Afiliados sob escrutínio: o que muda quando o operador responde pelo parceiro

iGBRASIL

Notícias · Utilidades · Recursos para operadores de iGaming

Marketing & Mídia · Operacional

Afiliados sob escrutínio: o que muda quando o operador responde pelo parceiro

A responsabilização por comunicação de afiliados obriga a revisar contratos, monitoramento e critério de credenciamento.

Por Redação iGBRASIL, Redação

Publicado em 29/08/2026 às 00h13

- Atualizado em 19/09/2026 às 15h02
- 4 min de leitura

Por que importa

A comunicação do afiliado passa a expor o operador que o remunera.

Contratos antigos raramente têm cláusula de conformidade publicitária.

Monitoramento amostral não basta quando a exposição é solidária.

Afiliados sob escrutínio: o que muda quando o operador responde pelo parceiro

Enquanto o afiliado respondia sozinho pela própria comunicação, credenciar era um processo de cadastro. Com a responsabilização em cadeia instituída pela Portaria Interministerial MF/SECOM/MJSP nº 73, publicada no DOU em 10/07/2026, vira processo de risco. A norma alcança quem produz, promove, patrocina, divulga, transmite, distribui, impulsiona ou veicula publicidade de apostas — cada elo responde por conduta própria, e não apenas o operador pelo ato do parceiro.

O contrato precisa mudar

Contratos de afiliação padrão tratam de comissionamento e atribuição. Poucos tratam de conformidade publicitária com consequência contratual real.

Monitoramento

Verificação amostral não cobre exposição de toda a cadeia publicitária. É preciso varredura sistemática das peças em circulação e capacidade de suspender o parceiro rapidamente.

Credenciamento

Vale reduzir a base de afiliados e conhecer bem quem fica. Cauda longa de parceiros pequenos concentra risco desproporcional à receita que gera.

Conteúdo de demonstração publicado na implantação do iGBRASIL.

iGBRASIL

Atualização — 19/09/2026

A responsabilização deixou de ser cenário. A Portaria Interministerial MF/SECOM/MJSP nº 73/2026 tem efeito imediato desde a publicação, em 10/07/2026, e amplia as obrigações publicitárias a toda a cadeia — afiliado, influenciador, agência e plataforma respondem por conduta própria, que pode ser enquadrada como prática abusiva nos termos do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990), segundo o Ministério da Justiça e Segurança Pública (14/07/2026).

A fiscalização também mudou de mapa: a Portaria nº 73 institui cooperação entre SPA, Senacon e Sedigi, com a Senacon atuando pelo Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, sem prejuízo da competência da SPA sob a Lei 14.790/2023. Uma peça de afiliado pode acionar dois fiscalizadores distintos. Segundo o iGaming Business (12/07/2026), com base em declarações do ministro Dario Durigan, o descumprimento prevê multas que podem chegar a 20% do faturamento do operador e suspensão por 180 dias — números atribuídos à fonte, não leitura direta do texto da norma.

Afiliados sob escrutínio: o que muda quando o operador responde pelo parceiro

O que já está valendo

Verificação prévia documentada, por peça, de que o anunciante é operador autorizado — inclusive quando quem veicula é pessoa física. Em julho de 2026 havia 85 empresas autorizadas pela SPA, com relação pública no site do Ministério da Fazenda; a lista muda e o controle precisa ser consultado, não memorizado.

Advertência obrigatória em toda propaganda de apostas de quota fixa: uma das frases do Ministério da Fazenda ("Apostar pode causar dependência", "Apostar faz você perder dinheiro", "Aposta não é investimento"), na horizontal, legível e ocupando no mínimo 10% da área do anúncio — Portaria SPA/MF nº 1.964, de 03/07/2026, que altera a Portaria SPA/MF nº 1.231/2024, vigente desde 17/07/2026.

Varredura de links legados: hiperlink, código promocional, link de afiliado ou código de leitura óptica que direcione a canal eletrônico de operador não autorizado é conduta vedada pela Portaria nº 73.

Vedação a palpite ou tip integrado a conteúdo editorial ou a comentário esportivo — ponto que atinge diretamente afiliados de conteúdo e tipsters.

Público infantojuvenil: risco novo e distinto

iGBRASIL

Publicidade dirigida a menores de 18 anos é abusiva, incluindo uso de personagens, linguagem e veiculação em ambientes de público predominantemente infantil. Lojas de aplicativos e sistemas operacionais devem impedir a disponibilização de apps de apostas a contas de crianças e adolescentes, nos termos do art. 21 do Decreto nº 12.880, de 18/03/2026, e provedores de redes sociais devem bloquear a exibição de publicidade de apostas a essas contas, conforme a Lei nº 15.211/2025 (ECA Digital). Para o operador, isso significa exigir do afiliado controle de segmentação de audiência, e não apenas de criativo.

Autorregulação

O CONAR atualizou as disposições do Anexo X do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, com vigência 30 dias após a publicação — início de setembro de 2026 —, e prevê programa de credenciamento de influenciadores e afiliados. Em 08/09/2026, ABRAJOGO e CONAR assinaram convênio que inclui expressamente afiliados e influenciadores nas ações de difusão das regras e dá à associação assentos no Grupo de Trabalho de Apostas do CONAR.

O que ainda vem

Afiliados sob escrutínio: o que muda quando o operador responde pelo parceiro

Revisão do procedimento de autorização de operadores: Aviso de Consulta Pública nº 3/2026, publicado em 22/07/2026, para nova portaria que revisará a Portaria SPA/MF nº 827/2024.

Regulamentação de fornecedores de serviços dos operadores: consulta pública aberta em 04/02/2026, com contribuições até 23/03/2026, prevista na Agenda Regulatória instituída pela Portaria SPA nº 817/2025 — tema que pode alcançar intermediários de marketing.

Agenda Regulatória SPA 2026-2027, com revisão de autorização, fiscalização e sancionamento em 2026 e reavaliação de PLD/FT em 2027.

Programa de credenciamento de influenciadores e afiliados anunciado pelo CONAR — ainda iniciativa de autorregulação, não obrigação legal.

Normas e fontes: legislação de apostas de quota fixa (SPA/MF), Ministério da Fazenda (15/07/2026) e Ministério da Justiça (14/07/2026).

iGBRASIL

Assuntos:

Afiliados · Publicidade

Fonte original:

https://igbrasil.com/noticias/marketing-midia/afiliados-sob-escrutinio-o-que-muda-quando-o-operador-responde-pelo-parceiro

Documento gerado em 28/10/2026 às 22h38.

Reprodução permitida mediante citação da fonte e link para o endereço acima.

© 2026 iGBRASIL. Conteúdo destinado a maiores de 18 anos.