



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

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.

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

Apresentação: 28/06/2023 15:17:54.640 - CPI/FUT

REQ n.231/2023



* 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

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 outros¹.

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 conteúdo².

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

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



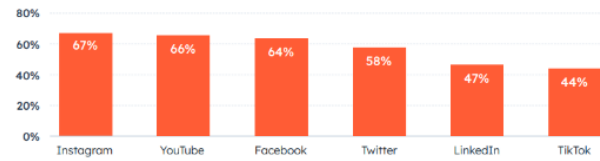


CÂMARA DOS DEPUTADOS

CPI - Manipulação de Resultado em Partidas de Futebol



Which social media platforms do marketers' companies leverage?



(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 TV³. O Google Ads⁴, 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 movimenta cerca de R\$ 100 bilhões por ano no Brasil⁵, 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 outros⁶.

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

4EXAME. 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

5PODER360. 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

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 de 2023.

Deputado Federal AUREO RIBEIRO
Solidariedade/RJ

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

