
Google Ads exige histórico limpo de bets para certificação

iGBRASIL

Notícias · Utilidades · Recursos para operadores de iGaming

Marketing & Mídia · Urgente

Google Ads exige histórico limpo de bets para certificação

Regra global em vigor desde 14 de setembro atinge contas gerenciadoras, afiliados em subdomínio e operadores que terceirizam mídia paga no Brasil

Por Redação iGBRASIL, Redação

Publicado em 15/09/2026 às 07h02

· 5 min de leitura

Por que importa

Operador que compra search e PMax pode perder elegibilidade à certificação por histórico de violações, sem prazo de transição divulgado.

Contas gerenciadoras com revogações repetidas deixam de poder pedir novas certificações, o que expõe o operador que apenas terceirizou a mídia.

A exigência de domínio próprio derruba estruturas de afiliado montadas sobre subdomínios gratuitos.

Google Ads exige histórico limpo de bets para certificação

A política de Jogos e Apostas do Google Ads passou a exigir, de todos os anunciantes de apostas e em todos os mercados, histórico limpo de conformidade para obter ou manter certificação — regra em vigor desde 14 de setembro de 2026, o que já alcança quem compra mídia paga no Brasil.

Segundo o SBC News, que reproduziu o texto da política, a mudança foi comunicada aos anunciantes em junho e amplia medidas introduzidas em março de 2026, quando o Google começou a exigir comprovação de histórico sólido de conformidade em mercados selecionados. Agora a exigência vale para todas as categorias cobertas pela política.

Starting September 14, 2026, all gambling and games advertisers must demonstrate good policy health.

Política de Jogos e Apostas do Google Ads, conforme reproduzida pelo SBC News

Não é norma pública, é contrato

O ponto que muda a leitura jurídica: não se trata de ato estatal. É política contratual de plataforma privada, autoaplicável e sem trâmite público, consulta ou *vacatio legis*. Não substitui nem flexibiliza as exigências de publicidade da regulamentação da SPA/MF sob a Lei 14.790/2023 — soma-se a elas.

O efeito chega ao Brasil com o canal pago já sob pressão local. Municípios como Niterói avançaram com restrições próprias — a capital fluminense proibiu publicidade de bets com prazo de dez dias para retirada —, e a consulta pública da SPA sobre limites de publicidade em transmissões esportivas segue em curso, com clubes paulistas mobilizados contra novas restrições.

O risco de contágio dentro da MCC

A parte mais sensível para quem terceiriza mídia está nas contas gerenciadoras. Conforme o trecho da política citado pelo SBC News, MCCs com revogações repetidas de certificado de apostas online perdem a elegibilidade para solicitar novas certificações. O Google também alerta que infrações podem levar à revogação de certificações já existentes em contas vinculadas à MCC infratora.

Manager Accounts (MCCs) with repeated online gambling certificate revocations... will

Google Ads exige histórico limpo de bets para certificação

forfeit eligibility to apply for any new online gambling certificates

Política de Jogos e Apostas do Google Ads, citada pelo SBC News

Na prática, uma conta problemática dentro da gerenciadora pode contaminar as demais, inclusive a do operador que apenas contratou uma agência. É um risco compartilhado que não estava precificado nos contratos de mídia — e que se soma à discussão sobre o que muda quando o operador responde pelo parceiro.

Afiliado em subdomínio perde elegibilidade

A certificação passa a exigir que o negócio seja dono do próprio domínio, vedando o uso de subdomínios gratuitos para manter a elegibilidade. Estruturas de tráfego de afiliados montadas sobre subdomínios de terceiros ficam fora — o que afeta diretamente o desenho de payout e a origem do volume, tema que já pesa na escolha entre CPA, RevShare ou modelo híbrido.

PerfilO que muda

Operador que compra search/PMMax diretoPerde elegibilidade à certificação se houver histórico de violações

Agência ou parceiro sob MCCRevogações repetidas bloqueiam novos pedidos; infração pode revogar certificações de contas ligadas

Afiliado e estruturas de tráfegoCertificação exige domínio próprio; subdomínio gratuito não sustenta elegibilidade

Quem é atingido e o que muda

O que fazer nesta semana

Levantar sob qual MCC a conta do operador está vinculada e quantos outros anunciantes de apostas dividem essa gerenciadora.

Auditar o histórico de reprovações e violações da conta antes do próximo pedido de recertificação.

Mapear os domínios usados por afiliados e parceiros e migrar landing pages hospedadas em subdomínios gratuitos para domínio próprio.

Google Ads exige histórico limpo de bets para certificação

Rever contratos com agência e afiliados: responsabilidade por revogação de certificado e obrigação de notificação imediata.

Tratar a regra como vigente: não há período de transição divulgado.

Em julho, o Yogonet reportou ampliação da publicidade de apostas para 16 mercados combinada com aperto na certificação de anunciantes. A lista desses mercados não foi verificada por esta redação — o dado consta do título e da abertura da matéria, cujo conteúdo integral não pôde ser aberto.

O que ainda não está confirmado

A página oficial da política no suporte do Google Ads não pôde ser aberta nesta apuração; o texto citado vem da reprodução feita pelo SBC News.

Não foi possível confirmar se a política exige, especificamente para o Brasil, comprovação de licença SPA/MF como condição de certificação, nem se existe lista local de anunciantes certificados.

Não há número divulgado de contas ou anunciantes brasileiros afetados.

Não foi confirmado se há período de tolerância para certificações já emitidas.

Não houve manifestação do Google Brasil nem de entidade do setor brasileiro até o fechamento; o tema circula apenas em veículos internacionais.

Leitura de orçamento

Sem certificação não há veiculação em search: o risco é de interrupção de canal, não de multa.

O contágio via MCC transforma escolha de agência em decisão de compliance.

A pressão do Google se acumula com restrições municipais e com a consulta da SPA sobre publicidade esportiva, empurrando o mix para outros canais — movimento já visível no reequilíbrio entre performance e marca.

Sua conta está exposta por quem divide a MCC?

Se a sua operação descobriu outros anunciantes de apostas na mesma conta gerenciadora, conte à redação como está tratando o risco de revogação em cadeia. Para receber a análise do que

Google Ads exige histórico limpo de bets para certificação

muda para operadores, fale com a redação.

Assuntos:

Afiliações · Compliance · Google Ads · Mídia paga · Publicidade

Fonte original:

<https://igbrasil.com/noticias/marketing-midia/google-ads-exige-historico-limpo-de-bets-para-certificacao>

Documento gerado em 15/09/2026 às 08h57.

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

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

iGBRASIL