

A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS DIGITAIS INFLUENCERS NOS JOGOS DE AZAR

THE CIVIL LIABILITY OF DIGITAL INFLUENCERS IN GAMBLING

Emeli Silva Vasconcelos¹
Williane Tiburcio Facundes²

VASCONCELOS, Emeli Silva; FACUNDES, Williane Tibúrcio. **A Criação dos Centros Judiciários de Soluções de Conflitos e Cidadania**. 25 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Direito – Centro Universitário UNINORTE, Rio Branco. 2025.

RESUMO

Introdução. O presente estudo trata da responsabilidade civil dos influenciadores digitais na divulgação dos jogos de azar no Brasil, com ênfase na regulamentação recente e nos desafios jurídicos decorrentes dessa prática no ambiente digital. Diante da crescente popularização das apostas online e do papel central dos influenciadores como veículos de publicidade, o artigo busca analisar os fundamentos legais e sociais da responsabilização desses agentes, à luz do Código de Defesa do Consumidor e da legislação atual. **Objetivo.** Considerando esse contexto, o estudo foi desenvolvido com o propósito de analisar o conceito e a aplicabilidade da responsabilidade civil dos influenciadores digitais no mercado das apostas, examinando a legislação vigente, os marcos regulatórios mais recentes e as consequências sociais da publicidade digital. Para tanto, o artigo discorda sobre posicionamentos doutrinários e dados empíricos relevantes que subsidiaram a reflexão. **Método.** A análise foi realizada a partir do embasamento teórico-jurídico e da coleta e interpretação de dados recentes sobre o crescimento das apostas online, o perfil dos apostadores brasileiros e os impactos sociais, além do exame da legislação aplicável e dos projetos de lei em tramitação no Brasil referentes à atividade dos influenciadores digitais. **Resultados.** Observe-se que o mercado das apostas digitais no Brasil movimenta uma quantia financeira expressiva, com milhões de brasileiros participando, especialmente jovens adultos. A atuação dos influenciadores digitais é destacada como fator decisivo para o crescimento do setor, porém acompanha-se um elevado risco social, com aumento do vício e problemas econômicos entre apostadores. Verificou-se a importância da responsabilização desses influenciadores civis, embasada no Código de Defesa do Consumidor, na teoria da cegueira deliberada e nas recentes investigações parlamentares. **Conclusão.** Dessa forma, ressalta-se a necessidade de um marco regulatório atualizado, rigoroso e fiscalizado, que integre transparência, educação e prevenção, além da

responsabilização jurídica desses agentes, garantindo a proteção do consumidor e a sustentabilidade do setor de apostas online no Brasil. Esse trabalho contribui para a compreensão dos desafios jurídicos frente à nova realidade digital, além de caminhos para políticas públicas e regulamentações mais eficazes.

Palavras-chave: influenciadores digitais; jogos de azar; responsabilidade civil; apostas on-line; proteção do consumidor

ABSTRACT

Introduction. This study addresses the civil liability of digital influencers in promoting gambling in Brazil, with an emphasis on recent regulations and the legal challenges arising from this practice in the digital environment. Given the growing popularity of online gambling and the central role of influencers as advertising vehicles, this article seeks to analyze the legal and social foundations for holding these agents accountable, in light of the Consumer Protection Code and current legislation. **Objective.** Considering this context, this study was developed to analyze the concept and applicability of the civil liability of digital influencers in the gambling market, examining current legislation, the most recent regulatory frameworks, and the social consequences of digital advertising. To this end, the article discusses doctrinal positions and relevant empirical data that supported this reflection. **Method.** The analysis was conducted based on a theoretical and legal framework and the collection and interpretation of recent data on the growth of online betting, the profile of Brazilian bettors, and the social impacts. It also examined applicable legislation and bills currently under consideration in Brazil regarding the activities of digital influencers. **Results:** The digital betting market in Brazil generates significant financial resources, with millions of Brazilians participating, especially young adults. The activities of digital influencers are highlighted as a decisive factor in the sector's growth, but this also entails a high social risk, with increased addiction and economic hardship among bettors. The importance of holding these influencers accountable to civil liability was highlighted, based on the Consumer Protection Code, the theory of willful blindness, and recent parliamentary investigations.

Conclusion: Therefore, the need for an updated, rigorous, and monitored regulatory framework is highlighted, integrating transparency, education, and prevention, in addition to the legal accountability of these agents, ensuring consumer protection and the sustainability of the online betting sector in Brazil. This work contributes to understanding the legal challenges facing the new digital reality, as well as paths towards more effective public policies and regulations.

Keywords: Digital influencers; gambling; civil liability; online betting; consumer protection

INTRODUÇÃO

Este artigo discute a responsabilidade civil dos influenciadores digitais na

promoção dos jogos de azar no Brasil, destacando os desafios jurídicos que emergem da divulgação massiva dessas práticas no ambiente digital. Frente à rápida expansão do mercado de apostas online e ao papel determinante dos influenciadores como propulsores dessa publicidade, o estudo busca analisar os fundamentos legais que ampliam a responsabilização desses agentes à luz dos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor e da legislação atual.

O objetivo central é examinar a aplicação da responsabilidade civil aos influenciadores digitais, considerando a legislação vigente, os estudos doutrinários e as consequências sociais decorrentes da publicidade dessas apostas. Para tanto, o artigo fundamenta-se na teoria da responsabilidade objetiva, na teoria da cegueira deliberada e em análises jurisprudenciais recentes, complementadas por dados empíricos sobre o perfil dos apostadores brasileiros e os impactos sociais das apostas online.

Metodologicamente, o trabalho se baseia em revisão bibliográfica, análise de legislação e normativas, bem como na coleta e interpretação de dados recentes relacionados ao mercado de apostas digitais. A pesquisa enfocou também os projetos de lei em tramitação que visam a atuação dos influenciadores e proteger o consumidor nesta nova realidade.

Observam-se resultados que indicam um mercado em intensa expansão, com milhões de brasileiros apostando online, principalmente jovens, e uma influência crescente dos promotores digitais que, ao muitas vezes, omitem riscos ou promovem plataformas negativas, vulneráveis à vulnerabilidade do consumidor. Verificou-se a importância da responsabilização desses influenciadores civis, tanto para reparar danos materiais e morais quanto para coibir práticas abusivas e proteger direitos fundamentais.

A conclusão ressalta a urgência de um marco regulatório atualizado e fiscalizado, que integre transparência, educação e prevenção, associando a responsabilização jurídica dos influenciadores à sustentabilidade do setor. Este estudo contribui para a compreensão dos desafios jurídicos diante da nova realidade digital e oferece subsídios para a formulação de políticas públicas e regulamentações mais eficazes.

1 CONCEITO E REGULAMENTAÇÃO DOS JOGOS DE AZAR NO BRASIL

A compreensão dos jogos de azar no contexto jurídico brasileiro é fundamental para o entendimento da responsabilidade civil dos influenciadores digitais que promovem tais modalidades. Os jogos de azar envolvem apostas em eventos cuja imprevisibilidade e aleatoriedade são o núcleo da possibilidade de ganho, dependendo essencialmente da sorte. Segundo a Lei nº 3.688/1941 (Lei das Contravenções Penais), artigo 50, jogos de azar são proibidos em território nacional, salvo propostas previstas em normas específicas (Brasil, 1941). Essa declaração reflete uma preocupação histórica com o potencial de danos sociais e financeiros que podem ajudar nessas práticas.

No entanto, a compreensão da definição legal não é uniforme, e a doutrina contribui para aprofundar a análise. Souza (2023) destaca que jogos de azar compreendem qualquer jogo em que o fator sorte predomina sobre a habilidade, diferenciando-os de jogos de habilidade, que podem ter regulamentações específicas. Já Pontes de Miranda (2018) enfatiza que a ilegalidade dos jogos de azar visa proteger a ordem pública e a moralidade, justificativa central para a restrição imposta pela legislação.

Recentemente, o cenário legislativo brasileiro tem sinalizado mudanças importantes. A Lei nº 13.756/2018 instituiu uma regulamentação para apostas esportivas de fixação de cotas, modalidade online que movimenta grandes volumes financeiros e interesse público. Oliveira (2024) comenta que essa regulamentação representa um marco na flexibilização das restrições, alinhando o país a práticas internacionais mais permissivas e controladas. Contudo, a regulamentação ainda é parcial, deixando lacunas para outras modalidades de jogos de azar, como cassinos, bingos e jogos online diversos.

Martins (2022) aponta que tais lacunas legislativas geram insegurança jurídica, especialmente no ambiente digital, onde as fronteiras entre a legalidade e a ilegalidade podem se confundir, dada a atuação de plataformas estrangeiras e a promoção feita por influenciadores. Segundo Almeida (2021), o debate atual envolve equilibrar a proteção do consumidor, prevenindo o vício e os danos sociais, e permitir o desenvolvimento econômico de um mercado de jogos regulamentado.

Portanto, a regulamentação dos jogos de azar no Brasil se configura como um campo de transformação, com desafios jurídicos e sociais decorrentes da coexistência de autorização, permissividade parcial e risco de atuação ilegal. Os influenciadores

digitais que promovem esses jogos atuam em contexto normativo incerto, o que reforçam a necessidade de responsabilização civil em casos de danos causados a seus seguidores, especialmente quando a divulgação compromete a transparência sobre os riscos envolvidos.

1.1 DEFINIÇÃO LEGAL DOS JOGOS DE AZAR

No sistema jurídico brasileiro, a concepção de jogo de azar sempre foi abordada predominantemente pela legislação penal, e não pelo direito civil. Apesar disso, embora o jogo de azar esteja regulamentado pelo direito penal, ele não é tratado como crime, mas sim como contravenção penal, devido à sua menor gravidade. A expressão "jogo de azar" surgiu no Brasil durante a República, especificamente no Código Penal de 1890, que definia como jogo de azar aqueles em que "o ganho ou a perda não depende exclusivamente da sorte", excluindo, entretanto, apostas em corridas de atletas ou cavalos, e outras semelhantes. A legislação brasileira relacionada ao jogo de azar é bastante abrangente, envolvendo diversas normas além da legislação específica. Atualmente, essa conduta está inserida no rol das contravenções penais, regulamentadas pelo Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941, conhecida como Lei das Contravenções Penais.

No entanto, observa-se certa incoerência nesse conjunto normativo, visto que algumas modalidades de jogos de azar são autorizadas e até exploradas pelo governo, como as Loterias Federais, geridas pela Caixa Econômica Federal, enquanto outras, como o jogo do bicho, permanecem proibidas. A exploração oficial das loterias no Brasil teve início em 1808, com a fuga da Corte portuguesa para o território até então colonial, quando surgiram práticas públicas de jogos de azar com a finalidade de destinar os recursos arrecadados para benefícios sociais, aliviando os limitados cofres públicos. Somente em 1844, já sob o reinado de Dom Pedro II, a restrição das loterias passou a ser regulada de forma abrangente em todo o Império (VILLAR, 2008).

Esse marco representou o começo da regulamentação legal dessa modalidade de jogo de azar, embora existam ainda divergências quanto à sua exploração, que ora era admitida, ora proibida. Prova disso é a lei nº 3.140, de 1882, que proibiu a comercialização de bilhetes de loterias provinciais na Corte, além de revogar o poder

governamental para a concessão dessas loterias. Posteriormente, em 1900, foi criado e regulamentado o Serviço de Loterias Federais, contratando-se a Companhia de Loterias Nacionais do Brasil, responsável pela extração das loterias desde 1896. Esse contexto evidenciou a monopolização das loterias pelo governo federal, que permitiria, em casos específicos, a existência de loterias estaduais e provinciais, constituindo um instrumento assistencialista para promover ações compensatórias por parte dos governos (VILLAR, 2008).

Durante a mesma época em que as loterias oficiais eram exploradas, havia uma presença crescente de loterias clandestinas, que se apresentavam como concorrentes diretas às modalidades autorizadas. Em 1876, o governo buscou inovar ao permitir a divisão dos bilhetes em vigésimos, conforme previsto pelo Decreto nº 6.275, com o objetivo de ampliar as vendas e o número de jogadores, reduzindo o impacto das loterias ilegais. Contudo, essa medida gerou controvérsia, pois a maior acessibilidade foi vista como prejudicial sob a ótica dos padrões higienistas e sanitários da época, que consideravam que o incentivo ao jogo levava as camadas populares ao abandono do trabalho tradicional, o que era tido como um grave risco social. Diante dessa percepção, o decreto foi revogado em julho de 1878.

No que diz respeito às fraudes, era comum a venda não autorizada de bilhetes de loterias provinciais na Corte, prática que se intensificava especialmente no Rio de Janeiro devido ao seu grande mercado. Esse aumento das irregularidades foi atribuído tanto aos abusos nas concessões realizadas pelas Assembleias Provinciais quanto à circulação constante de bilhetes de loterias estrangeiras. Para combater essas fraudes, em 1891, o serviço oficial de loterias foi significativamente reformado com a promulgação dos Decretos nº 207 e 277, que regulamentavam o comércio das loterias estaduais na cidade do Rio de Janeiro, exigindo que as extrações ocorressem na capital. Posteriormente, em 1896, o Congresso Nacional aprovou a Lei nº 428, dotando as autoridades de meios para reprimir o comércio ilegal de bilhetes vindos de outros estados e países.

Esses fatos demonstram que, ainda durante o período monárquico, houve um esforço governamental para controlar as práticas de jogos. Contudo, a repressão a essa atividade se intensificou com a chegada da República. Em 1890, foi editado o Código Penal (Decreto nº 847, de 11 de outubro) (BRAZIL, 1890), que incluiu em seu Livro III,

dedicado às contravenções penais, um capítulo específico voltado ao combate ao jogo e à aposta. A legislação da época proibiu expressamente os jogos em que o resultado dependesse exclusivamente da sorte. Apesar dessas medidas, a atuação governamental tentou resistir, especialmente de instituições assistencialistas e beneficentes, que contavam com recursos provenientes das loterias, além do próprio público, para quem jogar já faz parte do cotidiano.

O legislador de 1890 classificou os jogos de azar como contravenções, por serem consideradas infrações de menor gravidade. Conforme o Código Penal da época, no seu artigo 8º, a contravenção é definida como um ato voluntário punível, que consiste na violação ou no descumprimento de normas legais ou regulamentares preventivas. Influenciado por estudiosos italianos e franceses, o legislador brasileiro concebe a contravenção como uma conduta que gera um dano potencial e a possibilidade de ocorrência de um evento danoso. A proteção não ocorre pelos danos eventualmente causados, mas pela ameaça que a conduta representa, protege o interesse público e garante a segurança social.

No primeiro Código Penal da República, os jogos de azar constavam no Livro III, definido no artigo 370 como aqueles em que o resultado dependia inteiramente da sorte (Brazil, 1890). Um parágrafo excluído desse conceito apostas em corridas de pé, cavalo e similares. A regulamentação abrangia desde a manutenção das casas de jogo (tavolagem) até a penalização dos próprios jogadores, sobretudo aqueles que viviam do jogo, equiparados a vagabundos conforme o artigo 374. Isso ocorria porque pessoas que se sustentavam por atividades proibidas ou sujeitas à moral e bons costumes, mesmo sem profissão reconhecida, também infringiam o Código Penal segundo o artigo 399.

O objetivo principal da legislação era impedir a existência dessas casas de jogos, vistas características por legisladores e doutrinadores, o que resultava em penas mais severas para os responsáveis pelos locais do que para os jogadores.

Ao longo do tempo, o Código Penal sofreu várias alterações relacionadas aos jogos de azar. Já em 1899, com a Lei nº 628, a ação penal passou a ser movida mediante denúncia do Ministério Público, e as contravenções envolvendo loterias e rifas, antes punidas de forma desigual, passaram a ter prisão celular de três meses a um ano. Outras cinco leis posteriores modificaram aspectos relativos às loterias, abrangendo cobrança

de impostos, redefinição dos tipos penais e regras de fiscalização e regulamentação dessas práticas.

O regulamento dos jogos de azar está previsto nos artigos 50 a 58 da Lei das Contravenções Penais (LCP). Segundo essa legislação, considera-se jogo de azar toda atividade em que os ganhos ou perdas dependem total ou principalmente da sorte, incluindo apostas em corridas de cavalos realizadas em hipódromos ou locais autorizados, bem como em outras competições esportivas. A definição adotada pelo legislador é ampla e genérica, sem listar modalidades específicas. No entanto, alguns estudiosos elaboraram listas exemplificativas, citando jogos como víspera, dados, pôquer, pif-paf, roleta, monte, trinta e um, caipira, campista, jaburu, ronda e biribiri, entre outros.

Durante o governo Vargas, em 1944, o Decreto-Lei nº 6.259 foi promulgado, tratando do serviço de loterias e regulamentando aspectos já contemplados pela LCP. Essa nova norma reescreveu os artigos 50 a 58 da Lei das Contravenções Penais, embora sem uma revogação expressa dos dispositivos originais. A partir disso, parte da doutrina passou a entender que os dispositivos da LCP sobre jogos de azar foram revogados tacitamente pelo Decreto-Lei nº 6.259. Ainda sobre o artigo 50 da LCP, alguns autores defendem que ele foi restabelecido com o Decreto-Lei nº 9.215, de 1946, voltando a vigorar em sua redação original.

Com a ampliação do acesso à internet e o crescimento das plataformas digitais, o universo dos jogos de azar adquire complexidade adicional. Muitos jogos online combinavam elementos de habilidade e sorte, dificultando a classificação jurídica e exigindo uma atualização normativa que contemplasse as especificidades dessa nova realidade virtual (PEREIRA et al., 2023). Juristas e legisladores discutem a necessidade de definir claramente os conceitos para garantir a segurança jurídica, a proteção do consumidor e o combate à exploração ilegal, especialmente diante da atuação dos influenciadores digitais, que promovem essas modalidades sem a devida transparência quanto aos riscos envolvidos.

2 O PAPEL DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NA PUBLICIDADE DOS JOGOS DE AZAR

O crescimento das redes sociais e a popularização dos influenciadores digitais transformaram a forma como produtos e serviços são divulgados no ambiente virtual. Esses profissionais exercem forte poder de convencimento, aproximando o público por meio de conteúdos que misturam entretenimento e promoção comercial. No contexto dos jogos de azar, essa atuação ganha relevância jurídica, já que a divulgação pode gerar consequências econômicas e sociais importantes. Por isso, torna-se necessário compreender de que maneira a influência digital impacta o comportamento dos consumidores e como o Direito deve responder a essa nova realidade.

2.1 CARACTERÍSTICAS DA INFLUÊNCIA DIGITAL NA PROMOÇÃO DE JOGOS DE AZAR SOB A PERSPECTIVA DO DIREITO

A influência digital, no contexto jurídico brasileiro, revela-se como um aspecto complexo e multifacetado que ultrapassa o mero alcance comunicacional para abranger uma série de responsabilidades legais e sociais. Os influenciadores digitais, ao se tornarem veículos de promoção de produtos e serviços, assumem papel de intermediários entre fornecedores e consumidores, especialmente relevantes no ambiente dos jogos de azar (PEREIRA et al., 2023). O ordenamento jurídico brasileiro, notadamente o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), atribui a esses agentes a responsabilidade solidária por eventuais danos decorrentes da publicidade, sobretudo quando esta induz ao erro ou riscos ocultos significativos (BRASIL, 1990).

No cenário específico dos jogos de azar, proibidos em sua maioria pelo Decreto-Lei nº 3.688/1941 (Lei das Contravenções Penais, art. 50), a atuação dos influenciadores digitais é considerada delicada e passível de responsabilização. A divulgação dessas práticas por meio de redes sociais pode configurar infração penal, especialmente quando associada a plataformas não autorizadas ou clandestinas, frequentemente hospedadas em jurisdições estrangeiras, dificultando a fiscalização e o controle eficaz (BRASIL, 1941). A CPI das Apostas no Senado Federal, em 2025, evidenciou a amplitude dessa problemática, destacando o protagonismo dos influenciadores na popularização das apostas e o consequente aumento dos riscos sociais e econômicos vinculados ao vínculo (SENADO, 2024).

Além disso, esse papel persuasivo exercido pelos influenciadores cria conexão emocional e senso de pertencimento com seus seguidores, que frequentemente incluem grupos vulneráveis, como jovens e pessoas com pouca educação financeira. Tal influência pode comprometer a autonomia do consumidor, reduzindo sua capacidade crítica diante da publicidade, e facilitando a adoção de comportamentos compulsivos relacionados ao jogo (DEANS et al., 2022; WATTERSON, 2020). Essa situação exige do Direito uma resposta rigorosa e atualizada, que contemple a extensão da responsabilidade civil dos influenciadores, a necessidade de transparência e a colocação à publicidade abusiva, conforme previsto no artigo 37 do CDC (BRASIL, 1990).

A ausência de normatização específica para a publicidade de jogos de azar por influenciadores digitais facilita o crescimento da prática irregular e gera dificuldades para a aplicação eficaz da legislação. Assim, o contexto jurídico exige soluções integradas que incluam a atuação conjunta dos órgãos de defesa do consumidor, Ministério Público e entes reguladores, além da responsabilização penal e civil dos envolvidos na promoção indevida desses jogos (ALMEIDA, 2021; MARTINS, 2022).

Por fim, é fundamental considerar a necessidade de harmonizar o desenvolvimento tecnológico e as estratégias de marketing digital com a proteção dos direitos fundamentais dos consumidores, especialmente diante da popularização de plataformas digitais que operam em ambientes nebulosos quanto à legalidade. A construção de um marco regulatório claro, eficaz e adaptado à nova realidade digital é essencial para garantir o equilíbrio entre inovação, proteção social e responsabilidade jurídica na promoção dos jogos de azar (PEREIRA et al., 2023).

2.2 IMPACTOS DA PUBLICIDADE DOS JOGOS DE AZAR POR INFLUENCIADORES DIGITAIS

A publicidade dos jogos de azar realizados por influenciadores digitais no Brasil tem fortalecido um papel central na expansão e normalização dessas práticas, com impactos amplos e profundos sob as dimensões sociais, econômicas e jurídicas. A capacidade dos influenciadores de engajar seu público e gerar confiança torna a divulgação de apostas altamente persuasiva, permeando o cotidiano dos seguidores e

integrando-se a conteúdos que habitualmente não são percebidos como publicidade explícita. Esta realidade traz riscos elevados, sobretudo para públicos jovens e vulneráveis, que tendem a aceitar o jogo como um entretenimento trivial, muitas vezes subestimando os danos financeiros e psicológicos associados, como o vício e a perda econômica (BOLAT, 2025; HING et al., 2023).

Estudos recentes demonstram que o setor de jogos e apostas liderou o crescimento em publicidade digital no Brasil em 2024, apresentando aumento de 192% nos investimentos (WEB:50). Essa intensificação da promoção digital coincide com uma adesão crescente às plataformas de apostas, onde mais de 22 milhões de brasileiros apostaram no último mês, conforme dados do Senado Federal (2024). As estratégias de marketing digital incluem a inserção dos jogos em específicos ao vivo, conteúdo de estilo de vida e jogos, tornando a propaganda sutil e naturalizada, o que enfraquece as barreiras críticas do consumidor (DEANS et al., 2022).

Os impactos sociais desta expansão publicitária são consideráveis. A exposição frequente e glamorosa aos jogos de azar promove uma cultura do “ganho fácil”, que altera valores e expectativas econômicas, sobretudo entre os jovens. Uma associação entre apostas e status social reforçado por influenciadores contribui para a perpetuação de comportamentos de risco, gerando um aumento significativo do transtorno do jogo, condição reconhecida pela Organização Mundial da Saúde como doença (OMS, 2018). Estudos mostram o impacto direto na economia doméstica, com registros de aumento nas dívidas e endividamento de grande parte dos apostadores, impulsionados pelas expectativas criadas nas redes sociais (UFF, 2025; SOUZA, 2024).

Do ponto de vista jurídico, a publicidade de apostas por influenciadores digitais exige regulamentação específica. Embora o Código de Defesa do Consumidor já disponha sobre práticas abusivas e enganosas, a evolução tecnológica e a multiplicação dos formatos de divulgação tornam uma fiscalização tradicional ineficaz, criando um campo propício para a exploração das vulnerabilidades dos consumidores (BRASIL, 1990; CHAVES, 2025). Essa lacuna normativa cria desafios para a responsabilização dos influenciadores, que frequentemente veiculam essas propagandas sem transparência suficiente, colocando em risco direitos fundamentais do consumidor e da sociedade.

2.3 REGULAMENTAÇÃO E RESPONSABILIDADE CIVIL DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NA PROMOÇÃO DOS JOGOS DE AZAR

A crescente influência dos influenciadores digitais na promoção dos jogos de azar no Brasil tem impulsionado o desenvolvimento de um conjunto significativo de normativas, investigações e discussões acadêmicas para regulamentar essa atividade e responsabilizar os agentes envolvidos, frente ao potencial impacto social negativo dessa publicidade. O ambiente digital, por sua natureza dinâmica, traz desafios específicos para o direito, principalmente no que se refere à transparência na divulgação, proteção do consumidor, prevenção de vício e segurança jurídica (JRG, 2025).

Em 2025, a atenção do Legislativo foi repensada em relação à publicidade dos jogos de azar por influenciadores digitais. O Projeto de Lei nº 3.915/2023, aprovado pelo Senado Federal, é um marco importante, pois proíbe expressamente que influenciadores, artistas e atletas façam propagandas de apostas digitais, popularmente conhecidas como "apostas". Embora o projeto não elimine por completo a propaganda dessas plataformas, ele impõe restrições rigorosas, incluindo mecanismos para evitar a exposição de públicos vulneráveis, especialmente menores de idade.

Junto a este, destaca-se o Projeto de Lei Ordinária nº 983/2024 na Assembleia Legislativa de Alagoas, que proíbe qualquer divulgação, por influenciadores digitais, de plataformas de apostas eletrônicas não regulamentadas, estabelecendo multas de até R\$ 10 mil por infração, suspensão temporária da atividade e cassação do direito de atuar como influenciador digital no estado.

Esse movimento legislativo é resposta à gravidade dos riscos sociais identificados, incluindo a propagação de práticas que induzem a impostos, prejuízos financeiros e outras consequências danosas para o consumidor e para a sociedade (SENADO FEDERAL, 2024). A CPI das Apostas, realizada no Senado, consolidou evidências sobre o papel central dos influenciadores na promoção dessas apostas e na ampliação da base de jogadores, o que exige um endurecimento das regras e aumentar a fiscalização sobre essa atividade.

Na esfera jurídica, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) é o principal instrumento para fundamentar a responsabilização civil dos influenciadores

digitais. Conforme artigo 3º, considera-se fornecedor todo aquele que fornece produto ou serviço, incluindo os influenciadores digitais na cadeia de promoção e divulgação. Assim, esses agentes respondem objetivamente por danos causados ao consumidor por publicidade enganosa ou abusiva, independentemente da demonstração de culpa (BRASIL, 1990; CHAVES, 2025).

De acordo com Silva, Faria e Santos (2024), a conduta de influenciadores que promovem jogos de azar sem alertar os riscos do vício e das perdas financeiras configura negligência grave, podendo ensejar reparos de danos tanto na esfera civil quanto na penal. Publicidade que induz o público ao erro, omite informações essenciais sobre os riscos ou esconda a ilegalidade da atividade também está vedada por normas de direito do consumidor e direito penal (MARÇAL, 2023).

Além do influenciador, as plataformas digitais que hospedam esses conteúdos devem assumir responsabilidade solidária, adotando políticas internacionais robustas para detectar e bloquear publicidade irregular. Essa coparticipação na responsabilidade e fiscalização é fundamental para promover a segurança dos ambientes digitais e proteger os direitos dos consumidores.

A doutrina destaca a necessidade de transparência e ética nas campanhas publicitárias envolvendo os jogos de azar, recomendando o uso de mensagens claras sobre os riscos, limitações e suporte ao jogo responsável (MARTINS, 2022; PEREIRA et al., 2023). O avanço da oposição tem reconhecido a responsabilidade objetiva dos influenciadores digitais, reforçando a necessidade de que a legislação acompanhe as inovações tecnológicas e os novos formatos de publicidade digital (SILVA et al., 2024).

Há, ainda, consenso acadêmico sobre a importância de normatizações específicas que protegem públicos vulneráveis, especialmente adolescentes, combinando restrições à publicidade, educação preventiva e mecanismos de reposição efetivos para os danos ocasionados (JRG, 2025; MANN DIAS, 2024). Essas medidas adotadas para preservar a dignidade do consumidor e o equilíbrio do mercado jurídico e social.

A regulamentação e a responsabilização civil dos influenciadores digitais na publicidade dos jogos de azar no Brasil são temas emergentes e de alta complexidade, que habilitam respostas integradas das esferas legislativas, administrativas e judiciais. O aperfeiçoamento do marco regulatório deve contemplar desde a proibição ou restrição da

publicidade jurídica contida até a imposição de responsabilidades claras e efetivas para os influenciadores e plataformas, garantindo maior proteção à sociedade e fortalecimento da segurança.

3 ASPECTOS PENAIS E ADMINISTRATIVOS RELACIONADOS À CONDUTA DO INFLUENCIADOR

A divulgação de jogos de azar por influenciadores digitais também envolve implicações de ordem penal e administrativa, principalmente quando se trata da promoção de práticas consideradas ilícitas ou sem regulamentação adequada. Esse cenário exige atenção quanto às possíveis sanções previstas no ordenamento jurídico, especialmente no Decreto-Lei nº 3.688/1941 e nas normas de publicidade e comunicação comercial. Além disso, destaca-se o papel dos órgãos fiscalizadores e de autorregulação, como o CONAR e o CENP, que atuam para coibir campanhas abusivas e proteger o consumidor diante das novas formas de publicidade digital.

3.1 CRIMES E CONTRAVENÇÕES ENVOLVENDO JOGOS DE AZAR (DECRETO -LEI Nº 3.688 /1941)

O artigo 50 do Decreto-Lei nº 3.688/1941 constitui o principal dispositivo legal para fortalecer a exploração dos jogos de azar no Brasil. Ele tipifica como contravenção penal a conduta de estabelecer ou explorar jogos de azar em locais públicos ou acessíveis ao público, independentemente do pagamento de entrada. A pena prevista é de prisão simples de três meses a um ano, cumulada ou não com multa, além da perda dos móveis e objetos usados na infração (BRASIL, 1941).

A norma busca proteger a ordem pública, a moralidade e a segurança econômica da coletividade, tendo por base o entendimento de que os jogos de azar podem causar dependência, ruína financeira e prejuízos sociais graves (SOUZA, 2023). A abrangência legal do dispositivo é ampla, incluindo formas tradicionais e digitais de jogos, sejam presenciais ou virtuais, o que é confirmado pelos §§ 3º e 4º do artigo 50, que definem como jogos de azar aqueles em que o ganho ou a perda depende exclusivamente ou principalmente da sorte, e equiparam para fins penais locais privados como casas

particulares, hotéis e associações, quando usados para a prática desses jogos (BRASIL, 1941).

O § 1º do artigo sanciona com aumento de um terço da pena a participação de menores de 18 anos, demonstrando preocupação estatal com a proteção das faixas vulneráveis (OLIVEIRA, 2024). O § 2º estabelece deliberações para quem participa do jogo, mesmo que por meios digitais, como a internet, impondo multa significativa que possa alcançar R\$ 200 mil (BRASIL, 2015). Essa previsão reflete a tentativa legislativa contemporânea de responder aos avanços tecnológicos e ao crescimento exponencial das apostas online.

A recente investigação do Supremo Tribunal Federal (STF) reafirma a constitucionalidade do artigo 50, ressaltando a sua função protetiva da ordem pública e social diante dos jogos de azar (STF, Tema 924). Nas decisões de 2024, confirma-se a legitimidade da prisão preventiva para agentes envolvidos em organizações que exploram jogos de azar, com base no interesse da proteção social e repressão eficaz (STF, HC 241559 AgR).

Doutrinadores como Marçal (2023) e Carrion (2024) aprofundam o entendimento apontando que o dispositivo legal transcende a simples proibição do jogo, mas focaliza a exploração econômica e a promoção ativa, o que envolve diretamente os influenciadores digitais que promovem tais atividades, especialmente os atos que incentivam, omitem riscos ou fomentam a adesão à ilegalidade. Essa leitura é fundamental para o debate jurídico atual, que permite a necessidade de atualização normativa e interpretação ampla para abarcar as novas modalidades digitais e meios de divulgação.

Além disso, a aplicação do Decreto-Lei não se restringe ao território físico tradicional, pois a Lei nº 13.155/2015 ampliou o alcance para o ambiente digital, tornando possível a aplicação de multas e audiências a participantes e promotores em meios virtuais, com a finalidade de inibir o crescimento do jogo ilegal online, que movimenta bilhões, frequentemente com pouca transparência e elevada exposição de fraude e lavagem de dinheiro (PEREIRA et al., 2023; OLIVEIRA, 2024).

Por fim, especialistas alertam para lacunas na legislação que precisam ser corrigidas para melhor combater a manifestação da exploração de jogos de azar digitais, sobretudo diante da atuação de influenciadores que promovem apostas em plataformas

transnacionais, o que exige esforços coordenados entre Direito Penal, Direito Digital, regulamentação administrativa e cooperação internacional (MARTINS, 2022; SANTOS PEREIRA, 2023).

3.2 POSSIBILIDADE DE RESPONSABILIZAÇÃO PENAL DO INFLUENCIADOR

A responsabilização penal dos influenciadores digitais que promovem jogos de azar no Brasil é um tema em crescente debate jurídico, fundamentado na legislação vigente e em entendimentos doutrinários recentes. Conforme o Decreto-Lei nº 3.688/1941, a exploração e promoção dos jogos de azar configuram contravenção penal (art. 50), sujeitando os agentes envolvidos a penas restritivas de liberdade e multas (BRASIL, 1941). Influenciadores que divulgam essas práticas, mesmo que de forma indireta ou virtual, podem ser enquadrados como coautores ou participantes da contravenção, principalmente quando sua divulgação induz o público ao consumo.

Além da tipificação da contravenção penal, a atuação desses influenciadores pode configurar crimes conexos previstos no Código Penal e legislação específica. Um exemplo é o crime de estelionato (art. 171 do CP), abrangendo situações em que o influenciador, por meio de publicidade enganosa, induz seguidores a erro para obter vantagem ilícita, como ocorre com contas de demonstração (play money) ou promessas falsas de ganhos garantidos, prática frequente em campanhas publicitárias de jogos de azar ilegais (VIEIRA, 2025).

A Lei nº 12.850/2013, que define organização criminosa, pode ser aplicada quando há estrutura organizada para exploração dos jogos de azar, com influenciadores integrando redes de divulgação e monetização ilegais, como ocorre com plataformas estrangeiras que operam à margem da lei (SILVA, FARIA e SANTOS, 2024). Adicionalmente, os crimes contra a economia popular (Lei nº 1.521/1951) e os crimes contra a ordem tributária podem ser considerados em investigações de fraude e evasão fiscal vinculadas à promoção de jogos ilegais (CARRION, 2024).

No campo do direito do consumidor, a Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) prevê a responsabilização objetiva do fornecedor e seus promotores por danos causados por publicidade enganosa e abusiva (art. 37). Influenciadores que

promovem jogos de azar sem avisar especificamente sobre os riscos, os relatórios e a ilegalidade da exploração podem responder civil e penalmente, independentemente da demonstração de culpa, pela teoria do risco do negócio (BRASIL, 1990; PEREIRA et al., 2023).

Estudos recentes e decisões de órgãos judiciais reforçam que a alegação de que “ninguém é obrigado a jogar” não exime o influenciador de responsabilidade penal e civil, pois sua atividade tem caráter promocional e incentivador, podendo induzir ao erro e causar prejuízos prejudicados a um público muitas vezes vulnerável CARRION, 2024).

No âmbito do controle judicial, a CPI das Apostas (Senado Federal, 2024) indicou influenciadores pela prática de crimes como estelionato, organização criminosa e indução à economia ilegal, o que demonstra a importância da responsabilização penal para coibir a expansão dessas atividades no Brasil.

Portanto, a responsabilização penal dos influenciadores digitais envolve múltiplas enquadramentos legais que vão da contravenção penal dos jogos de azar, passando por crimes conexos de fraude e organização criminosa, até a responsabilização objetiva por danos ao consumidor. A fiscalização e investigação devem considerar o papel decisivo do influenciador como promotor e incentivador da atividade ilícita, impondo limites legais específicos para essa atuação.

3.3 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS E RESPONSABILIDADE PERANTE O CONAR E O CENP

A atuação dos influenciadores digitais na promoção de jogos de azar ilegais no Brasil tem sido alvo crescente de regulação administrativa, que opera em paralelo ao direito penal para coibir práticas abusivas e preservar a proteção do consumidor e do público vulnerável. Dois órgãos destacados nesse cenário são o Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária (CONAR) e o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), responsáveis por fiscalizar e arbitrar as práticas publicitárias no país.

O CONAR atua estabelecendo normas que regulam a transparência e a ética na propaganda feita por influenciadores e outras mídias, proibindo publicidades enganosas, abusivas ou que ocultem informações essenciais, como os riscos envolvidos nos jogos de azar. Os influenciadores devem informar de maneira clara e ostensiva sobre os

potenciais riscos de vício e perdas financeiras, respeitando ainda as restrições legais que impedem a publicidade dirigida a menores de 18 anos (ALMEIDA, 2021; MARTINS, 2022).

Em casos de descumprimento, o CONAR possui competência para aplicar orientações administrativas que variam desde advertências e multas até a recomendação de suspensão ou exclusão de campanhas publicitárias, podendo influenciar a influência do influenciador no mercado e restringir seu acesso a parcerias comerciais (PEREIRA et al., 2023). Essa atuação visa garantir a autorregulação do setor publicitário, complementando a legislação vigente, como o Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), que também impede práticas abusivas e enganosas.

Já o CENP, órgão responsável por normatizar as relações comerciais entre agências de publicidade e veículos de comunicação, estabelece padrões que obrigam os anunciantes a garantir a veracidade e a legitimidade das campanhas veiculadas, incluindo as realizadas via plataformas digitais e redes sociais. A participação em campanhas relacionadas a jogos de azar ilegais pode acarretar avaliações contratuais, suspensão de contratos e até responsabilização por danos causados aos consumidores (MARTINS, 2022; OLIVEIRA, 2024).

Além das avaliações específicas desses conselhos, algumas unidades da federação já obtiveram avanços legislativos para aplicar avaliações administrativas diretamente a influenciadores que divulguem jogos de azar ilegais. Exemplo disso é a Lei nº 12.099/2023 do Maranhão, que proíbe a divulgação dessas práticas e aplica multas que variam de R\$ 10 mil a R\$ 1 milhão, além da possibilidade de suspensão temporária e cassação do direito de atuar como influenciador digital no estado (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO MARANHÃO, 2023; WEB:21).

Essa legislação estadual reflete o reconhecimento da necessidade de mecanismos administrativos robustos para além da repressão penal, sobretudo diante da dificuldade de controle das propagandas digitais e da atuação das plataformas estrangeiras. A multa imposta é calculada conforme o alcance do conteúdo divulgado, ou que representa um mecanismo eficaz para impedir a promoção irregular por influenciadores com grande público (G1 MARANHÃO, 2023).

Integrado a isso, a legislação brasileira, nos artigos do Código Penal e do Decreto-Lei nº 3.688/1941, estende a possibilidade de responsabilização administrativa e civil aos participantes da promoção de jogos ilegais, incluindo quem apenas participa da divulgação, conforme previsto no § 3º do artigo 50 da Lei das Contravenções Penais (BRASIL, 1941).

Outro aspecto relevante é a atuação do Ministério Público junto aos órgãos reguladores para fiscalizar campanhas publicitárias e propor ações contra os responsáveis por publicidade ilegal ou abusiva, o que reforça a dimensão administrativa da responsabilidade dos influenciadores digitais (ALMEIDA, 2021).

Portanto, a responsabilização administrativa dos influenciadores engloba diversas avaliações que vão desde advertências até diversas multas e restrição das atividades digitais, devendo estar acompanhadas de esforços fiscais e educativos para garantir a transparência e a proteção efetiva ao consumidor. Essa atuação administrativa se consolida como peça fundamental para conter os danos sociais e econômicos causados pela publicidade de jogos de azar por meio das redes sociais.

3.4 COOPERAÇÃO INTERNACIONAL E REGULAMENTAÇÃO DE APOSTAS TRANSNACIONAIS

A expansão global das plataformas digitais de jogos de azar impõe um complexo desafio regulatório para os estados nacionais, incluindo o Brasil, dado o caráter transnacional e muitas vezes extracontinental dessas operações. As aparências das apostas online ampliam a atuação de influenciadores digitais que promovem esse mercado, seja para plataformas nacionais regulamentadas ou para aquelas sediadas em jurisdições estrangeiras, normalmente em países com legislação mais permissiva ou lacunas legais, abanadas frequentemente à margem da lei brasileira (PEREIRA et al., 2023; OLIVEIRA, 2024).

Nesse contexto, a cooperação internacional surge como instrumento essencial para o controle e fiscalização efetiva do jogo digital. A troca ativa de informações entre países, o estabelecimento de padrões regulatórios comuns e a harmonização das legislações são práticas recomendadas por organismos reguladores internacionais, como

a Associação Internacional de Reguladores de Jogos (IAGR) e a Associação Europeia de Jogos e Apostas (EGBA) (REIS, 2018; SANTOS PEREIRA, 2023).

Países como o Reino Unido e Portugal já dispõem de regimes regulatórios maduros e inovadores, com agências independentes responsáveis pela supervisão contínua dos mercados de apostas, impondo requisitos rígidos de transparência, prevenção de contratos e controle de publicidade, incluindo restrições específicas à atuação de influenciadores digitais (BRITO, 2024). O Brasil, por meio da Lei nº 13.756/2018 e da Lei nº 14.790/2024, apresentou avanços significativos nas apostas esportivas atuais, criando um ambiente jurídico seguro e fiscalizado, porém ainda carece de mecanismos para abranger o vasto mercado transnacional que influencia diretamente os consumidores brasileiros (OLIVEIRA, 2024).

Há também iniciativas no âmbito internacional para combater práticas ilícitas, como lavagem de dinheiro e fraude, associadas à promoção e operação ilegal de jogos, por meio de acordos multilaterais e cooperação técnica entre agências reguladoras, policiais e judiciais (SANTOS PEREIRA, 2023). Essa integração é vital para a responsabilização de influenciadores digitais que, em muitos casos, promovem plataformas ilegais hospedadas em território estrangeiro, dificultando a atuação das autoridades nacionais.

A regulação da publicidade digital transnacional exige ainda o desenvolvimento de normas que garantam a proteção do consumidor brasileiro, especialmente do público vulnerável, impondo limites à exposição e exigindo o fornecimento adequado de informações sobre os riscos envolvidos (MARTINS, 2022). A adaptação do ordenamento jurídico às novas tecnologias e dinâmicas do mercado digital, acompanhada pela fiscalização colaborativa internacional, é um desafio crítico para a plena efetividade da responsabilização civil e penal dos agentes envolvidos.

Em síntese, a cooperação internacional e o aprimoramento normativo são pilares para garantir um ambiente regulatório eficaz, seguro e responsável, no qual os influenciadores digitais possam ser responsabilizados por sua conduta, e os consumidores estejam protegidos dos riscos dos jogos de azar promovidos em escala global.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da responsabilidade civil dos influenciadores digitais na promoção de jogos de azar no Brasil revela uma realidade jurídica complexa, marcada pela tensão entre inovação tecnológica, liberdade de expressão e a proteção do consumidor, especialmente de grupos vulneráveis. Diante do crescimento exponencial das apostas online e do papel central dos influenciadores como agentes de publicidade, torna-se imperativo reconhecer que sua atuação não é isenta de consequências legais, sociais e éticas.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) constitui o alicerce jurídico para a responsabilização objetiva desses agentes, ao enquadrá-los como fornecedores na cadeia de divulgação de serviços. A publicidade enganosa ou abusiva, que omite os riscos de vício, perda financeira e ilegalidade das plataformas promovidas, configura violação direta ao artigo 37 do CDC, gerando dever de indenizar por danos materiais e morais. A teoria da cegueira deliberada reforça esse entendimento, pois os influenciadores, mesmo que aleguem desconhecimento, não podem ignorar os impactos sociais de suas ações, especialmente quando há lucro direto envolvido.

O cenário regulatório brasileiro, ainda em construção, demonstra avanços significativos com a aprovação do Projeto de Lei nº 3.915/2023 e a atuação da CPI das Apostas, que evidenciaram a necessidade de um marco legal mais rigoroso. No entanto, a eficácia dessas normas depende de uma fiscalização ativa e de uma cooperação internacional efetiva, dada a natureza transnacional das plataformas de apostas ilegais. A responsabilização não pode recair apenas sobre os influenciadores, mas também sobre as plataformas digitais que hospedam esse conteúdo e os órgãos de autorregulação, como o CONAR, que devem atuar com mais rigor.

Em síntese, a sustentabilidade do mercado de apostas online no Brasil está intrinsecamente ligada à ética, à transparência e à responsabilidade. É urgente a construção de um ambiente digital seguro, que equilibre a inovação com a proteção dos direitos fundamentais, por meio de políticas públicas que integrem educação financeira, prevenção ao vício e mecanismos de controle eficazes. Somente assim será possível garantir um setor juridicamente seguro e socialmente responsável.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, RR. Regulação dos jogos de azar: desafios e perspectivas. **Revista Direito e Sociedade**, 2021.
- BOLAT, Elizabeth. Marketing de apostas e influência digital: impactos sociais. **Revista de Comunicação e Mercado**, v. 2, pág. 80-95, 2025.
- BRASIL. Decreto-Lei n.3.688, de 3 de outubro de 1941. Define como contravenções penais.
- BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. **Diário Oficial da União**, Brasília, 1990.
- BRASIL. Lei nº 13.756, de 12 de dezembro de 2018. Dispõe sobre o Fundo Nacional de Segurança Pública e autoriza a modalidade lotérica de apostas de quota fixa. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 13 dez. 2018.
- BRAZIL. Decreto n. 847, de 11 de outubro de 1890. **Código Penal dos Estados Unidos do Brazil**. Disponível em: Acesso em: 28 de abril de 2010.
- CHAVES, Helena. Responsabilidade civil dos influenciadores digitais na promoção de jogos de azar: desafios contemporâneos. **Revista Jurídica**, v. 2, pág. 223-245, 2025.
- DEANS, Elizabeth *et al.* Influenciadores de mídia social e promoção de jogos de azar: uma revisão sistemática. **Journal of Gambling Studies**, v. 38, n. 1, p. 107-129, 2022.
- HING, Nerilee *et al.* Influenciadores de mídia social e jogos de azar entre jovens: uma perspectiva crítica. **Addiction Research & Theory**, v. 31, n. 3, p. 186-195, 2023.
- IAB Brasil. Manual para publicidade de apostas e jogos online, 2025.
- IBJR. **Manifesto IBJR**: normas e práticas responsáveis nas apostas. Instituto Brasileiro do Jogo Responsável, 2025.
- JESUS, Damásio E. de. **Lei das contravenções penais anotadas**. 12^a ed. Ver. E atual. São Paulo: Saraiva, 2010.
- JRG. Responsabilidade civil dos influenciadores digitais na promoção de jogos de azar: análise jurídica e implicações no cenário brasileiro. **Revista JRG de Estudos Acadêmicos**, v. 18, 2025.
- MARÇAL, Carlos Henrique Pereira. **A responsabilidade civil dos influenciadores digitais que promovem jogos de azar**. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2023.

MARTINS, Ana. A influência digital e os jogos de azar: regulação e ética. **Revista Brasileira de Direito Digital**, v. 2, pág. 150-172, 2022.

OLIVEIRA, SJ Os desafios regulatórios dos jogos de azar online no Brasil. **Revista de Direito Digital**, 2024.

OMS - Organização Mundial da Saúde. **Transtorno de jogo**. CID-11, 2018.

PEREIRA, MC *et al.* Regulamento comparado dos jogos de azar no mundo: lições para o Brasil. **Revista de Estudos Internacionais**, v. 4, pág. 205-230, 2023.

PONTES DE MIRANDA, C. **Comentários à legislação brasileira**. 3.ed. São Paulo: RT, 2018.

REIS, V. Regulamentação internacional dos jogos de azar e cooperação jurídica. Estudos Regulatório, 2018.

CHAVES, Helena. Responsabilidade civil dos influenciadores digitais na promoção de jogos de azar: desafios contemporâneos. *Revista Jurídica*, v. 2, p. 223-245, 2025.

SENADO FEDERAL. **CPI das Apostas evidencia riscos de promoção das apostas nas redes sociais**. Brasília, 2024.

SILVA, Lucas Gonçalves da; FARIA, Lucas Ribeiro de; SANTOS, Cleriston Adonai dos. A responsabilidade penal de influenciadores digitais na divulgação de plataformas digitais de jogos de azar. **Revista Ratio Iuris**, 2024.

SOARES, Oscar de Macedo. **Código Penal da República dos Estados Unidos do Brasil**. Ed. fac. simile 1910. Brasília: Senado Federal: Superior Tribunal de Justiça, 2004

SOARES, Carolina de Bois. **A responsabilidade civil dos influenciadores digitais no marketing de apostas esportivas**. Dissertação (Mestrado) – Fundação Escola Superior do Ministério Público do Rio de Janeiro, 2025.

SOUZA, Alysso. **Análise da responsabilidade civil dos influenciadores digitais na publicidade de jogos de azar on-line**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2024.

SOUZA, L. **Conceitos e definições dos jogos de azar no direito brasileiro**. Monografia, Universidade Federal do Pará, 2023.

UFF. **Os brasileiros sentem o impacto social e econômico do vício nas apostas on-line**. Universidade Federal Fluminense, 2025.

VILLAR, José Luiz M. **Contravenção e a cultura da ascensão social: uma aplicação do método histórico ao estudo das ilicitudes econômicas**. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2008. p. 28

WATTERSON, Craig. Exposição de jovens ao marketing de jogos de azar: uma revisão de evidências recentes. **International Journal of Mental Health and Addiction**, v. 18, n. 5, p. 1245-1260, 2020.