CRM em iGaming: separe mensagem legal de publicidade na base

iGBRASIL

Notícias · Utilidades · Recursos para operadores de iGaming

Marketing & Mídia · Estratégico

CRM em iGaming: separe mensagem legal de publicidade na base

Como classificar templates, reescrever a camada de permissão e decidir o destino da base de apostadores quando a comunicação comercial deixa de ser possível

Por Redação iGBRASIL, Redação

Publicado em 30/09/2026 às 20h05

· Atualizado em 24/10/2026 às 15h02

· 16 min de leitura

Por que importa

Sem um campo de tipo de mensagem no payload, a mesma automação que avisa sobre saque pode disparar conteúdo promocional e transformar cumprimento de obrigação em publicidade proibida.

Opt-out unificado deixa apostador com saldo sem aviso de retirada, o que vira reclamação de consumidor sobre dinheiro retido.

A base de CRM não vira ativo livre quando a autorização se extingue: guarda obrigatória não autoriza uso comercial nem transferência para outra operação.

CRM em iGaming: separe mensagem legal de publicidade na base

Se você responde pelo CRM de uma operadora de apostas no Brasil, a pergunta desta semana é direta: o que ainda pode ser enviado para a base e o que já é publicidade proibida? E, logo depois dela, uma segunda pergunta que quase ninguém tinha no roadmap: o que acontece com essa base de CPFs quando a autorização para operar deixa de existir.

A resposta não está no tom de voz da mensagem. Está na base legal de cada disparo e na arquitetura que separa — ou não separa — os dois tipos de comunicação dentro do sistema. Este texto é sobre montar essa separação em produção, com inventário, classificação, supressão e log. É a mesma estrutura exigida em qualquer cenário: encerramento, retomada regulada ou operação normal em outro mercado.

Resumo executivo

A distinção que importa é base legal, não redação: execução de contrato e obrigação legal sustentam avisos de saque e restituição; reativação, bônus e cross-sell dependem de outra base e caem na proibição de publicidade da MP 1.394/2026.

O erro estrutural mais comum é o opt-out unificado — ele bloqueia avisos obrigatórios ou, no sentido inverso, serve de atalho para empurrar mensagem comercial pela lista transacional.

Automação com gatilho adormecido (inatividade, aniversário, depósito abandonado) é o que vaza depois que o time acha que desligou o CRM.

Autoexcluídos também têm saldo a receber: recebem o núcleo operacional, sem criativo de marca e sem CTA para o lobby.

Guarda obrigatória de dados não é autorização de uso comercial. Repasse da base para afiliado, outro vertical ou operação no exterior é exposição de LGPD somada à proibição da medida provisória.

O que mudou o contexto em setembro de 2026

A MP 1.394/2026, publicada em 25 de setembro de 2026, proíbe a exploração, a oferta, a intermediação e a publicidade de apostas de quota fixa no país e prevê a extinção das autorizações em 30 dias, conforme noticiou a Agência Senado em 28 de setembro de 2026. A medida altera a Lei 14.790/2023 e alcança também empresas sediadas no exterior que ofereçam apostas a pessoas localizadas no Brasil.

CRM em iGaming: separe mensagem legal de publicidade na base

O cronograma deixou de ser noticiário e passou a ter norma própria: a SPA/MF publicou em 2 de outubro de 2026 a Portaria nº 3.005/2026, que estabelece os procedimentos e os prazos das obrigações regulatórias, pecuniárias, contábeis, cadastrais e informacionais das empresas que eram autorizadas. É essa portaria — e não a cobertura de imprensa — que ancora a base legal de "cumprimento de obrigação legal" invocada nos disparos, e é o documento que um ofício vai citar. A régua executada foi: retirada voluntária de saldo até as 23h59 de 5 de outubro, plataformas indisponíveis a partir de 6 de outubro, informação dos valores por CPF aos bancos em 7 e 8 de outubro, devolução entre 9 e 14 de outubro e extinção das autorizações em 25 de outubro. O calendário, porém, não foi uniforme para todo o mercado: a 9ª Vara Cível Federal de São Paulo autorizou uma operadora a seguir operando até 25 de outubro, por entender que o governo não poderia antecipar os efeitos da extinção das autorizações sem assegurar prazo razoável. Cada operação precisa registrar no log qual prazo aplicou e com que fundamento. A MP está em vigor, mas depende de análise do Congresso para virar lei em definitivo — o prazo inicial de vigência é de 60 dias, prorrogável automaticamente por mais 60.

Para quem opera CRM, esse último ciclo de comunicação já foi executado — e era o ciclo de maior risco. Qualquer mensagem que soe como incentivo a jogar, reativação ou retenção cai na proibição. E a ausência de aviso sobre saque gera reclamação de consumidor. O erro pode acontecer nas duas direções. Detalhes das obrigações de encerramento estão em MP 1.394 fixa multa de R$ 200 mil por dia no encerramento das bets.

Transacional ou comercial: a classificação que decide cada disparo

Mensagem transacional ou legal se sustenta em execução de contrato e cumprimento de obrigação legal. Mensagem comercial depende de outra base — consentimento ou interesse legítimo — e, no cenário atual, esbarra na proibição de publicidade. Não existe categoria intermediária. O que não couber com clareza na primeira coluna da tabela abaixo é desligado.

MensagemClassificaçãoBase legal invocadaRespeita opt-out comercial?

Aviso de prazo para retirada de saldoTransacional/legalExecução de contrato e obrigação legalNão

Confirmação de aposta cancelada e restituiçãoTransacional/legalExecução de contratoNão

Orientação sobre janela bancária de devoluçãoTransacional/legalObrigação legalNão

Canal de atendimento após a saída do appTransacional/legalExecução de contratoNão

Reativação por inatividadeComercialConsentimento/interesse legítimoSim — e suspensa

Bônus, cashback, giro grátisComercialConsentimentoSim — e suspensa

Cross-sell para outro produto ou marcaComercialConsentimentoSim — e suspensa

"Até breve", "nos vemos em breve" com link de produtoComercial disfarçadaNenhuma sustentaSim — e suspensa

Classificação de templates de CRM no encerramento

A última linha é a que mais aparece em revisão. Um aviso obrigatório com logo grande, banner de campanha e frase de retorno deixa de ser cumprimento e vira peça publicitária. O critério prático: se a mensagem tem qualquer elemento que não seja necessário para o apostador entender o que fazer com o próprio dinheiro, esse elemento sai.

A camada de permissão: por que o opt-out unificado quebra dos dois lados

Na maioria das stacks de CRM do setor, o mesmo template engine, o mesmo remetente e a mesma lista de opt-out servem para tudo. O resultado é previsível. O apostador que descadastrou de "comunicações" há oito meses é tratado como bloqueio global e não recebe o aviso de saque — que não é marketing e não deveria respeitar opt-out comercial. No sentido inverso, o time usa a lista transacional para empurrar mensagem comercial porque ela tem alcance maior. Os dois aparecem em auditoria.

A arquitetura mínima que sobrevive a um ofício tem quatro componentes:

Campo de tipo de mensagem obrigatório no payload, herdado da automação e não preenchido manualmente pelo operador que monta a campanha.

Tabela de permissão granular por canal e por finalidade — e-mail, SMS, push, WhatsApp e in-app, cada um com registro separado de consentimento comercial.

Supressão automática de segmentos sensíveis: autoexcluídos, contas bloqueadas por KYC, limites de perda atingidos, suspeita de PLD.

Log imutável por disparo com destinatário, horário, template versionado, base legal invocada e lista de supressão aplicada naquele momento.

O quarto item é o que costuma faltar. Sem snapshot do template no instante do envio, não há como provar o que foi enviado — só o que estava salvo quando alguém foi checar. A lógica é a mesma de qualquer trilha auditável, como descrito em conta transacional em apostas: como

provar a trilha do dinheiro.

Autoexcluídos: o segmento mais perigoso do encerramento

Pessoas autoexcluídas também têm saldo a receber. A comunicação precisa existir — negar o aviso é reter dinheiro de quem já está em situação de vulnerabilidade declarada. Mas ela precisa ser puramente operacional: sem criativo de marca, sem imagem de produto, sem CTA para o lobby, sem menção a qualquer jogo. O texto informa valor, prazo e caminho de recebimento. Nada além.

No Reino Unido, comunicação de marketing a pessoas autoexcluídas é um dos gatilhos clássicos de enforcement da Gambling Commission, e a separação entre mensagem de serviço e mensagem promocional é tratada como controle de sistema, não como boa prática editorial. Espanha e Malta seguem padrão semelhante: consentimento granular por finalidade e prova de que a supressão foi aplicada no momento do disparo. Não é regra brasileira, mas é referência de desenho de controle — especialmente para operadores com licença em outros mercados. O funcionamento do bloqueio no Brasil está detalhado em autoexclusão apostas gov.br: o manual de operação do bloqueio.

Os dez passos do desligamento do CRM

Congelar o calendário de campanha: aquisição, reativação, bônus, cashback e todo CRM promocional, incluindo automações adormecidas por gatilho.

Inventariar toda automação ativa por sistema — CRM, mensageria, push, WhatsApp, in-app e e-mail transacional do PAM — com gatilho, público, template, canal e dono.

Classificar cada template em transacional/legal ou comercial. Sem categoria intermediária.

Reescrever a camada de permissão: opt-out comercial não suprime aviso de saque e restituição; opt-out de canal continua valendo dentro do canal.

Montar a régua de encerramento com os eventos obrigatórios, do aviso de prazo à confirmação da devolução.

Aplicar supressões: autoexcluídos recebem só o núcleo operacional; contas bloqueadas por fraude ou PLD passam por revisão manual antes de qualquer envio de valor.

Garantir canal de atendimento fora do app, já que a plataforma deixa de estar disponível e e-mail e SMS viram o único ponto de contato.

CRM em iGaming: separe mensagem legal de publicidade na base

Definir o destino dos dados: o que vai para guarda obrigatória, o que é eliminado, com decisão registrada em relatório interno assinado pelo encarregado.

Encerrar contratos de CRM e mensageria observando aviso prévio e negociar corte de mínimo mensal antes de o volume ir a zero.

Arquivar o log completo do período, com template, público e base legal. É o documento que responde a ofício depois.

A régua de encerramento, evento a evento

O desenho mínimo tem seis disparos: aviso do prazo de retirada; lembrete no fim do prazo; confirmação de que a plataforma ficará indisponível; aviso sobre apostas canceladas com restituição integral; aviso da janela bancária de devolução; e informação do canal de contato após a saída do app. Cada um deles é transacional. Nenhum deles carrega criativo de campanha.

O destino da base depois que a autorização se extingue

Aqui existe uma lacuna real. Entre o que apuramos até o fechamento deste texto, a MP 1.394/2026 não traz definição explícita sobre o que fazer com as bases de dados de CRM após a extinção das autorizações, nem prazo de guarda específico para elas. O que se segue é interpretação apoiada na LGPD (Lei 13.709/2018) e nas obrigações de guarda já existentes — e precisa ser validada pelo jurídico de cada operação.

A lógica da LGPD é conhecida: o tratamento termina quando a finalidade se exaure, com eliminação dos dados, ressalvadas as hipóteses de guarda obrigatória. Com a autorização extinta, a finalidade original — operar apostas para aquele titular — deixa de existir. Continuam de pé obrigações fiscais, de prevenção à lavagem de dinheiro e de defesa em processo, que exigem retenção. Mas guarda não é uso.

Reter um dado porque a lei manda guardar não cria uma nova base legal para explorá-lo comercialmente. São coisas distintas e devem viver em ambientes distintos.

Princípio de finalidade, art. 6º da Lei 13.709/2018

Na prática, isso significa separar fisicamente o repositório de retenção legal do ambiente de CRM operacional, com acesso restrito e registrado. E significa que repassar, vender ou "emprestar" a base para operação offshore, para um afiliado ou para outro vertical do grupo

CRM em iGaming: separe mensagem legal de publicidade na base

é o caminho mais curto para transformar um encerramento administrativo em incidente regulatório e de proteção de dados — sobretudo porque a MP alcança empresas sediadas no exterior que ofereçam apostas a pessoas no Brasil.

Custo esquecido: os contratos de mensageria continuam faturando

Contratos de plataforma de CRM e de mensageria costumam ter mínimo mensal e aviso prévio de 30 a 90 dias. Quem não denunciou o contrato continua pagando por volume que não vai usar durante todo o período de aviso. É item de caixa no wind-down, não detalhe de operação — e a mesma disciplina de revisão contratual vale para fornecedores de conteúdo, como descrito em contrato com provedor de jogos de cassino: suspender ou rescindir.

Sete erros que aparecem em toda revisão

Automação zumbi: jornada antiga, sem dono, dispara mensagem promocional dias depois de todo mundo achar que o CRM foi desligado.

Aproveitar o aviso obrigatório para vender: banner, logo grande ou link para outro produto convertem cumprimento em publicidade.

Usar o opt-out comercial como bloqueio total e deixar apostador com saldo sem aviso.

Mandar a base para o time internacional sem base legal, somando exposição de LGPD à proibição da MP.

Tratar afiliado como canal de terceiro: se ele ainda dispara em nome da marca, a responsabilidade prática recai sobre o operador — ponto tratado em programa de afiliados de casa de apostas: como governar o canal.

Não versionar o texto enviado, o que inviabiliza provar o conteúdo do disparo.

Deixar o WhatsApp fora do inventário porque é operado por outro time ou por agência.

O que medir enquanto isso roda

MétricaMetaPor que importa

Automações inventariadas com dono e status100%Sem inventário não há como provar desligamento

Disparos comerciais após 25/09/2026Zero, com evidênciaÉ o número que um ofício vai pedir

Cobertura do aviso de saque (base com saldo > 0)Maior possível, por canalConta entrega, não envio

Taxa de bounce por canalMonitoradaBounce alto = base desatualizada e apostador sem aviso

Saldo sacado voluntariamente até 05/10/2026Maior possível sobre o totalResíduo vira trabalho bancário e reclamação

Contatos de atendimento sobre saque/devoluçãoSem pico após 06/10Pico indica falha de comunicação prévia

Disparos indevidos a autoexcluídosZeroCada ocorrência exige causa-raiz documentada

Completude do log (base legal, template, supressão)100%É a prova de controle no momento do disparo

Painel de acompanhamento do CRM em encerramento

Por que essa arquitetura continua valendo depois

A MP 1.394/2026 ainda precisa ser analisada pelo Congresso. Pode ser convertida como está, convertida com emendas ou caducar. Nenhum dos três cenários altera a estrutura descrita aqui — em todos eles, a operação precisa provar que sabia a base legal de cada mensagem enviada, que suprimiu quem devia suprimir e que não usou dado fora da finalidade que o coletou.

Times de CRM que já tinham camada de permissão granular por finalidade e log por disparo passaram pelas últimas semanas executando uma lista de tarefas. Os que tratavam permissão como um campo booleano na tabela de usuários passaram reconstruindo a arquitetura sob prazo. A diferença entre os dois grupos não apareceu em setembro de 2026 — apareceu quando cada um decidiu como modelar a base. O ponto de partida dessa modelagem está em CRM em iGaming: monte a camada de permissão antes da régua.

Duas ressalvas de apuração: não há, até o fechamento deste texto, orientação pública específica da ANPD dirigida ao setor sobre o encerramento, e não está claro se as portarias de publicidade da SPA/MF editadas em julho de 2026 permanecem aplicáveis ao período de wind-down ou foram absorvidas pela proibição geral da medida provisória. Os dois pontos afetam decisões de detalhe — como a exibição de frases de advertência em comunicação remanescente — e devem ser confirmados com o jurídico antes de qualquer disparo.

Acompanhe o que muda na régua

CRM em iGaming: separe mensagem legal de publicidade na base

Receba as atualizações sobre obrigações de comunicação, prazos de devolução e o andamento da MP 1.394/2026 no Congresso. Para receber a análise do que muda para operadores, assine a newsletter do iGBRASIL.

Atualização — 24/10/2026

Desde a publicação deste texto, o cenário saiu do campo do anúncio e entrou no da execução. A SPA/MF publicou em 2 de outubro de 2026 a Portaria nº 3.005/2026, que estabelece procedimentos e prazos das obrigações regulatórias, pecuniárias, contábeis, cadastrais e informacionais das empresas que eram autorizadas. Na data desta revisão, a janela de retirada voluntária (5/10), a indisponibilidade das plataformas (6/10), o envio de valores por CPF aos bancos (7 e 8/10) e a devolução (9 a 14/10) já ocorreram, e a extinção das autorizações está marcada para 25 de outubro. A pergunta do CRM deixou de ser "o que ainda disparar" e passou a ser o que arquivar, o que provar e o que eliminar.

O cronograma também não foi igual para todos. A 9ª Vara Cível Federal de São Paulo autorizou uma operadora a seguir operando até 25 de outubro, por entender que o governo não poderia antecipar os efeitos da extinção das autorizações sem assegurar prazo razoável. Na prática, a régua de encerramento pode ter datas diferentes por decisão judicial, e o log de disparos precisa registrar qual prazo foi aplicado a cada base e com que fundamento — normativo ou judicial.

Guarda obrigatória depois da extinção: três camadas distintas

A seção sobre o destino da base ganha agora um ponto de apoio normativo, mas segue exigindo leitura do jurídico de cada operação. São três camadas que não se confundem: (a) o que a Portaria nº 3.005/2026 exige manter no âmbito das obrigações cadastrais e informacionais; (b) o que a LGPD (Lei 13.709/2018) obriga a eliminar por exaurimento de finalidade, já que operar apostas para aquele titular deixou de ser finalidade possível; e (c) o princípio de que guarda obrigatória nunca é autorização de uso comercial. Não validamos nesta revisão os prazos de retenção previstos na portaria — recomendamos apurar a íntegra do texto antes de fixar qualquer política interna de descarte.

Checklist do dia seguinte à extinção

Desligar as credenciais de API das plataformas de mensageria (e-mail, SMS, push, WhatsApp), não apenas pausar campanhas.

Revogar acessos de agência, afiliado e parceiros às listas e aos painéis de disparo.

Congelar exportações e bloquear a geração de novos arquivos de público.

Inventariar as cópias da base que vivem fora do PAM: planilhas, ferramentas de BI, CDP, plataformas de push e parceiros de mídia.

Registrar formalmente a data de corte aplicada e o fundamento (portaria ou decisão judicial), com o log completo arquivado.

Atendimento sem app: onde nasce a reclamação

Com as plataformas fora do ar desde 6 de outubro, e-mail, SMS e página estática são o único ponto de contato para quem não recebeu a devolução. Isso exige fila de contestação com identificação de protocolo, SLA declarado de resposta e evidência arquivada de cada atendimento. É o ponto em que uma falha vira reclamação de consumidor e, depois, ofício — e a resposta ao ofício será exatamente o registro desse atendimento.

Quem fiscaliza publicidade agora

A MP 1.394/2026 institui o Comitê Interinstitucional de Fiscalização da Exploração e da Publicidade Ilegal de Apostas de Quota Fixa, coordenado pela Casa Civil, do qual a SPA/MF passará a integrar. Para quem responde por CRM e mídia, isso muda o destinatário da denúncia e da fiscalização sobre disparo promocional: não é mais apenas a SPA. O alvo prático é a publicidade residual — criativo em cache, post antigo não despublicado, afiliado que não desligou o tráfego e retargeting ainda rodando em plataforma de mídia paga.

Em resumo

Um disparo de reativação feito "por engano" depois da extinção deixou de ser só risco administrativo: o Executivo enviou ao Congresso projeto de lei que tipifica crimes relacionados às loterias de apostas de quota fixa, anunciado junto com a MP. É projeto, não norma vigente — mas muda a leitura de risco de uma automação zumbi.

O que acompanhar no Congresso

A MP 1.394/2026 segue em tramitação, sem conversão em lei até o fechamento desta revisão: será analisada por comissão mista e depois votada na Câmara e no Senado, dentro do prazo de 60 dias prorrogável por mais 60. Três marcos merecem agenda: o relatório da comissão mista, o fim do prazo de vigência e o andamento do PL de tipificação criminal. Vale registrar ainda

que a MP prevê a extinção das autorizações sem devolução dos valores pagos pelas licenças — regra que pode ser questionada na Justiça e que pesa na decisão de quanto orçamento ainda alocar em stack de CRM e contratos de mensageria.

O que sobrevive ao encerramento local

Para grupos com licença fora do Brasil, a parte deste texto que não expira é a arquitetura: campo de tipo de mensagem no payload, permissão granular por canal e por finalidade, supressão automática de segmentos sensíveis e log imutável com template versionado. Essa estrutura é desenho de controle, não norma brasileira — e é o ativo que atravessa o encerramento local, porque responde à mesma pergunta em qualquer jurisdição: qual era a base legal daquele disparo e como se prova que a supressão foi aplicada no momento do envio.

Assuntos:

Compliance · CRM · LGPD · MP 1.394/2026 · Publicidade · SPA/MF

Fonte original:

https://igbrasil.com/noticias/marketing-midia/crm-em-igaming-separe-mensagem-legal-de-publicidade-na-base

Documento gerado em 23/11/2026 às 09h35.

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

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