# CONMEBOL substitui anúncios de bets no sinal brasileiro

iGBRASIL

Notícias · Utilidades · Recursos para operadores de iGaming

Marketing & Mídia · Estratégico

CONMEBOL substitui anúncios de bets no sinal brasileiro

Sobreposição virtual troca a placa dos patrocinadores de apostas nas transmissões de Libertadores e Sul-Americana destinadas ao Brasil, enquanto o contrato continental segue de pé

Por Redação iGBRASIL, Redação

Publicado em 16/10/2026 às 07h03

· 5 min de leitura

Por que importa

Marcas com contrato continental continuam pagando por inventário que deixou de entregar o mercado brasileiro, o que exige revisão de cláusula de território e make-good.

Detentores de direitos e emissoras no Brasil passam a depender de um feed limpo para transmitir sem risco de veicular publicidade proibida.

A redação final da conversão da MP 1.394/2026 define se esse inventário volta a ter valor no Brasil ou se a supressão vira permanente.

# CONMEBOL substitui anúncios de bets no sinal brasileiro

A CONMEBOL passou a substituir por sobreposição virtual os anúncios de casas de apostas no sinal brasileiro das transmissões da Copa Libertadores e da Copa Sul-Americana, segundo iGaming Brazil e Yogonet Brasil em 15 de outubro — movimento que joga sobre times de marketing e jurídico de marcas com contrato continental a conta de um inventário que deixou de entregar o Brasil.

A técnica mantém o patrocinador visível nos demais mercados e troca a placa apenas no feed destinado ao Brasil. O contrato internacional não cai; o que some é a exposição no país onde a publicidade do setor está vedada desde que a MP 1.394/2026 encerrou a operação autorizada de apostas de quota fixa e derrubou a comunicação comercial, prazo que o iGBRASIL cobriu quando a publicidade de bets teve de sair do ar até 5 de outubro.

Não há comunicado oficial da CONMEBOL localizado na apuração confirmando a prática, o fornecedor da tecnologia de sobreposição ou a data de início. Também não está confirmado quais marcas foram substituídas no sinal brasileiro nem se a troca vale para todos os jogos ou apenas para parte das transmissões. Os fatos estão sustentados por título e sumário de dois veículos, sem acesso ao texto integral.

O elo seguinte da cadeia publicitária

Até aqui, o efeito da MP atingiu operadoras, afiliados e veículos nacionais. Agora alcança detentores de direitos e competições continentais, cujos contratos de patrocínio foram assinados sob regra regional, não nacional. Quem vende sinal para o Brasil precisa de um feed limpo antes de transmitir; quem comprou exposição continental descobre que um dos mercados do pacote saiu do ar sem renegociação prévia.

Do lado da TV aberta, o mesmo movimento aparece por outro caminho: a Band desistiu de transmitir o Campeonato Saudita atribuindo a decisão ao fim dos patrocínios de casas de apostas, conforme a Focus Gaming News em 15 de outubro. A reportagem não foi aberta na apuração — o registro vale pelo sumário e não traz detalhe contratual nem valor envolvido.

Não existe número público de receita de patrocínio perdida pelas competições no mercado brasileiro. Qualquer estimativa que circule sem origem deve ser tratada como não confirmada.

Quem paga a conta do território excluído

## CONMEBOL substitui anúncios de bets no sinal brasileiro

AgenteO que mudaRisco imediato

Marca com contrato continentalExposição no Brasil zerada, contrato internacional mantidoPagar por inventário que não entrega o mercado brasileiro

Detentor de direitos e emissora no BrasilPrecisa de feed limpo antes de vender ou transmitirVeicular publicidade proibida

Marketing e jurídico de operadoraRevisão de cláusulas de território, make-good e reajustePerder prazo de renegociação do ciclo de faturamento

Agências e produtoras esportivasVersionamento de sinal por mercadoCusto adicional não previsto em contrato

Efeito da supressão de sinal por tipo de agente

O que fazer nesta semana

Mapear todo contrato de patrocínio cujo inventário alcance sinal distribuído no Brasil: placa física, placa virtual, overlay, LED e inserção em stream.

Notificar por escrito o detentor de direitos exigindo supressão no feed brasileiro e guardar evidência — gravação do sinal nacional — para defesa em eventual fiscalização.

Renegociar valor e make-good proporcional ao território excluído antes do próximo ciclo de faturamento.

Acompanhar a comissão mista da MP 1.394/2026, cuja redação final define se a publicidade volta junto com a aposta esportiva ou segue vedada.

O mesmo raciocínio de território e supressão de mercado já vale para contratos de performance, tema tratado em RevShare vs CPA: qual contrato sobrevive ao fim da operação. Em patrocínio esportivo, a diferença é que o inventário é físico e contratado por temporada, o que reduz a margem de ajuste rápido.

A MP segue sem relator definido

O Congresso recebeu 97 emendas à MP que proíbe as bets, após o encerramento do prazo em 13 de outubro, segundo a Yogonet Brasil em 15/10 — o iGBRASIL havia registrado 48 quando a MP das bets chegou a 48 emendas sem relator definido. Relator e calendário da comissão mista seguem sem definição confirmada.

## CONMEBOL substitui anúncios de bets no sinal brasileiro

A MP 1.394/2026 está em vigor desde a publicação. A Lei 14.790/2023 permanece formalmente no ordenamento, com as outorgas extintas pela medida provisória, e a SPA/MF editou ato em outubro regulamentando as obrigações remanescentes das empresas após a proibição — o que continua valendo está detalhado em obrigações SPA/MF após o encerramento.

No mesmo intervalo, encerrou-se em 14 de outubro o prazo de devolução de R$ 1,3 bilhão em saldos de apostadores, com valores remanescentes por dificuldade operacional sendo encaminhados à Caixa Econômica Federal, responsável pelos pagamentos, conforme a Agência Brasil. O saldo residual efetivamente transferido após a data não foi confirmado; o histórico da operação está em bancos devolvem R$ 1,325 bi a apostadores até 14 de outubro.

Checagem mínima antes do próximo jogo

Gravar o sinal nacional da transmissão e arquivar a evidência de supressão.

Confirmar com o detentor de direitos se a troca vale para todos os jogos.

Listar cláusulas de território e make-good com vencimento no ciclo atual.

Enquanto a conversão da MP não define o regime de publicidade, a premissa de planejamento é conservadora: inventário esportivo com alcance no Brasil não entrega exposição e não deveria ser precificado como se entregasse.

Revise seus contratos de patrocínio continental

Receba o acompanhamento diário da tramitação da MP 1.394/2026 e das decisões de detentores de direitos que afetam inventário com alcance no Brasil. Para receber a análise do que muda para operadores, assine a newsletter do iGBRASIL.

Assuntos:

CONMEBOL · Marketing esportivo · MP 1.394/2026 · Patrocínio esportivo · Publicidade

Fonte original:

https://igbrasil.com/noticias/marketing-midia/conmebol-substitui-anuncios-de-bets-no-sinal-brasileiro

## CONMEBOL substitui anúncios de bets no sinal brasileiro

Documento gerado em 28/10/2026 às 22h17.

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

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