com a participação de influenciadores digitais.**

Caso necessitem de qualquer esclarecimento adicional, permanecemos à total disposição.

Atenciosamente,  
Equipe MYLaw





### **Summary of the Main Rules and Guidelines**

This is a non-exhaustive list of the main rules and guidelines in force on the date of publication of this memorandum (January 05, 2024). To access the full text of the new Annex X of the Brazilian Advertising Self-Regulation Code, visit this [link](#).

#### **1. Rules and guidelines (what must be done):**

- Advertising must be guided by social responsibility and awareness of responsible gaming
- Special attention and protection for minors and other vulnerable groups
- Clear, direct and objective identification of the advertising nature of the content
- Influencers must include explicit mention of the advertising nature of the content, by the expressions "advertising", "publi", "partnership", "ambassador", or other equivalents;
- Advertisers' profiles on social networks must be officially verified (e.g. via the verification icon or seal)
- Inclusion of warning messages about the risks of the game (e.g. "Play with responsibility" or other equivalent text indicated by CONAR (item 6 of the Summary of Annex X, available at the end of this memorandum)
- Advertisements must contain identification of the operator's authorization/license (as soon as issued and in accordance with regulations), and

### **Resumo das Principais Regras e Diretrizes**

Esta é uma lista não exaustiva das principais regras e princípios vigentes na data de publicação deste memorando (05/01/2024). Para ter acesso à integral do novo Anexo X do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, acesse este [link](#).

#### **1. Regras e diretrizes (o que deve ser feito):**

- Publicidade deve ser pautada pela responsabilidade social e conscientização do jogo responsável
- Especial atenção e proteção a menores de idade e demais grupos vulneráveis
- Identificação clara, direta e objetiva da natureza publicitária do conteúdo
- Influenciadores devem incluir menção explícita da identificação publicitária, pelas expressões "publicidade", "publi", "parceria", "embaixador", ou outras equivalentes;
- Perfil dos anunciantes nas redes sociais devem ser verificados oficialmente (por exemplo, através do ícone ou selo de verificação)
- Inclusão de mensagens de advertência sobre os riscos do jogo (por exemplo, "Jogue com responsabilidade" ou outro texto equivalente indicado pelo CONAR (item 6 do Resumo do Anexo X, disponível ao final deste memorando)
- Publicidades devem conter identificação da autorização/licença da operador (assim que expedidas e conforme regulamentação), e o







access to contact details and consumer service channel

## 2. Advertising content must not: 🚫

- Present betting as a path to personal success
- Present betting as an alternative to employment, a source of income, an investment, a way to become wealthy or a solution to problems (whether financial, professional or personal)
- Present misleading or exaggerated messages about odds or possible winnings
- Have sexual content or objectify physical attributes
- Encourage excessive betting, including to recover previous financial losses
- Offend cultural beliefs or traditions, especially those contrary to betting
- Suggest that betting is an act of courage, maturity or success
- Suggest that not betting is a sign of weakness or other negative quality
- Suggest that skill, dexterity or experience can influence the outcome of a sporting event
- Claim or suggest that the consumer can have some form of control or categorical prediction of the outcome of the events on which the bets are being placed

acesso para dados de contato e canal de atendimento ao consumidor

## 2. São vedados conteúdos publicitários que: 🚫

- Apresentem as apostas como caminho para o sucesso pessoal
- Apresentem as apostas como alternativa ao emprego, fonte de renda, investimento, forma de enriquecimento ou solução de problemas (financeiros, profissionais ou pessoais)
- Apresentem mensagens enganosas ou exageradas sobre probabilidades ou possíveis ganhos
- Tenham conteúdo de cunho sexual ou objetifiquem atributos físicos
- Incentivem a prática exagerada de apostas, inclusive para recuperação de perdas financeiras anteriores
- Ofendam crenças culturais ou tradições, especialmente aquelas contrárias às apostas
- Sugiram que apostar é um ato de coragem, maturidade ou sucesso
- Sugiram que não apostar é um sinal de fraqueza ou outra qualidade negativa
- Sugiram que a habilidade, destreza ou experiência podem influenciar o resultado de um evento esportivo
- Afirmem ou sugiram que o consumidor pode ter alguma forma de controle ou previsão categórica dos resultados dos eventos objetos das apostas





### 3. Age and location restrictions ⛔

- Advertising should not be directed at children and teenagers
- Advertisements should not be broadcast in schools and universities.
- People appearing in advertisements must be and appear to be over the age of 21
- Advertisements must not be inserted in channels, programs or content that are segmented, created, directed or aimed at people under the age of 18
- On social networks, advertisements should only be published on channels, profiles or by influencers whose target audience is adults
- Requirement of age restriction notices, with "18+" symbol or similar notice
- Age restriction mechanisms must be adopted, as available and applicable (age gate)

### 3. Restrições de idade e local ⛔

- Publicidades não devem ser direcionadas a crianças e adolescentes
- Publicidades não devem ser veiculadas em escolas e universidades
- Pessoas que aparecem nas publicidades devem ser e parecer maiores de 21 anos
- Publicidades não devem ser inseridas em canal, programa ou conteúdo segmentado, criado, dirigido e voltado a menores de 18 anos
- Em redes sociais, as publicidades devem ser publicadas somente em canais, perfis ou por influenciadores que tenham adultos como seu público-alvo
- Exigência de avisos de restrição etária, com símbolo "18+" ou aviso similar
- Devem ser adotados os mecanismos de restrição etária, conforme disponíveis e aplicáveis (age gate)





## **SUMMARY OF RULES FOR GAMBLING ADVERTISEMENTS - CONAR**

Source: <http://www.conar.org.br/pdf/conar-regras-apostas-folder-web.pdf>

Due to being a regulated activity, it is crucial that those responsible for advertising are familiar with and comply with the legislation and public regulations regarding the offering of gambling. (See references to legislation and regulations on the website [www.conar.org.br](http://www.conar.org.br)).

### **1. General Rule.**

Given that they refer to the promotion of services with restrictions and unsuitability for certain audiences, gambling advertisements must be structured in a socially responsible manner. Stimuli to exaggeration or irresponsible gambling are prohibited. Special attention must be given to the need to protect children, adolescents, and other vulnerable groups.

### **2. Principle of Advertising Identification.**

Advertisements must be easily identifiable and recognizable by consumers. Their commercial nature must be clear immediately. Especially for influencer, affiliate, "ambassador," partner, or similar ads, explicit mention of advertising identification is recommended, using expressions such as "advertisement," "paid partnership," or others.

## **SUMÁRIO DE REGRAS PARA A PUBLICIDADE DE APOSTAS - CONAR**

Fonte: <http://www.conar.org.br/pdf/conar-regras-apostas-folder-web.pdf>

Por tratar-se de atividade regulada, é fundamental que os responsáveis pela publicidade conheçam e cumpram a legislação e a regulamentação pública a respeito da oferta de apostas. (Vide referências da legislação e regulamentação no site [www.conar.org.br](http://www.conar.org.br)).

### **1. Regra geral.**

Por tratar-se da divulgação de serviços com restrições e impróprios para determinados públicos, as publicidades de apostas deverão ser estruturadas de maneira socialmente responsável. Ficam vedados os estímulos ao exagero ou ao jogo irresponsável. Deverão ter especial atenção à necessidade de serem protegidas crianças, adolescentes e outros grupos em situação de vulnerabilidade.

### **2. Princípio da identificação publicitária.**

As publicidades devem ser facilmente identificáveis e reconhecíveis pelos consumidores. A natureza comercial precisa ser clara de imediato. Em especial para os anúncios por influenciador, afiliado, "embaixador", parceiro ou congêneres, recomenda-se a menção explícita da identificação publicitária, pelas expressões "publicidade", "parceria paga" ou outras.





- Advertisements must clearly indicate the Advertiser responsible for the advertising message, identification of authorization/license (as soon as issued and in accordance with regulations), and access to contact information and consumer support channel.
- Profiles on social media and advertisers' websites must be officially verified, for example, through a service ownership verification icon.

### 3. Principle of Truth and Information.

Advertisements must truthfully present the offered service. In this regard, gambling advertising must ABSTAIN from:

- Promoting certain, easy, and/or high results or winnings.
- Presenting misleading or unrealistic information about the probability of winnings or risk exemption.
- Inducing the idea that participation could lead to enrichment or constitute an investment or income.
- Stating or suggesting an illusion of control, leading the consumer to believe they can somehow control or predict results categorically.

#### 3.1. Right to Information:

In addition to Advertiser identification (name, contact, and authorization), advertising must provide access channels for complete information about the offer (e.g., through a website, hyperlink,

- As publicidades deverão indicar claramente o Anunciante responsável pela mensagem publicitária, a identificação da autorização/licença (assim que expedidas e conforme regulamentação), e o acesso para dados de contato e canal de atendimento ao consumidor.
- Os perfis em redes sociais e as páginas na Internet dos Anunciantes devem ser verificados oficialmente, por exemplo, através de ícone de verificação de titularidade do serviço.

### 3. Princípio da veracidade e informação.

As publicidades devem conter apresentação verdadeira do serviço ofertado. Neste sentido, a publicidade de apostas deverá ABSTER-SE de:

- divulgar resultados ou ganhos certos, fáceis e/ou elevados.
- apresentar informações enganosas ou irrealistas sobre a probabilidade de ganhos ou isenção de risco;
- induzir a ideia de que a participação poderá levar ao enriquecimento, ou de que constitui investimento ou renda;
- afirmar ou sugerir uma ilusão de controle, levando o consumidor a acreditar que pode, de alguma forma, controlar ou prever categoricamente os resultados.

#### 3.1. Direito à informação.

Além da identificação do Anunciante (nome, contato e autorização), a publicidade deverá disponibilizar canal de acesso para as informações completas sobre a oferta (p. ex., por site, hiperlink







or QR code). When mentioning values involved, it should present data on tax incidence and any other fees or discounts applicable.

#### **4. Principle of Protection for Children and Adolescents.**

Gambling advertisements will NOT target children and adolescents and will take special care in crafting their advertising messages. Thus:

- All ads must contain an "18+" symbol or a notice of "prohibited for those under 18."
- Individuals featured in advertisements must be and appear to be over 21 years old.
- Advertisers' profiles and websites must adopt available age restriction mechanisms (age gate).
- Advertisements should not be inserted into channels, programs, or content targeted, created, directed, and aimed at those under 18.
- On social media, only channels, profiles, or influencers with adults as their target audience should be used.

#### **5. Principles of Social Responsibility and Responsible Gambling.**

Gambling advertisements must ABSTAIN from:

- Associating gambling with success.
- Promoting or encouraging exaggeration in gambling practices.

ou QRCode). Ao mencionar os valores envolvidos, deverá apresentar dados sobre a incidência de impostos e quaisquer outras taxas ou descontos incidentes.

#### **4. Princípio da proteção a crianças e adolescentes.**

As publicidades de apostas NÃO terão crianças e adolescentes como público-alvo e adotarão cuidados especiais na elaboração de suas mensagens publicitárias. Assim:

- todos os anúncios devem conter um símbolo "18+" ou aviso de "proibido para menores de 18 anos";
- pessoas que apareçam em destaque nas publicidades deverão ser e parecer maiores de 21 anos de idade;
- os perfis e sites dos Anunciante deverão adotar os mecanismos de restrição etária disponíveis (age gate);
- não devem ser inseridas em canal, programa ou conteúdo segmentado, criado, dirigido e voltado a menores de 18 anos;
- em redes sociais devem usar somente canais, perfis ou influenciadores que tenham adultos como seu público-alvo.

#### **5. Princípios de responsabilidade social e jogo responsável.**

As publicidades de apostas devem ABSTER-SE de:

- associar as apostas ao sucesso;
- promover ou encorajar o exagero na prática de apostas.







MAIA  
YOSHIYASU