



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**CPI - Manipulação de Resultado em Partidas de Futebol**

Apresentação: 28/06/2023 15:17:54.640 - CPIFUTEBOL

REQ n.231/2023

**REQUERIMENTO N° DE 2023  
(Do Sr. AUREO RIBEIRO)**

Requer que as empresas a seguir listadas apresentem, de forma espontânea, informações relativas a contratos firmados que tenham por objeto serviços de publicidade, marketing digital e propaganda cujo conteúdo tratar de apostas esportivas, a fim de subsidiar os trabalhos deste colegiado.

Senhor Presidente,

Requeiro nos termos do art. 117, caput, c/c com o art. 36, II, ambos do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, que esta Comissão solicite, junto às empresas a seguir listadas, que apresentem, de forma espontânea, informações relativas a contratos firmados que tenham por objeto serviços de publicidade, marketing digital e propaganda cujo conteúdo tratar de apostas esportivas, a fim de subsidiar os trabalhos deste colegiado.

<b>Empresas de Tecnologia</b>
Meta (empresa responsável pelo Instagram, Facebook e Whatsapp)
Google
Telegram
TikTok
Twitter





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

### CPI - Manipulação de Resultado em Partidas de Futebol

Apresentação: 28/06/2023 15:17:54.640 - CPIFUTEBOL

REQ n.231/2023

### JUSTIFICAÇÃO

A presente proposição visa requerer às empresas elencadas informações relativas a valores e empresas contratadas, de forma individualizada, para todos os contratos firmados que tenham por objetos serviços de publicidade, marketing digital e propaganda cujo conteúdo tratar de apostas esportivas.

O marketing digital é um conjunto de ações desenvolvidas para se comunicar com potenciais clientes da internet, na divulgação de uma marca ou produto, que proporcionaram uma revolução em termos de consumo e relacionamento com marcas e negócios. Segundo uma pesquisa da NZN Intelligence, 82% dos brasileiros já fizeram ao menos uma compra online, no entanto, o marketing digital não se resume a compras apenas, mas envolve diversas estratégias direcionadas a usuários, a exemplo de anúncios segmentados em mídias como Facebook, Google, Instagram e outros<sup>1</sup>.

Obviamente a mídia tradicional, como TVs, rádios e panfletos, não irá desaparecer, no entanto sua relevância tem ficado cada vez mais ofuscada pelo digital. Uma pesquisa de estatísticas de marketing digital da Opinion Box mostrou que cerca de 80% dos brasileiros entrevistados passa a maior parte do tempo em 4 aplicativos: WhatsApp, Instagram, Facebook e YouTube. Dados que são confirmados por outra pesquisa do Hubspot, que afirma que Instagram, Facebook e YouTube são as redes sociais mais populares e as principais plataformas para produção de conteúdo<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>HOTMART. Marketing digital. Disponível em <https://hotmart.com/pt-br/blog/o-que-e-marketing-digital>  
Acessado em 13/6/2023

<sup>2</sup>LEADSTER. Estatísticas de marketing digital. Disponível em <https://leadster.com.br/blog/estatisticas-de-marketing-digital/>  
Acessado em 13/6/2023



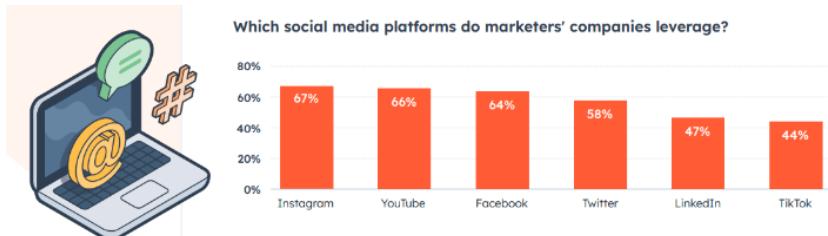
\* C D 2 3 3 9 7 7 5 5 9 6 0 0 \*



## CÂMARA DOS DEPUTADOS

### CPI - Manipulação de Resultado em Partidas de Futebol

Apresentação: 28/06/2023 15:17:54.640 - CPIFUTEBOL



(Hubspot, 2022)

Ainda sobre as vantagens da propaganda digital, a Hubspot afirma que 44% das marcas investem primeiro em mídias sociais, pois já perceberam as altas taxas de conversão de vendas e também que os brasileiros passam mais tempo em frente ao celular do que em frente à TV<sup>3</sup>. O Google Ads<sup>4</sup>, conforme dados da própria empresa, Google, movimentou 104,5 bilhões de reais somente no Brasil, sendo a maior parte desse investimento feito por pequenos negócios e empresários que não conseguem acompanhar os preços elevados para anúncios em emissoras de TV.

Sem esforço, percebe-se a importância dos meios digitais no marketing e sua capacidade de atingir o público e vender produtos e serviços, abrindo oportunidades para muitos empreendedores ou empresas que dificilmente teriam recursos e acesso aos meios tradicionais de marketing.

Estima-se que o segmento de apostas esportivas eletrônicas movimente cerca de R\$ 100 bilhões por ano no Brasil<sup>5</sup>, e que, segundo números do governo federal, apenas esse setor invista no país cerca de R\$ 3 bilhões em patrocínios e publicidade por ano, entre espaços em camisas de times, placas de campeonatos e espaços na mídia, televisões, sites, vídeos de youtube e outros<sup>6</sup>.

<sup>3</sup>LEADSTER. Estatísticas de marketing digital. Disponível em <https://leadster.com.br/blog/estatisticas-de-marketing-digital/> Acessado em 13/6/2023

<sup>4</sup>EXAME. Como o google movimentou 104.5 bilhões no Brasil. Disponível em <https://exame.com/tecnologia/como-o-google-movimentou-r-1045-bi-no-brasil-em-2021-e-alavancou-a-digitalizacao-de-empresas/> Acessado em 13/6/2023

<sup>5</sup>SPODER360. Mercado de apostas esportivas movimenta 100 bi. Disponível em <https://www.poder360.com.br/economia/mercado-de-apostas-esportivas-movimenta-r-100-bi-por-ano/> Acessado em 27/6/2023





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

### CPI - Manipulação de Resultado em Partidas de Futebol

Apresentação: 28/06/2023 15:17:54.640 - CPIFUTEBOL

REQ n.231/2023

Relativo à proporcionalidade de investimentos em mídias tradicionais e digitais, nos Estados Unidos, de acordo com uma pesquisa da MediaRadar, entre os meses de novembro de 2020 e novembro de 2021, foram investidos US\$ 488 milhões pelo setor de apostas esportivas em publicidade, com a TV representando quase 69% desse gasto e, praticamente todo o restante, 29%, em mídias digitais. Notou-se, no entanto, uma elevação considerável do gasto com meios digitais de 52% nesse mesmo período.

Assim, dado esse crescimento da publicidade em meios digitais, e tendo em vista o nível de especificidade e capilaridade atingido por propagandas e marketing realizados nas mídias digitais e redes sociais, bem como o acesso facilitado a essas mídias, em muito pode contribuir com os trabalhos desta comissão as informações relativas a contratos firmados pelas empresas mencionadas que tenham por objeto serviços de publicidade, marketing digital e propaganda cujo conteúdo tratar de apostas esportivas.

Assim, solicita-se a esta Comissão que seja encaminhado a cada empresa, de forma individualizada, ofício no qual requer tais informações. Pedimos, então, o apoio dos pares para a aprovação deste requerimento.

**Sala das Sessões, em de 2023.**

**Deputado Federal AUREO RIBEIRO  
Solidariedade/RJ**

---

6UOL. Apostas esportivas geram 3 bilhões. Disponível em  
<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/columnas/rodrigo-mattos/2023/04/23/apostas-esportivas-geram-r-3-bilhoes-em-patrocínios-e-publicidade.htm> Acessado em 28/6/2023



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Aureo Ribeiro  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD233977559600>



\* C D 2 3 3 9 7 7 5 5 9 6 0 0 \*