



Centro Universitário de Brasília - UniCEUB
Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS
Curso de Bacharelado em Direito / Curso de Bacharelado em Relações Internacionais

Casas de Apostas e os Direitos do Consumidor: Análise Jurídica da Regulamentação e da Publicidade no Mercado Brasileiro

BRASÍLIA-DF
2025
ANDRÉ FERNANDO BORGES DE OLIVEIRA MATTOS DE SOUZA

Casas de Apostas e os Direitos do Consumidor: Análise Jurídica da Regulamentação e da Publicidade no Mercado Brasileiro

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito/Bacharel em Relações Internacionais pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador(a): Leonardo Roscoe Bessa

BRASÍLIA-DF

2025

ANDRÉ FERNANDO BORGES DE OLIVEIRA MATTOS DE SOUZA

Casas de Apostas e os Direitos do Consumidor: Análise Jurídica da Regulamentação e da Publicidade no Mercado Brasileiro

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito/Bacharel em Relações Internacionais pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador(a): Leonardo Roscoe Bessa

CIDADE, DIA MÊS ANO

BANCA AVALIADORA

Professor(a) Orientador(a)

Professor(a) Avaliador(a)

Título do artigo (obrigatório):
Autor (obrigatório):

Resumo (obrigatório): O presente artigo tem como objetivo analisar a atuação das casas de apostas à luz do Código de Defesa do Consumidor, especialmente quanto à sua regulamentação, à publicidade direcionada ao público brasileiro e à proteção dos direitos do consumidor. Parte-se da distinção entre casas de apostas e jogos de azar, destacando os aspectos legais que cercam a atividade das plataformas denominadas *bets*. A pesquisa adota o método hipotético-dedutivo, com base em legislação vigente, doutrina e jurisprudência pátria, com ênfase na responsabilidade civil decorrente da má prestação de serviços e da veiculação de publicidade enganosa. Também se examina a atuação dos influenciadores digitais como integrantes da cadeia de consumo, ainda que de forma secundária, ressaltando a necessidade de observância dos princípios da boa-fé e da transparência. Ao final, propõe-se uma reflexão crítica sobre a evolução do mercado regulado de apostas e os desafios para a efetivação dos direitos do consumidor nesse novo contexto.

Palavras-chave (obrigatório): Casas de apostas. Direito do consumidor. Publicidade enganosa. Regulamentação. Influenciadores digitais. Responsabilidade civil.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. A REGULAMENTAÇÃO DAS CASAS DE APOSTAS NO BRASIL: EVOLUÇÃO LEGISLATIVA E DISTINÇÃO DOS JOGOS DE AZAR	7
2.1. Evolução Legislativa das Apostas no Brasil	7
2.2. Distinção Técnica entre Jogos de Azar e Apostas Esportivas	10
3. A TUTELA JURÍDICA DO CONSUMIDOR NO ÂMBITO DAS APOSTAS <i>ON-LINE</i>	12
3.1. A Relação de Consumo no Mercado de Apostas <i>On-line</i> : Incidência Normativa e Princípios Basilares	13
3.2. Regime Contratual e Informacional: Proteção Contra Abusos e Dever de Transparência.....	16
3.3. Tutela Específica do Consumidor Apostador: Vulnerabilidade e Proteção de Dados	19
3.4. Responsabilidade Civil das Plataformas por Danos ao Consumidor	23
3.5. Obstáculos à Efetivação dos Direitos Consumeristas no Setor de Apostas	25
4. PUBLICIDADE, RESPONSABILIDADE CIVIL E O PAPEL DO INFLUENCIADOR DIGITAL 26	
5. ANÁLISE CRÍTICA DA LEGISLAÇÃO ATUAL E SUGESTÕES DE APRIMORAMENTO	31
5.1. Avanços e Limitações da Lei nº 14.790/2023	32
5.2. Regulação Internacional de Jogos <i>On-line</i> : Análise Comparativa	33
5.3. Rumo a uma Regulação Mais Efetiva: Sugestões para o Brasil a partir da Análise Comparativa Internacional.....	35
3. Conclusão	37

1. INTRODUÇÃO

A crescente influência digital e o uso estratégico das redes sociais transformaram os influenciadores digitais em agentes centrais na promoção de produtos e serviços, incluindo casas de apostas. Esse fenômeno, impulsionado pelo alcance significativo desses profissionais e pela popularização das plataformas digitais, tem gerado debates sobre os limites éticos e legais da publicidade, especialmente no que tange à proteção do consumidor.

No Brasil, a regulamentação das casas de apostas e a responsabilização de influenciadores digitais por publicidade enganosa ainda são temas recentes e em constante evolução no âmbito jurídico. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece diretrizes claras sobre a proteção dos direitos do consumidor, mas sua aplicação aos novos formatos de publicidade digital, especialmente em casos que envolvem produtos de alto risco financeiro, como as apostas, enfrenta desafios e lacunas interpretativas.

A Lei nº 14.790/2023, que regulamenta as apostas esportivas no Brasil, representa um marco importante na evolução legislativa do setor. Contudo, a implementação efetiva dessa regulamentação ainda enfrenta desafios significativos, especialmente no que diz respeito à fiscalização e ao controle das atividades das plataformas de apostas *on-line*. Nesse contexto, a proteção do consumidor emerge como uma preocupação central, considerando a vulnerabilidade dos apostadores frente às práticas comerciais agressivas e, por vezes, enganosas.

Este estudo propõe uma análise jurídica da atuação das casas de apostas no mercado brasileiro, com foco na proteção dos direitos do consumidor e nos limites legais da publicidade. A pesquisa examina a responsabilidade civil dos influenciadores digitais na divulgação de casas de apostas, com ênfase nas implicações legais, sociais e éticas desse tipo de publicidade. Utiliza como base decisões judiciais recentes dos Tribunais de Justiça pátrios, identificando precedentes e padrões que orientam a jurisprudência brasileira.

Ademais, busca-se compreender como o CDC e as normas de autorregulação publicitária, como as do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), podem ser aplicadas para coibir práticas abusivas e garantir maior transparência na relação entre influenciadores, empresas de apostas e consumidores. O trabalho também se propõe a diferenciar tecnicamente os jogos de azar das apostas esportivas, destacando as particularidades de cada modalidade e suas implicações jurídicas distintas.

Ao final, o estudo espera contribuir para o debate jurídico sobre a responsabilidade social dos influenciadores e os limites da publicidade digital em um cenário de expansão das apostas *on-line* no Brasil, oferecendo uma análise crítica da legislação atual e sugestões de

aprimoramento para uma proteção mais efetiva dos direitos do consumidor nesse mercado em rápida transformação.

2. A REGULAMENTAÇÃO DAS CASAS DE APOSTAS NO BRASIL: EVOLUÇÃO LEGISLATIVA E DISTINÇÃO DOS JOGOS DE AZAR

2.1. EVOLUÇÃO LEGISLATIVA DAS APOSTAS NO BRASIL

A trajetória legislativa das apostas no Brasil é marcada por períodos de proibição e regulamentação parcial. Historicamente, o Decreto-Lei nº 9.215/46¹ proibiu os jogos de azar em território nacional, alterando o art. 50 do Decreto-Lei nº 3.688/41², conhecido como Lei das Contravenções Penais, definindo-os como aqueles em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte:

Art. 50. Estabelecer ou explorar jogo de azar em lugar público ou acessível ao público, mediante o pagamento de entrada ou sem ele:

Pena – prisão simples, de três meses a um ano, e multa, de dois a quinze contos de réis, estendendo-se os efeitos da condenação à perda dos moveis e objetos de decoração do local.

(...)

§ 3º Consideram-se, jogos de azar:

- a) o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte;
- b) as apostas sobre corrida de cavalos fora de hipódromo ou de local onde sejam autorizadas;
- c) as apostas sobre qualquer outra competição esportiva.

(...)

Essa legislação, que permanece vigente, criou um cenário de ilegalidade para diversas modalidades de jogos, com exceção daquelas expressamente autorizadas por lei. Na década de 1990, o Brasil passou por uma série de mudanças políticas e econômicas que influenciaram a regulamentação dos jogos. Com a abertura do mercado e a busca por novas fontes de receita, a legalização dos jogos de azar, incluindo o bingo, foi considerada como uma alternativa viável para impulsionar a economia e gerar empregos. Em 1993, a Lei nº 8.672, conhecida como "Lei

¹ BRASIL. Decreto-Lei nº 9.215, de 30 de abril de 1946. Proíbe a realização de jogos de azar em todo o território nacional. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del9215.htm. Acesso em: 20 abr. 2025.

² BRASIL. Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941. Lei das Contravenções Penais. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del3688.htm. Acesso em: 20 abr. 2025.

do Bingo", foi sancionada, estabelecendo um quadro regulatório que permitia a operação de bingos em todo o país, desde que atendidos determinados critérios.³

Contudo, em 2004, o governo brasileiro tomou a decisão de proibir novamente os bingos, justificando que esses estabelecimentos estavam associados a atividades ilícitas, como a lavagem de dinheiro⁴. A Lei nº 9.613 foi promulgada, resultando no fechamento de diversas casas de bingo⁵. Essa proibição levou os jogos de azar de volta à clandestinidade, sem controle estatal, o que gerou preocupações sobre o aumento de atividades ilegais e a vulnerabilidade dos jogadores.

Um marco significativo na regulamentação das apostas ocorreu em 2018, com a Lei nº 13.756⁶, que autorizou a exploração de apostas de quota fixa, conhecidas popularmente como "bets". Essa legislação representou uma mudança de paradigma na abordagem do Estado brasileiro em relação às apostas, reconhecendo a necessidade de regulamentar uma atividade que já ocorria de forma expressiva, ainda que sem controle adequado.

Mais recentemente, a Lei nº 14.790/2023⁷, sancionada pelo governo federal, estabeleceu um marco regulatório mais abrangente para as apostas esportivas no Brasil. Essa legislação determina que, a partir de janeiro de 2025, as plataformas de apostas devem estar hospedadas em servidores localizados no Brasil⁸, permitindo maior controle das autoridades sobre o fluxo financeiro gerado pelas apostas *on-line* e coibindo práticas abusivas.

A decisão de proibir o acesso a *sites* de apostas que não estejam devidamente licenciados no Brasil representa um marco importante no processo de regulamentação dessa atividade no país. A maioria das grandes plataformas que exploravam o mercado brasileiro operava a partir

³ BRASIL. Lei nº 8.672, de 6 de julho de 1993. Institui normas gerais para o desporto. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18672.htm. Acesso em: 20 abr. 2025.

⁴ BRASIL. Senado Federal. Comissão Parlamentar de Inquérito dos Bingos. *Relatório final da Comissão Parlamentar de Inquérito dos Bingos*. Brasília, DF, 2006. Disponível em: <https://www.senado.gov.br/comissoes/CPI/Bingos/ResumoCPIBingos.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2025.

⁵ BRASIL. Lei nº 9.613, de 3 de março de 1998. Dispõe sobre os crimes de "lavagem" ou ocultação de bens, direitos e valores; a prevenção da utilização do sistema financeiro para os ilícitos previstos nesta Lei; cria o Conselho de Controle de Atividades Financeiras – COAF. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19613.htm. Acesso em: 20 abr. 2025.

⁶ BRASIL. Lei nº 13.756, de 12 de dezembro de 2018. Dispõe sobre o fundo nacional de segurança pública, o fundo penitenciário nacional e a destinação do produto da arrecadação das loterias. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113756.htm. Acesso em: 20 abr. 2025.

⁷ BRASIL. Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023. Dispõe sobre a tributação das apostas de quota fixa. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/114790.htm. Acesso em: 20 abr. 2025.

⁸ Art. 7 da Lei 14.790/23. Somente serão elegíveis à autorização para exploração de apostas de quota fixa as pessoas jurídicas constituídas segundo a legislação brasileira, com sede e administração no território nacional, que atenderem às exigências constantes da regulamentação editada pelo Ministério da Fazenda.

de paraísos fiscais, como Curaçao, no Caribe, e Malta, na Europa⁹. Em ambos os territórios, o licenciamento para casas de apostas é legalmente previsto, e os custos operacionais e tributações são consideravelmente inferiores aos praticados em outras jurisdições, o que favoreceu a proliferação dessas empresas no ambiente internacional.

Contudo, a ausência de um marco normativo eficaz no Brasil permitia que tais plataformas operassem livremente no território nacional, sem qualquer controle estatal, recolhimento de tributos ou proteção efetiva ao consumidor. Diante dessa lacuna, o governo federal decidiu intervir, estabelecendo exigências para que as casas de apostas obtenham licença de funcionamento junto ao Ministério da Fazenda. Dentre essas condições, destaca-se a obrigatoriedade do uso do domínio eletrônico “**.bet.br**”, sinalizando o vínculo formal com a regulamentação brasileira.

O Poder Judiciário tem acompanhado esse movimento regulatório. Exemplo disso é a decisão proferida nos autos da Ação Civil Pública nº 1064934-04.2024.8.26.0100¹⁰, pela 35ª Vara Cível da Comarca de São Paulo, que concedeu tutela de urgência para bloquear o acesso a 15 *sites* de apostas. A medida foi motivada pela constatação de que tais plataformas realizavam intermediação financeira sem autorização legal, transferindo valores de forma irregular aos seus operadores no exterior. A decisão determinou a expedição de ofício à Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), com o objetivo de assegurar o cumprimento da ordem pelas provedoras de internet.

Na fundamentação da decisão, o magistrado ressaltou os graves prejuízos sociais e econômicos associados à exploração desregulada de jogos, especialmente nas modalidades análogas ao “caça-níquel”, que podem acarretar perdas patrimoniais significativas aos jogadores. Destacou, ainda, que os elementos constantes nos autos evidenciavam a verossimilhança das alegações e o risco iminente de lesão à coletividade, legitimando a concessão da tutela de urgência.

Dessa forma, a nova regulamentação não apenas cria uma estrutura legal para o funcionamento das apostas no Brasil, como também impõe rigorosos critérios para a concessão de licenças, exigindo das operadoras capacidade técnica, financeira e reputação ilibada. Além disso, estabelece mecanismos de proteção ao consumidor, como a exigência de informações

⁹ BRAZ, B.; SIQUEIRA, I. *Sites de apostas dominam futebol do Brasil e operam de Curaçao e Malta*. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2023/03/29/sites-de-apostas-dominam-futebol-do-brasil-e-operam-de-curacao-e-malta.htm>>. Acesso em: 8 maio. 2025.

¹⁰ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça. Justiça de São Paulo determina bloqueio de *sites* ligados a jogos de azar. *Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo*, São Paulo, 11 mar. 2024. Disponível em: <https://www.tjsp.jus.br/Noticias/Noticia?codigoNoticia=103476>. Acesso em: 20 abr. 2025.

claras sobre os riscos da atividade, limites de depósitos e ferramentas de autoexclusão para jogadores com comportamento compulsivo. Trata-se, portanto, de um avanço regulatório que visa equilibrar o crescimento do setor com a segurança jurídica e a proteção dos usuários.

Assim, é crucial compreender a interação entre a Lei das Contravenções Penais (Decreto-Lei nº 3.688/41), que historicamente proíbe a exploração de jogos de azar, e a superveniente Lei nº 14.790/2023. O art. 50 da Lei das Contravenções Penais continua vigente para a exploração de jogos de azar em estabelecimentos físicos. Contudo, a Lei nº 14.790/2023, sendo uma legislação posterior e específica, autoriza e regulamenta a exploração de apostas de quota fixa e, implicitamente, outras modalidades de jogos de azar na modalidade *on-line*, desde que atendidos todos os requisitos por ela estabelecidos e pela regulamentação do Ministério da Fazenda.

Nesse sentido, a exploração de um jogo *on-line* que dependa exclusiva ou principalmente da sorte, quando devidamente autorizada nos termos da Lei nº 14.790/2023, deixa de configurar a contravenção penal prevista no art. 50 do Decreto-Lei nº 3.688/41, pois a lei posterior e especial prevalece sobre a lei anterior geral no que tange à modalidade *on-line* especificamente autorizada. Persiste, portanto, a ilicitude da exploração de jogos de azar em ambiente físico e daqueles *on-line* que não possuam a devida autorização legal.

2.2. DISTINÇÃO TÉCNICA ENTRE JOGOS DE AZAR E APOSTAS ESPORTIVAS

Uma distinção técnica fundamental, e frequentemente negligenciada no debate público, reside nas diferenças substanciais entre jogos de azar tradicionais e apostas esportivas. Esta distinção é crucial não apenas do ponto de vista conceitual, mas também para a compreensão adequada do regime jurídico aplicável a cada modalidade, bem como das suas implicações sociais e econômicas.

Primeiramente, debruçemo-nos sobre os jogos de azar. Estes, como o popular jogo do "Tigrinho"¹¹ e outros jogos de cassino *on-line*, caracterizam-se pela predominância do fator aleatório na determinação dos resultados. Nesses jogos, o resultado é determinado exclusivo ou principalmente pela sorte, com pouca ou nenhuma influência da habilidade ou conhecimento do jogador¹². Do ponto de vista técnico, esses jogos operam com base em geradores de números

¹¹ O "jogo do Tigrinho" é um caça-níquel *on-line*, baseado em sorte, em que o jogador aciona um botão para girar símbolos animados (como tigres, frutas, moedas) em roletas virtuais.

¹² O art. 50, §3º, "a", do Decreto-Lei nº 3.688/41, dispõe que o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte é considerado jogo de azar. Assim, não é possível afirmar que o jogo do "Tigrinho",

aleatórios (RNGs)¹³ ou algoritmos similares que garantem a imprevisibilidade dos resultados. A matemática subjacente a estes jogos é projetada para garantir uma vantagem estatística para a “casa” (*house edge*)¹⁴, o que significa que, a longo prazo, o jogador inevitavelmente perderá dinheiro.

Em contraste com essa dinâmica, as apostas esportivas baseiam-se em eventos reais, como partidas de futebol, basquete ou outros esportes. Aqui, o resultado não é puramente aleatório, mas influenciado por diversos fatores analisáveis, como o desempenho histórico das equipes, condições físicas dos atletas, estatísticas de confrontos anteriores, táticas empregadas, entre outros. As casas de apostas esportivas utilizam modelos estatísticos complexos para estabelecer as *odds*¹⁵ (cotações) de cada resultado possível, refletindo a probabilidade estimada de ocorrência desses resultados e incluindo sua margem de lucro. É importante notar que a legislação atual (Lei nº 14.790/23) disciplina as apostas de quota fixa¹⁶, essencialmente focadas em eventos esportivos e jogos *on-line* no formato de quota fixa, mas não estende uma autorização geral para outros jogos de azar *on-line*.

Esta distinção técnica tem implicações jurídicas significativas. Enquanto os jogos de azar tradicionais explorados em estabelecimentos físicos permanecem proibidos pela Lei das Contravenções Penais, as apostas esportivas de quota fixa foram expressamente autorizadas pela Lei nº 13.756/2018¹⁷ e detalhadamente regulamentadas pela Lei nº 14.790/2023¹⁸. É fundamental notar que a Lei nº 14.790/23, ao estabelecer um marco regulatório para as apostas de quota fixa, que incluem tanto eventos esportivos quanto jogos *on-line*, abre a possibilidade

por exemplo, está devidamente regulamentado pela Lei nº 14.790/23 pois não informa exatamente qual é a taxa de retorno quando o apostador aposta, como preconiza o art. 2º da chamada “Lei das *bets* (14.790/23)”.

¹³ RNGs, ou *Random Number Generators* (Geradores de Números Aleatórios), são algoritmos utilizados para produzir sequências numéricas imprevisíveis, simulando a aleatoriedade. Nos jogos de azar — como caça-níqueis *on-line*, roletas virtuais e o jogo do “Tigrinho” — os RNGs determinam de forma automática e aleatória o resultado de cada rodada.

¹⁴ *House edge* é a vantagem matemática que o operador do jogo (a “casa”) possui sobre o jogador. Trata-se de um percentual incorporado nas regras e probabilidades do jogo que garante, a longo prazo, lucro para a casa e perdas para o jogador. Por exemplo, se a *house edge* de um jogo é 5%, isso significa que, em média, a cada R\$ 100 apostados, o jogador perde R\$ 5 para a casa.

¹⁵ “*Odds*” é um termo de origem norte-americana que significa “diferença” e passou a designar a cotação de probabilidade em apostas, indicando o possível retorno financeiro conforme o risco do evento. Quanto menor a chance, maior o retorno.

¹⁶ O Art. 2º, da LEI Nº 14.790/23 dispõe que: Para fins do disposto nesta Lei, considera-se: (...) II - quota fixa: fator de multiplicação do valor apostado que define o montante a ser recebido pelo apostador, em caso de premiação, para cada unidade de moeda nacional apostada;

¹⁷ BRASIL. Lei nº 13.756, de 12 de dezembro de 2018. Dispõe sobre o fundo nacional de segurança pública, o fundo penitenciário nacional e a destinação do produto da arrecadação das loterias. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/13756.htm. Acesso em: 20 abr. 2025.

¹⁸ BRASIL. Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023. Dispõe sobre a tributação das apostas de quota fixa. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/14790.htm. Acesso em: 20 abr. 2025.

de legalização para jogos *on-line* que se enquadrem como de quota fixa, mesmo aqueles em que o resultado dependa exclusiva ou principalmente da sorte.

Portanto, a exploração de jogos de azar *on-line*, como o "Tigrinho" ou outros jogos de cassino virtuais, deixa de ser considerada contravenção penal se a plataforma operadora estiver devidamente licenciada e em conformidade com todos os requisitos da Lei nº 14.790/2023 e da regulamentação infralegal. A ausência dessa autorização específica para a modalidade *on-line*, ou a exploração em ambiente físico, mantém a conduta sob a égide da Lei das Contravenções Penais.

Consequentemente, e em linha com essa distinção legal, as condutas tipificadas como exploração de jogo de azar referem-se àquelas em que há o estabelecimento ou exploração de um local físico, ou de uma plataforma *on-line* não autorizada, onde o resultado dependa fundamentalmente da sorte. Conforme a doutrina¹⁹, isso inclui “estabelecer, organizar, instituir, criar, fundar um local onde se pratique o jogo e explorar, auferir lucro com o jogo fora da condição de apostador, direta ou indiretamente”. Assim, a contravenção do jogo de azar abrange a exploração de jogos de cartas, roleta, jogos de dados, máquinas caça-níquel (físicas ou virtuais não autorizadas, como o "Tigrinho" operado ilegalmente) ou videopôquer, e outras apostas *on-line* onde a sorte é determinante e que não possuam a devida licença nos termos da nova legislação. Em contrapartida, jogos que dependem predominantemente da habilidade do jogador, como xadrez e sinuca, não são classificados como jogos de azar, precisamente porque o resultado não é primordialmente ditado pelo acaso.

3. A TUTELA JURÍDICA DO CONSUMIDOR NO ÂMBITO DAS APOSTAS ON-LINE

O crescimento exponencial das plataformas de apostas *on-line* no Brasil representa um fenômeno socioeconômico recente, impulsionado pela digitalização e por um vácuo regulatório que perdurou por anos. A promulgação da Lei nº 14.790/2023 buscou estabelecer um marco legal para a exploração das apostas de quota fixa, mas a complexidade dessa atividade e sua interface direta com o público consumidor demandam uma análise aprofundada sob a ótica do direito do consumidor. Este capítulo dedica-se a examinar o arcabouço de proteção conferido aos apostadores enquanto consumidores, abordando a incidência do Código de Defesa do Consumidor (CDC), as particularidades contratuais e informacionais, a tutela específica diante

¹⁹ GONÇALVES, Victor Eduardo Rios. Legislação Penal Especial. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2017. p. 290.

da vulnerabilidade inerente à atividade e da gestão de dados pessoais, o regime de responsabilidade civil das plataformas e os desafios práticos para a efetivação desses direitos no mercado brasileiro. A análise visa demonstrar a robustez da proteção legal existente, ao mesmo tempo em que expõe as dificuldades para sua plena aplicação neste setor específico.

3.1. A RELAÇÃO DE CONSUMO NO MERCADO DE APOSTAS *ON-LINE*: INCIDÊNCIA NORMATIVA E PRINCÍPIOS BASILARES

A relação de consumo é caracterizada pela presença de duas partes principais: de um lado, o consumidor, que adquire ou utiliza um produto ou serviço como destinatário final; e, de outro, o fornecedor, que oferece esse produto ou serviço de forma habitual no mercado. Além dos sujeitos, é necessário que exista um objeto, que pode ser um produto ou serviço, e uma finalidade, que é o uso final do bem ou serviço pelo consumidor. A existência desses elementos — consumidor, fornecedor, produto ou serviço e destinação final — é o que permite a aplicação do Código de Defesa do Consumidor. Sem a presença de todos esses elementos, não há relação de consumo, e a situação deve ser analisada com base em outras normas, como o Código Civil.²⁰

Nesse sentido, a relação jurídica estabelecida entre os usuários que realizam apostas e as plataformas digitais que oferecem esses serviços configura, inequivocamente, uma relação de consumo. As plataformas, ao disponibilizarem seus serviços mediante remuneração (direta ou indireta), enquadram-se perfeitamente na definição de fornecedor, conforme o artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990)²¹, por desenvolverem atividade de prestação de serviços no mercado de consumo. De outro lado, os apostadores figuram como destinatários finais desses serviços, subsumindo-se ao conceito de consumidor previsto no artigo 2º do mesmo diploma legal.

Essa qualificação jurídica não é meramente doutrinária ou jurisprudencial; ela encontra respaldo legislativo explícito e recente. A Lei nº 14.790/2023 foi categórica ao estabelecer, em seu artigo 27, que são assegurados aos apostadores "todos os direitos dos consumidores previstos na Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor)". Tal disposição legal não apenas confirma a aplicabilidade do CDC a este setor, mas integra o microssistema consumerista à regulamentação específica das apostas. Isso significa que toda a

²⁰ BESSA, Leonardo R. **Código de Defesa do Consumidor Comentado - 2ª Edição 2022**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. p.27.

²¹ BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 20 abr. 2025.

interpretação e aplicação das normas deve ser permeada pelos princípios e regras de proteção ao consumidor, evitando qualquer interpretação que possa enfraquecer ou suplantar as garantias consumeristas preexistentes. O legislador optou por reforçar, e não mitigar, a incidência do CDC, criando uma sinergia normativa fundamental para a proteção do apostador.

A submissão dessa relação ao CDC implica a aplicação direta de seus princípios basilares, que funcionam como vetores interpretativos e normativos. Destaca-se, primeiramente, o princípio da vulnerabilidade do consumidor²², que reconhece a posição de fragilidade do consumidor na relação de consumo.

No contexto das apostas *on-line*, a aplicação do Código de Defesa do Consumidor deve ser orientada não apenas pelo critério formal do "destinatário final", mas sobretudo pela presença de vulnerabilidade concreta na relação jurídica. Conforme a doutrina majoritária e a jurisprudência atual do Superior Tribunal de Justiça²³, que adota o finalismo mitigado (ou finalismo aprofundado), a vulnerabilidade — em seus aspectos técnico, informacional, econômico e fático — é o elemento central para se determinar a incidência do CDC.²⁴

Nesse sentido, o consumidor que participa de apostas *on-line*, mesmo sendo presumidamente vulnerável por sua condição de pessoa natural, encontra-se em situação ainda mais delicada. Essa vulnerabilidade não se limita à assimetria informacional comum nas relações de consumo, mas é intensificada pela natureza específica da atividade, que envolve riscos financeiros elevados, complexidade na compreensão das probabilidades reais de ganho (*odds*) e, de modo preocupante, o potencial desenvolvimento de comportamentos compulsivos e patológicos.

Trata-se, portanto, de um cenário típico de desequilíbrio substancial da relação jurídica, no qual a imposição de cláusulas contratuais abusivas, a ausência de mecanismos adequados de proteção e a indução à permanência do consumo em contextos de dependência psicológica agravam ainda mais a posição do consumidor.

²² Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

²³ A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça tem evoluído no sentido de admitir uma aplicação mitigada da teoria finalista em relação às pessoas jurídicas, com fundamento no conceito de consumidor por equiparação previsto no art. 29 do Código de Defesa do Consumidor. Essa evolução interpretativa, denominada pela doutrina de finalismo aprofundado, reconhece que, em determinadas circunstâncias, a pessoa jurídica adquirente de um produto ou serviço pode ser equiparada ao consumidor quando demonstrada a existência de vulnerabilidade frente ao fornecedor. Tal vulnerabilidade, que constitui o núcleo principiológico da política nacional das relações de consumo, encontra respaldo expresso no art. 4º, inciso I, do CDC, sendo o elemento que legitima a aplicação do regime protetivo conferido ao consumidor nas hipóteses em que se verifica desequilíbrio material entre as partes.

²⁴ BESSA, Leonardo R. Código de Defesa do Consumidor Comentado - 2ª Edição 2022. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. p.29.

À luz da teoria do finalismo aprofundado, o reconhecimento dessa vulnerabilidade concreta exige uma interpretação sistemática e protetiva da legislação, de forma a assegurar a máxima efetividade dos direitos do consumidor e a garantir o respeito à dignidade da pessoa humana, fundamento constitucional que também orienta o CDC.

Igualmente relevante é o princípio da boa-fé objetiva. Consagrado no art. 4º, III, do Código de Defesa do Consumidor, representa um dos fundamentos centrais da Política Nacional das Relações de Consumo, impondo aos fornecedores um padrão mínimo de conduta pautado pela lealdade, transparência, cooperação e respeito à confiança legítima depositada pelo consumidor. Embora seu desenvolvimento tenha origem no Código Civil alemão (*Bürgerliches Gesetzbuch* — BGB), especialmente na cláusula geral da boa-fé objetiva (*Treu und Glauben*) prevista no §242²⁵, e tenha sido tradicionalmente ignorado pelo direito brasileiro até a promulgação do CDC em 1990, a boa-fé objetiva passou a desempenhar papel normativo relevante, sendo incorporada também ao Código Civil de 2002 (arts. 113, 187 e 422)²⁶, como expressão da evolução do direito contratual e da superação da visão individualista das relações privadas.²⁷

Nas relações de consumo, especialmente no ambiente digital das apostas *on-line*, esses deveres assumem relevância ainda maior, dada a complexidade das regras contratuais, a ausência de contato direto entre consumidor e fornecedor, e o alto grau de vulnerabilidade informacional do apostador.

O dever de informar, por exemplo, decorre diretamente da boa-fé objetiva e encontra respaldo nos arts. 6º, III, e 31 do CDC, sendo reiteradamente reconhecido pela jurisprudência do STJ como uma obrigação que deve ser cumprida de forma clara, precisa, ostensiva e acessível, sob pena de nulidade da cláusula contratual e responsabilização do fornecedor.²⁸

²⁵ O § 242 do Código Civil Alemão (BGB) estabelece que o devedor deve cumprir a obrigação assumida em conformidade com os parâmetros da boa-fé, considerando os usos e costumes do tráfego jurídico. Em tradução aproximada, o dispositivo prevê que "a prestação deve ser realizada de acordo com a boa-fé, respeitando os costumes do comércio jurídico". Esse preceito encontra paralelo no ordenamento jurídico brasileiro no artigo 422 do Código Civil, o qual dispõe que os contratantes devem observar os princípios da probidade e da boa-fé tanto na formação quanto na execução dos contratos.

²⁶ Art. 113. Os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos do lugar de sua celebração. Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes. Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.

²⁷ BESSA, Leonardo R. Código de Defesa do Consumidor Comentado - 2ª Edição 2022. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. p.58.

²⁸ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.837.434/SP. Relator: Ministro Herman Benjamin. Julgado em: 03 dez. 2019. Publicado em: 05 dez. 2019. Disponível em https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201902119395&dt_publicacao=05/12/2019. Acesso em: 25 abr. 2025.

Portanto, no mercado das apostas, onde o consumidor é induzido por campanhas publicitárias muitas vezes enganosas e cláusulas contratuais pouco compreensíveis, a boa-fé objetiva atua como verdadeiro mecanismo de contenção de abusos, funcionando como parâmetro interpretativo, integrativo e corretivo das condutas dos fornecedores, inclusive em relação à publicidade, às condições de uso da plataforma e à resolução de conflitos decorrentes de apostas anuladas ou não pagas.

3.2. REGIME CONTRATUAL E INFORMACIONAL: PROTEÇÃO CONTRA ABUSOS E DEVER DE TRANSPARÊNCIA

A dinâmica contratual no mercado de apostas *on-line* é marcada pela utilização quase universal de contratos de adesão. As plataformas apresentam seus "Termos e Condições" ou "Termos de Uso" de forma unilateral, não permitindo que o consumidor discuta ou modifique substancialmente as cláusulas ali dispostas. A aceitação desses termos é imposta como condição *sine qua non*²⁹ para o acesso e utilização dos serviços, caracterizando a figura do contrato de adesão prevista no artigo 54 do CDC³⁰.

Essa modalidade contratual, embora lícita, cria um desequilíbrio estrutural inerente, pois o fornecedor detém o poder exclusivo de redigir as regras da relação. Consciente desse desequilíbrio e do potencial para abusos, o CDC, na inteligência do art. 51, estabeleceu um regime específico de controle de cláusulas contratuais, considerando nulas de pleno direito aquelas que se mostrem abusivas. No contexto das apostas *on-line*, diversas práticas contratuais comuns podem configurar abusividade à luz do CDC. São consideradas abusivas e, portanto, nulas de pleno direito, as cláusulas que, por exemplo, impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços; subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga; estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade; autorizem o fornecedor a modificar

²⁸ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.758.118/SP. Relator: Ministro Mauro Campbell Marques. Julgado em: 10 fev. 2019. Publicado em: 11 mar. 2019. Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201801806060&dt_publicacao=11/03/2019. Acesso em: 25 abr. 2025.

²⁹ *Sine qua non* é uma locução adjetiva em latim que se traduz como “sem a qual não”. Essa expressão refere-se a uma condição ou ação indispensável, sendo essencial e imprescindível para a ocorrência de um evento ou alcance de um objetivo. Ao qualificar uma cláusula ou condição como *sine qua non*, destaca-se sua importância inquestionável, indicando que, sem ela, o fato desejado não se concretiza.

³⁰ Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração; estabeleçam inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor; ou determinem a utilização compulsória de arbitragem.

A expansão das plataformas digitais de apostas no Brasil impulsionou a atuação de empresas estrangeiras, como a Blaze, que oferece jogos de cassino *on-line*, apostas esportivas e modalidades semelhantes por meio de *site* e aplicativo móvel. Operando com licenciamento estrangeiro, a empresa impõe aos usuários brasileiros um contrato de adesão por meio de seus Termos e Condições de Uso, que suscita sérias dúvidas quanto à sua compatibilidade com os princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor.

Ao examinar os Termos e Condições da plataforma Blaze³¹, observa-se um nítido descompasso com os princípios e normas protetivas do CDC, especialmente no que se refere à boa-fé objetiva, à transparência e ao equilíbrio contratual (arts. 4º, 6º e 51 do CDC). Diversas cláusulas se revelam abusivas, nos moldes do art. 51 do CDC, por atribuírem ao fornecedor vantagens excessivas, violando o princípio do equilíbrio das relações contratuais.

Um exemplo marcante é a cláusula que impõe a prevalência da versão em inglês sobre a versão em português dos termos contratuais, o que compromete a compreensão plena do consumidor brasileiro e infringe o § 3º do art. 54 do CDC, que exige clareza e redação em língua portuguesa em contratos de adesão.

Além disso, a Blaze se reserva o direito de alterar unilateralmente os termos contratuais, o que contraria frontalmente o art. 51, inciso XIII, que considera nula cláusula que autoriza o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo do contrato sem que haja motivo justo ou consentimento expresso do consumidor.

Outro ponto crítico é a eleição de foro estrangeiro (Curaçao) para a resolução de conflitos. Essa disposição é abusiva por impor ônus excessivo ao consumidor e dificultar o acesso ao Judiciário, em desacordo com o § 1º, incisos I e II, do art. 51 do CDC, que estabelece a nulidade de cláusulas que impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor.

Há ainda cláusulas que limitam de forma genérica e arbitrária o saque de valores pelo consumidor, e a anulação de ganhos sob critérios vagos como “comportamento suspeito”, “caçador de recompensa” ou “atividade fraudulenta”, o que caracteriza evidente desequilíbrio contratual e violação ao direito à informação adequada (art. 6º, III, do CDC).

³¹ BLAZE. Termos de serviço. [S. l.]: Blaze, [2025?]. Disponível em: <https://blaze.bet.br/pt/terms-of-service>. Acesso em: 20 abr. 2025.

A observação prática revela que muitos "Termos e Condições" de plataformas de apostas contêm disposições potencialmente enquadráveis como abusivas. Tais cláusulas, mesmo que aceitas pelo consumidor no momento da adesão, são passíveis de controle judicial e declaração de nulidade, restaurando parcialmente o equilíbrio contratual violado. A existência do regime de controle de cláusulas abusivas (Art. 51) funciona como um contrapeso necessário ao poder unilateral das plataformas na definição das regras do jogo.

Complementarmente ao controle *a posteriori* das cláusulas abusivas, o CDC impõe um dever proativo fundamental: o dever de informação. Consagrado no artigo 6º, III, como direito básico do consumidor, ele exige que as plataformas forneçam informações claras, precisas, adequadas e ostensivas sobre todos os aspectos relevantes do serviço, antes mesmo da contratação ou do início da utilização. Este dever assume importância crucial no mercado de apostas, dada a complexidade e os riscos envolvidos, exigindo que as plataformas forneçam informações sobre aspectos essenciais como as regras detalhadas de cada jogo ou modalidade de aposta oferecida; as probabilidades *reais* de ganho, de forma compreensível, e não apenas os potenciais multiplicadores de pagamento; os riscos inerentes à atividade, com destaque explícito e claro para o potencial de desenvolvimento de dependência e jogo compulsivo; as condições completas para realização de depósitos e, especialmente, de saques (valores mínimos/máximos, prazos de processamento, métodos disponíveis, eventuais limites); quaisquer taxas, comissões ou encargos aplicáveis às transações ou à manutenção da conta; e os mecanismos de segurança implementados para proteção dos dados pessoais e financeiros dos usuários.

A falha no cumprimento deste dever – seja pela omissão, seja pela prestação de informações incompletas, ambíguas ou falsas – configura violação direta ao CDC e pode ensejar a responsabilização civil da plataforma pelos danos decorrentes, na forma do art. 14, § 1º, do CDC.³² A informação adequada funciona como ferramenta de empoderamento do consumidor, permitindo-lhe tomar decisões mais conscientes e avaliar os riscos antes de se engajar na atividade. Uma informação deficiente não apenas viola o Art. 6º, III, mas pode também tornar abusiva uma cláusula que, se bem explicada, talvez fosse aceitável. A falta de transparência sobre uma condição onerosa, por exemplo, oculta em longos termos de uso, agrava a desvantagem do consumidor (Art. 51, IV) e viola a boa-fé objetiva.

³² Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos. § 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais: (...)

Ademais, a publicidade veiculada por essas empresas deve seguir rigorosamente os princípios da vinculação da oferta, da informação correta e da não abusividade, dispostos nos arts. 30, 31 e 37, respectivamente. É vedada qualquer publicidade enganosa (que induza o consumidor a erro sobre chances de ganho, natureza do serviço, etc.) ou abusiva (que explore a fraqueza ou ignorância do consumidor, incite à violência, seja discriminatória, etc.).

3.3. TUTELA ESPECÍFICA DO CONSUMIDOR APOSTADOR: VULNERABILIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS

Como já demonstrado, a relação estabelecida entre plataformas de apostas *on-line* e seus usuários configura-se inegavelmente como uma relação de consumo. Contudo, a tutela jurídica necessária, conferida pelo CDC, transcende a esfera puramente contratual e o dever básico de informação, abarcando deveres específicos e qualificados do fornecedor relacionados à segurança e à saúde física e psíquica do consumidor³³, bem como à proteção de seus dados pessoais, esta última regida pelo art. 5º, inciso X, da CF/88 e, por acréscimo da Emenda Constitucional 115/22, o art. 5º, inciso LXXIX, da CF/88, além também da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD - Lei nº 13.709/2018).

No universo das apostas *on-line*, os deveres de proteção ao consumidor adquirem contornos particulares e maior intensidade, exigindo uma interpretação ampliada do princípio da vulnerabilidade (art. 4º, I, do CDC). A condição do consumidor-apostador revela-se significativamente agravada, extrapolando a vulnerabilidade técnica e informacional comumente observada nas relações digitais. Nesse contexto, a vulnerabilidade manifesta-se de forma multidimensional: informacional, pela complexidade dos mecanismos das apostas e dos termos de uso frequentemente obscuros; técnica, em razão da dependência da estrutura digital e dos algoritmos das plataformas; e cognitiva, em virtude da exploração de vieses comportamentais e heurísticas, potencializada por estratégias sofisticadas de marketing e design de interface, que induzem decisões impulsivas e prejudiciais³⁴.

Tal cenário é agravado pelo caráter viciante da atividade de apostas, classificada como questão de saúde pública pela Organização Mundial da Saúde e reconhecida no Brasil pelos

³³ Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

³⁴ BESSA, Leonardo Roscoe; ALMEIDA, Mário Henrique Silveira de. A vulnerabilidade do titular de dados e a responsabilidade civil na Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD. *Civillistica.com*, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 1–23, 2023. Disponível em: <https://civillistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/926>. Acesso em: 1 maio. 2025.

CIDs 10-Z72.6 (mania de jogo e apostas) e 10-F63.0 (jogo patológico)³⁵. O impacto dessa atividade, contudo, não se limita ao plano individual. Dados empíricos demonstram que há uma correlação direta entre o crescimento das apostas *on-line* e o perfil socioeconômico e educacional dos brasileiros que se engajam nessa prática. Segundo o Instituto Locomotiva, quase metade dos apostadores (46%) têm entre 19 e 29 anos, sendo que 34% pertencem às classes C, D e E³⁶. A prevalência dessa prática nas regiões Norte e Nordeste, onde 46,3% e 44,1% da população, respectivamente, pertencem às classes D e E³⁷, revela um cenário de vulnerabilidade socioeconômica agravada. A análise do Google Trends indica um aumento expressivo no interesse por casas de apostas entre janeiro de 2022 e outubro de 2024, com destaque para as regiões Norte e Nordeste, corroborando os dados estatísticos apresentados³⁸.

Essas regiões também apresentam índices educacionais abaixo da média nacional, conforme dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP)³⁹, o que compromete a adequada compreensão dos riscos associados às apostas, sobretudo no que tange às consequências financeiras e sociais. A situação torna-se ainda mais alarmante diante do fato de que, em agosto de 2024, beneficiários do Bolsa Família transferiram aproximadamente R\$ 3 bilhões para plataformas de apostas⁴⁰, evidenciando que recursos destinados à proteção social estão sendo desviados para sustentar uma atividade que, em muitos casos, aprofunda a vulnerabilidade dessas famílias.

Adicionalmente, observa-se que o avanço das campanhas publicitárias das casas de apostas, em especial por meio de influenciadores digitais, tem desempenhado papel central na popularização dessa prática. Tais campanhas são direcionadas ao público jovem⁴¹ e às camadas

³⁵ BRASIL. Senado Federal. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=9413540&ts=1691528522703&disposition=inline>. Acesso em: 12 dez. 2024.

³⁶ ECONOMISTAS PELA DEMOCRACIA. Jogos de apostas comprometem o consumo dos mais pobres e impactam indústrias. 2024. Disponível em: <https://www.economistaspelademocracia.org.br/jogos-de-apostas-comprometem-o-consumo-dos-mais-pobres-e-impactam-industrias>. Acesso em: 30 jan. 2025.

³⁷ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS POPULACIONAIS (ABEP). Critério Brasil. Disponível em: <https://www.abep.org/criterio-brasil>. Acesso em: 11 out. 2024.

³⁸ GOOGLE. Google Trends: Cassinos online e Casas de apostas. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2022-01-01%202024-10-12&geo=BR&q=Cassinos%20online,Casas%20de%20apostas&hl=pt>. Acesso em: 11 out. 2024.

³⁹ BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. *IDEB 2023: apresentação dos resultados*. Brasília, DF: INEP, 2024. Disponível em: https://download.inep.gov.br/ideb/apresentacao_ideb_2023.pdf. Acesso em: 11 out. 2024.

⁴⁰ AGÊNCIA BRASIL. Beneficiários do Bolsa Família gastaram R\$ 3 bi em bets em agosto. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2024-09/beneficiarios-dobolsa-familia-gastaram-r-3-bi-em-bets-em-agosto>. Acesso em: 11 out. 2024.

⁴¹ A agência de comunicação MARCO conduziu o estudo intitulado "O Comportamento do Consumidor Pós-Covid 2022", que revela o impacto do marketing de influência nas decisões de compra dos brasileiros. Para realizar a pesquisa, foram entrevistadas mais de 14 mil pessoas em 14 países, permitindo uma análise abrangente das preferências e comportamentos dos consumidores. Os resultados mostram que os brasileiros são os mais

sociais mais vulneráveis, promovendo uma imagem ilusória de ganhos fáceis e imediatos, sem oferecer informações adequadas sobre os riscos envolvidos⁴². Esse contexto revela não apenas um desafio jurídico, mas também uma urgência regulatória, social e ética, que demanda atuação proativa do Estado e da sociedade na proteção efetiva do consumidor-apostador.

Essa vulnerabilidade multifacetada impõe às plataformas um dever qualificado de cuidado e segurança, que se materializa, entre outras formas, na adoção de políticas eficazes de "Jogo Responsável"⁴³. Tais políticas, embora detalhadas e tornadas mandatórias por regulações setoriais como a Lei nº 14.790/2023, encontram fundamento anterior no dever geral de segurança do CDC (Art. 8º), que protege a saúde e segurança do consumidor contra riscos inerentes ao serviço. A omissão ou negligência na implementação de mecanismos para mitigar os riscos conhecidos do jogo compulsivo pode configurar não apenas falha no dever de segurança, mas também prática abusiva por omissão (Art. 39, CDC), ao explorar a fraqueza ou ignorância do consumidor decorrente de sua condição peculiar.⁴⁴

Assim, as plataformas possuem a obrigação jurídica de implementar, divulgar ativamente e garantir o fácil acesso e funcionamento de mecanismos como: ferramentas de autoexclusão, que permitem ao usuário bloquear seu acesso à plataforma temporária ou permanentemente; limites configuráveis, possibilitando ao próprio usuário definir tetos para depósitos, valores apostados, perdas financeiras ou tempo de sessão; alertas de realidade ("reality checks"), que consistem em mensagens periódicas sobre tempo de jogo e balanço financeiro; e a disponibilização ostensiva de informação clara e acessível sobre os riscos do jogo, sinais de compulsão e direcionamento para serviços de apoio e tratamento especializados.

influenciados por publicidade digital, com 77% afirmando que confiam em artigos *on-line* e 72% nas recomendações de influenciadores digitais. Além disso, 73% dos entrevistados relataram ter adquirido produtos ou serviços com base na indicação de alguma personalidade digital. A análise por faixa etária revela que os entrevistados entre 41 e 65 anos são os menos impactados por recomendações de influenciadores, com apenas 43% se deixando influenciar. Em contrapartida, entre os jovens de 18 a 25 anos, essa porcentagem sobe para 57%

⁴² SEBRAE. 73% dos brasileiros já compraram influenciados pelas redes sociais. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conteudos/posts/73-dos-brasileiros-jacompraram-influenciados-pelas-redessociais,f4073d58eaf25810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 11 out. 2024.

⁴³ BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria de Prêmios e Apostas. Jogo responsável. Ministério da Fazenda. Disponível em: <https://www.gov.br/fazenda/pt-br/composicao/orgaos/secretaria-de-premios-e-apostas/jogo-responsavel>. Acesso em: 8 abr. 2025.

⁴⁴ Quando o CDC foi promulgado em 1990, ainda vigorava o Código Civil de 1916, que não previa expressamente o abuso de direito, embora fosse reconhecido pela doutrina e jurisprudência. Com o Código Civil de 2002, essa figura passou a ter previsão legal no art. 187, ao considerar ilícito o exercício de direito que exceda os limites da boa-fé, dos bons costumes ou do fim social. No CDC, o combate ao abuso orienta a regulação da publicidade, das cláusulas e das práticas comerciais. Conforme leciona o professor Leonardo Roscoe Bessa, é permitido ao fornecedor anunciar e contratar, mas não de forma excessiva ou prejudicial ao consumidor. Assim, o CDC veda anúncios que explorem o medo (art. 37, § 2º), cláusulas desproporcionais (art. 51, IV) e práticas que extrapolem a atuação legítima do fornecedor (art. 39).

Paralelamente, a atividade de apostas *on-line* é intrinsecamente ligada à coleta e ao tratamento intensivo de dados pessoais, incluindo dados cadastrais, financeiros, histórico de apostas, padrões de navegação, geolocalização e inferências comportamentais. Essa operação submete as plataformas não apenas ao CDC, mas primordialmente à LGPD. A doutrina recente tem reforçado que o tratamento de dados pessoais, dada a sua complexidade, opacidade para o titular e potencial lesivo demonstrado por inúmeros incidentes⁴⁵, constitui uma atividade de risco por natureza.⁴⁶

Essa caracterização reforça a tese de que a responsabilidade civil por danos decorrentes do tratamento de dados sob a LGPD (Art. 42) é objetiva, independentemente da existência de culpa do controlador ou operador.⁴⁷ Manipular dados pessoais consiste na realização de operações como coleta, produção, recepção, classificação, uso, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, exclusão, avaliação, controle, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração de informações relativas aos titulares, nos termos do art. 5º, inciso X, da LGPD. Assim, a LGPD exige que o tratamento seja feito para finalidades legítimas, específicas, explícitas e informadas ao titular (princípio da finalidade), limitado ao mínimo necessário (princípio da necessidade/minimização), com livre acesso, transparência e, crucialmente, mediante a adoção de medidas de segurança técnicas e administrativas aptas a proteger os dados (princípios da segurança e prevenção).⁴⁸

⁴⁵ Um dos episódios mais relevantes foi o incidente com o Banco Central, que, em 2024, revelou a exposição de mais de 87 mil chaves PIX vinculadas a dados cadastrais, como nome, CPF e dados bancários, embora sem comprometer informações sigilosas. Em 2021, a Operação Deepwater investigou o vazamento de dados de 223 milhões de brasileiros, incluindo fotos, rendas e endereços, revelando falhas graves de segurança cibernética. Já em 2020, o Ministério da Saúde expôs informações de 243 milhões de cidadãos por meio de uma falha que permitia acesso irrestrito a dados do SUS e de planos de saúde. No setor privado, destacam-se os vazamentos da Netshoes, em 2019, com dados de 2 milhões de clientes, e da Enel, em Osasco, em 2020, que comprometeu informações de 290 mil consumidores.

⁴⁶ BESSA, Leonardo Roscoe; ALMEIDA, Mário Henrique Silveira de. A vulnerabilidade do titular de dados e a responsabilidade civil na Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD. *Civilistica.com*, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, 2023, p. 15-17.

⁴⁷ BESSA, Leonardo Roscoe; ALMEIDA, Mário Henrique Silveira de. A vulnerabilidade do titular de dados e a responsabilidade civil na Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD. *Civilistica.com*, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, 2023, p. 13-14, 21

⁴⁸ Art. 6º As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios: I - finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades; (...) III - necessidade: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados; (...) VII - segurança: utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão; VIII - prevenção: adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais; (...)

Nesse contexto, uma violação de dados pessoais (vazamento) não é apenas uma infração administrativa à LGPD, mas também um defeito na segurança do serviço (Art. 14, CDC) e um evento danoso sob a ótica da responsabilidade civil objetiva da LGPD⁴⁹. O dano pode ser patrimonial direto (fraudes financeiras) ou moral (violação da privacidade, angústia, potencial de discriminação)⁵⁰.

3.4. RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS POR DANOS AO CONSUMIDOR

Quando os direitos do consumidor são violados e resultam em danos, surge o dever de indenizar. O Código de Defesa do Consumidor estabelece, em seu artigo 14, um regime de responsabilidade civil objetiva para os fornecedores de serviços. Isso significa que as plataformas de apostas respondem pelos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, independentemente da existência de culpa (negligência, imprudência ou imperícia). Para que a responsabilidade seja configurada, basta a comprovação do defeito no serviço, do dano sofrido pelo consumidor e do nexo de causalidade entre ambos.

O conceito de "defeito" no serviço é definido pelo próprio CDC (§ 1º do Art. 14) como a ausência da segurança que o consumidor dele pode legitimamente esperar. Essa expectativa de segurança deve ser avaliada considerando as circunstâncias relevantes, como o modo de

⁴⁹ O art. 14 do CDC impõe ao fornecedor a obrigação de indenizar os danos oriundos de defeitos relativos à prestação dos serviços. Dentro desse arcabouço normativo, impõe-se reconhecer que o vazamento de dados pessoais — situação cada vez mais recorrente no contexto da sociedade da informação — caracteriza-se como um defeito do serviço, nos moldes do art. 14 do CDC. Assim, a ocorrência de um vazamento revela, por si, uma falha no dever de cautela e na prestação segura do serviço, permitindo ao titular do dado exigir reparação pelos danos materiais e morais sofridos.

⁵⁰ A doutrina majoritariamente reconhece três correntes interpretativas sobre o conceito de dano moral: 1) dor psíquica; 2) violação a direitos da personalidade; 3) ofensa à cláusula geral da dignidade da pessoa humana. (BESSA, Leonardo Roscoe; REIS, Milla Pereira Primo. Dano moral e dor: direito autônomo à integridade psíquica. *Civilistica.com*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 1–17, 2020. Disponível em: <https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/504>. Acesso em: 1 maio. 2025). No caso de vazamento de dados pessoais, a falha atinge diretamente a esfera íntima do consumidor, em especial seus direitos da personalidade, como privacidade, intimidade, identidade e imagem. Para o STJ, haverá acidente de consumo, ou fato do serviço, disciplinado no art. 14 do CDC, que é evento danoso externo e indiretamente relacionado à inadequação do serviço, ensejado por um novo elemento de desvalia que acarreta um acontecimento antinômico, não coincidente com o mero vício do serviço. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.767.940/SE. Relator: Ministra Nancy Andrighi. Julgado em: 3 set. 2019. Publicado em: 5 set. 2019. Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201702081777&dt_publicacao=05/09/2019. Acesso em: 30 abr. 2025)

O potencial de discriminação se refere A personalização de ofertas, bônus ou mesmo a dinâmica dos jogos, direcionadas a explorar as vulnerabilidades cognitivas identificadas ou a perfis de jogadores compulsivos para maximizar o engajamento e o lucro, o que viola diretamente a LGPD e o CDC. Portanto, A tutela do consumidor-apostador exige, portanto, uma vigilância constante sobre como seus dados são utilizados para influenciar seu comportamento em uma atividade de risco inerente.

fornecimento do serviço, o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam. No contexto específico das apostas *on-line*, a noção de segurança é ampla, abrangendo não apenas a integridade técnica e a proteção de dados, mas também a lisura das operações e a proteção contra os riscos inerentes à atividade.

Podem configurar defeito na prestação do serviço, aptos a gerar o dever de indenizar, diversas situações. Estas incluem falhas técnicas, como erros na plataforma que impeçam a realização de apostas válidas⁵¹, alterem indevidamente os resultados ou causem problemas no pagamento de prêmios; problemas no processamento financeiro, como falhas, bloqueios injustificados ou atrasos excessivos em depósitos ou saques;⁵² violações de segurança de dados, como o vazamento de informações pessoais ou financeiras devido a falhas nas medidas de segurança; a comprovação de manipulação dos resultados dos jogos; a ausência ou ineficácia de mecanismos de Jogo Responsável, como ferramentas de autoexclusão ou limites, que contribuam para o agravamento de problemas de jogo compulsivo; e a prestação de informação inadequada ou enganosa sobre regras, probabilidades, condições de bônus ou riscos associados às apostas, que levem o consumidor a sofrer prejuízos.

A responsabilidade civil das plataformas estende-se, portanto, não apenas a falhas operacionais diretas, mas também aos danos decorrentes da violação do dever de informação sobre a fruição e os riscos dos serviços. A omissão em alertar adequadamente sobre o risco de dependência ou a apresentação de probabilidades de forma enganosa pode, assim, fundamentar pretensões indenizatórias por parte de consumidores lesados que tomaram decisões prejudiciais baseadas em informações deficientes.

Embora a responsabilidade seja objetiva, facilitando a posição do consumidor ao dispensar a prova de culpa, a demonstração do nexo de causalidade entre o defeito e o dano pode apresentar desafios práticos. Por exemplo, comprovar que perdas financeiras significativas foram causadas especificamente pela ausência de uma ferramenta de autoexclusão, e não por outros fatores relacionados à dependência em jogo, pode ser complexo. Contudo, a vulnerabilidade reconhecida do consumidor e a própria natureza do dever de cuidado imposto à plataforma (especialmente quanto ao jogo responsável) podem levar a uma

⁵¹ A 8ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, por decisão unânime, manteve a condenação de um *site* de apostas esportivas ao pagamento de R\$ 119 mil a uma apostadora, após falha no sistema da plataforma impedir o registro de seu palpite. No julgamento do processo nº 1019660-50.2020.8.26.0005, o desembargador relator Silvério da Silva rejeitou o argumento da empresa de que se tratava de uma dívida de jogo, afirmando que ela não poderia utilizar sua própria má conduta como justificativa para se eximir da responsabilidade perante a cliente.

⁵² CNN BRASIL. Homem aciona Justiça para resgatar R\$ 169 mil de “jogo do tigrinho”. *CNN Brasil*, Brasília, DF, 15 mar. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/centro-oeste/df/homem-aciona-justica-para-resgatar-r-169-mil-de-jogo-do-tigrinho/>. Acesso em: 30 abr. 2025.

análise mais favorável ao consumidor na avaliação do nexo causal, considerando que a falha da plataforma ao menos contribuiu significativamente para o dano ou impediu sua mitigação.

3.5. OBSTÁCULOS À EFETIVAÇÃO DOS DIREITOS CONSUMERISTAS NO SETOR DE APOSTAS

Apesar da existência de um robusto arcabouço normativo de proteção ao consumidor, consubstanciado no CDC e reforçado pela legislação recente (Lei nº 14.790/2023), a efetivação prática desses direitos no âmbito das apostas *on-line* enfrenta desafios consideráveis. Existe um descompasso significativo entre a proteção garantida na lei e a capacidade de os consumidores a exercerem e de os órgãos públicos a fiscalizarem neste mercado específico.

Entre os principais obstáculos, destacam-se a operação de muitas plataformas a partir de jurisdições estrangeiras, o que cria barreiras significativas para a aplicação da legislação brasileira, a citação das empresas em processos judiciais, o cumprimento de decisões e a própria fiscalização por órgãos nacionais; a complexidade técnica e operacional dos serviços, que dificulta a compreensão do funcionamento pelos consumidores e até mesmo pelos órgãos de fiscalização e pelo Judiciário; o dinamismo do mercado e o descompasso regulatório, onde a evolução tecnológica e as práticas comerciais frequentemente superam o ritmo de atualização legislativa; a acentuada assimetria informacional entre as plataformas (que controlam algoritmos e dados internos) e os consumidores; e as dificuldades inerentes à fiscalização efetiva pelo poder público, considerando o volume de operadores, a natureza digital e transfronteiriça das operações e as barreiras jurisdicionais.

A superação desses desafios exige uma abordagem multifacetada e coordenada. É fundamental o fortalecimento dos órgãos de defesa do consumidor e da futura entidade reguladora do setor, dotando-os de recursos e capacidade técnica para lidar com as especificidades do mercado de apostas *on-line*. A cooperação internacional para fiscalização e repressão de práticas ilegais de operadores estrangeiros também se mostra essencial.⁵³ Além disso, o Poder Judiciário desempenha um papel crucial na interpretação e aplicação das normas de proteção ao consumidor de forma a garantir sua máxima efetividade, considerando a vulnerabilidade acentuada do apostador e a necessidade de equilibrar as relações neste mercado complexo e de alto risco. O desenvolvimento de mecanismos de resolução de disputas

⁵³ ISTOÉ DINHEIRO. Fazenda assina acordos de cooperação focados no combate à manipulação de resultados com ‘bets’. *IstoÉ Dinheiro*, São Paulo, 15 abr. 2024. Disponível em: <https://istoedinheiro.com.br/fazenda-assina-acordos-de-cooperacao-focados-no-combate-a-manipulacao-de-resultados-com-bets/>. Acesso em: 26 abr. 2025.

acessíveis e eficazes, adaptados à realidade digital e transfronteiriça, também é um passo importante para garantir que os direitos reconhecidos em lei possam ser, de fato, exercidos pelos consumidores brasileiros.

4. PUBLICIDADE, RESPONSABILIDADE CIVIL E O PAPEL DO INFLUENCIADOR DIGITAL

A publicidade de apostas *on-line* emerge como um dos elementos mais sensíveis e complexos na regulamentação do setor no Brasil. Impulsionado pela digitalização e pela onipresença dos dispositivos móveis, o mercado de apostas experimentou um crescimento exponencial, acompanhado por estratégias de marketing cada vez mais agressivas e sofisticadas por parte das plataformas. Nesse cenário, os influenciadores digitais assumiram um papel central como vetores de promoção, levantando importantes questões sobre os limites éticos e legais dessa publicidade e a responsabilidade dos envolvidos.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), nos seus artigos 36 a 38, já estabelece balizas fundamentais para toda atividade publicitária, aplicáveis também ao ambiente digital. O princípio da identificação publicitária (art. 36, caput) exige que a publicidade seja claramente reconhecível como tal pelo consumidor, de forma fácil e imediata, evitando qualquer confusão com conteúdo editorial ou informativo. O princípio da veracidade (art. 37, §1º) veda expressamente a publicidade enganosa, definida como qualquer comunicação publicitária, total ou parcialmente falsa, ou que, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, seja capaz de induzir o consumidor a erro a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. Por fim, o princípio da não-abusividade (art. 37, §2º) proíbe a publicidade que seja discriminatória, incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

No contexto específico das apostas *on-line*, a aplicação desses princípios revela práticas publicitárias frequentemente problemáticas. Observa-se a veiculação de mensagens que prometem ganhos fáceis e garantidos, minimizam ou omitem os riscos inerentes à atividade (como o desenvolvimento de dependência), associam as apostas a um estilo de vida de sucesso financeiro ou social, e, por vezes, direcionam-se implicitamente a públicos mais vulneráveis, como jovens adultos, explorando suas aspirações e inseguranças.

Diante das especificidades e dos riscos inerentes à publicidade de apostas, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) desenvolveu o Anexo X do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.⁵⁴ Este anexo estabelece diretrizes específicas para o setor, funcionando como um importante instrumento de autorregulação que complementa a legislação estatal. O Anexo X se estrutura sobre cinco pilares essenciais. Primeiramente, reforça a necessidade de Identificação Publicitária, exigindo clareza sobre o caráter comercial das mensagens, inclusive quando veiculadas por influenciadores, parceiros ou afiliados. Em segundo lugar, o princípio da Veracidade e Informação determina que a publicidade apresente os serviços de forma honesta, abstendo-se de promessas de ganhos certos, de minimizar riscos ou de sugerir que apostar é uma forma de investimento financeiro. O terceiro pilar é a Proteção de Crianças e Adolescentes, com restrições rigorosas à participação ou direcionamento de publicidade a menores de 18 anos e proibição do uso de elementos do universo infantojuvenil. O quarto princípio foca na Responsabilidade Social e Jogo Responsável, vedando a promoção de comportamentos de jogo excessivo, a associação de apostas a sucesso ou solução de problemas pessoais/financeiros. Por último, o Anexo X exige a inclusão de Advertências claras em todas as peças publicitárias, como "Jogue com responsabilidade" e "Apostas podem causar dependência", para reforçar a consciência sobre os riscos envolvidos. Embora não possuam força de lei, essas diretrizes do CONAR representam um padrão ético relevante e podem servir como referência interpretativa para o Judiciário ao analisar a abusividade ou enganiosidade de campanhas publicitárias de apostas.

Nesse ecossistema publicitário, os influenciadores digitais tornaram-se figuras proeminentes. Sua capacidade de criar laços de confiança e proximidade com seus seguidores confere-lhes um poder significativo de persuasão, o que é intensamente explorado pelas plataformas de apostas. Contrariando a ideia de que seriam meros repetidores de mensagens, a prática demonstra que os influenciadores frequentemente desempenham um papel ativo e criativo na concepção e execução das campanhas. Muitas vezes, eles elaboram seus próprios roteiros, adaptando a comunicação ao seu estilo pessoal e ao perfil de sua audiência, o que aumenta a percepção de autenticidade da mensagem. Essa atuação inclui a apresentação detalhada de jogos, explicações sobre como apostar e até simulações de apostas, guiando potenciais usuários. As plataformas costumam conceder essa liberdade criativa justamente por entenderem que ela potencializa o engajamento e a conversão. Contudo, essa autonomia e

⁵⁴ CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA (Brasil). *Anexo X – Publicidade de apostas*. Dez. 2023. Disponível em: <http://www.conar.org.br/pdf/CONAR-ANEXO-X-PUBLICIDADE-APOSTAS-dezembro-2023.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2024.

participação ativa na criação do conteúdo publicitário reforçam a necessidade de analisar sua responsabilidade. Ao personalizarem a mensagem e emprestarem sua credibilidade ao serviço, os influenciadores não são apenas "garotos-propaganda", mas podem ser vistos como coautores da publicidade, contribuindo diretamente para a decisão de consumo e para a percepção de segurança (muitas vezes ilusória) do serviço.⁵⁵

A discussão jurídica central, portanto, gira em torno da extensão da responsabilidade civil desses influenciadores quando a promoção de produtos ou serviços, como as apostas *on-line*, resulta em prejuízos para os consumidores. Nesse cenário, ganha força e sólido respaldo doutrinário a aplicação da "teoria do fornecedor equiparado" a esses agentes, enquadrando-os nos termos do artigo 3º, §2º, do CDC. Tal teoria, conforme desenvolvida por juristas como Leonardo Roscoe Bessa, abrange atividades que, embora não explicitamente previstas no caput do artigo 3º do CDC, sujeitam-se ao regime consumerista em virtude da natureza da atividade desenvolvida.

O fornecedor equiparado, segundo a definição clássica de Claudia Lima Marques, é aquele terceiro na relação de consumo, um intermediário ou ajudante que, embora não seja o fornecedor principal, atua perante o consumidor ou um grupo deles "como se fornecedor fosse".⁵⁶ Essa figura intermediária estabelece uma relação de consumo conexa que "contamina" a relação principal, atraindo a incidência das normas protetivas do consumidor. O influenciador digital se encaixa perfeitamente nessa descrição, pois atua como um ajudante na aproximação entre marcas e seus seguidores (consumidores), utilizando seu poder de influência para estimular o consumo de determinados produtos ou serviços e agindo, sob a ótica do seguidor, como um representante ou garantidor da oferta.

A aplicabilidade dessa teoria à publicidade é reforçada por Bessa, que argumenta que o anunciante também se configura como fornecedor equiparado, sujeito à disciplina do CDC.⁵⁷ Isso corrobora a visão de que os influenciadores, ao realizarem publicidade para marcas, assumem essa posição na relação de consumo estabelecida entre marca, influenciador e seguidor.

⁵⁵ Garantias do consumo e o influenciador digital: poder de persuasão versus dever de responsabilização. *Consultor Jurídico*, São Paulo, 4 maio 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-mai-04/garantias-consumo-influenciador-digital-poder-persuasao-vs-dever-responsabilizacao/>. Acesso em: 20 abr. 2025.

⁵⁶ BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de direito do consumidor. São Paulo: Ed. RT, 2007. p. 104.

⁵⁷ BESSA, Leonardo Roscoe. Fornecedor equiparado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 16, n. 61, jan.-mar. 2007.

Adicionalmente, a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça (STJ), como apontado por Marques⁵⁸, tem consolidado o entendimento de que a responsabilidade civil decorrente da publicidade é solidária, abrangendo tanto quem a veicula (o influenciador, no caso) quanto quem dela se aproveita economicamente (a marca contratante), conforme os artigos 30, 35 e 37 do CDC. Essa responsabilidade decorre do risco profissional inerente à atividade publicitária, e a lei impõe deveres especiais não transferíveis ao consumidor, obrigando o fornecedor (ou equiparado) a responder por falhas na informação, inadimplemento ou atos ilícitos resultantes de publicidade defeituosa.

Nesse sentido, ao participarem da divulgação, os influenciadores se inserem na cadeia de fornecimento, ainda que de forma indireta. A aplicação da responsabilidade objetiva, baseada na teoria do risco da atividade (considerando que auferem lucro com a publicidade), revela-se adequada. O art. 6º, VI, do CDC, que assegura a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, serve como cláusula geral de proteção⁵⁹, fundamentando a responsabilização por lesões decorrentes de práticas de consumo, incluindo a publicidade enganosa ou abusiva.

Quando um influenciador associa sua imagem a uma plataforma de apostas, ele empresta a ela uma aura de legitimidade e segurança. Se, nessa promoção, ele omite informações cruciais sobre os riscos (como vício, dificuldades de saque, falta de regulamentação efetiva) ou endossa promessas irrealistas de lucro fácil, sua conduta viola a boa-fé objetiva e o dever de informação. Mais do que isso, contribui ativamente para induzir o consumidor a erro, caracterizando publicidade enganosa nos termos do art. 37 do CDC e potencialmente gerando o dever de indenizar os danos causados.

A análise da jurisprudência brasileira sobre o tema, embora ainda incipiente dada a novidade da questão, já começa a traçar um caminho no sentido de reconhecer a responsabilidade dos influenciadores. O Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP) tem assumido papel relevante na discussão sobre a responsabilidade de influenciadores digitais nas relações de consumo. No processo nº 1032332-74.2022.8.26.0602⁶⁰, reconheceu-se a responsabilidade solidária de uma influenciadora digital pelos prejuízos causados a consumidores que investiram

⁵⁸ GASPAROTTO, Ana Paula Gilio; FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra; EFING, Antônio Carlos. Responsabilidade civil dos influenciadores digitais. *Revista Jurídica Cesumar* - Mestrado, Paraná, v. 19, n. 1, 2019, p. 80.

⁵⁹ BESSA, Leonardo Roscoe. Responsabilidade objetiva no Código de Defesa do Consumidor. *Revista Jurídica da Presidência*, Brasília, v. 20, n. 120, p. 20-43, fev./maio 2018. Disponível em: <https://revistajuridica.presidencia.gov.br/index.php/saj/article/view/1747>. Acesso em: 30 abr. 2025.

⁶⁰ BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. Processo nº 1032332-74.2022.8.26.0602. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br>. Acesso em: 25 abr. 2025.

em uma plataforma fraudulenta por ela promovida. A referida plataforma, intitulada "Negócios do Golfo", consistia na realização de "missões" pelos usuários, mediante promessas de comissões financeiras, condicionadas a sucessivos aportes monetários. Tal conduta revela afronta aos princípios da confiança e da boa-fé objetiva, pilares do Código de Defesa do Consumidor. A sentença destacou que, ao divulgar produtos ou serviços em redes sociais, o influenciador assume a posição de agente publicitário, o que caracteriza relação de consumo entre ele e seus seguidores. Ressalte-se que o julgador firmou a responsabilização do influenciador com base no art. 14 do CDC, mesmo na ausência de vínculo contratual direto com a empresa responsável pela fraude.

Ainda, destaca-se decisão proferida pelo 8º Juizado Especial Cível de Aracaju/SE, nos autos do processo nº 0000072-22.2024.8.25.0083. Na ocasião, foi julgada parcialmente procedente a ação proposta contra o influenciador Carlinhos Maia, em razão da divulgação de jogos de azar em suas redes sociais. O juízo considerou que a publicidade de Carlinhos Maia era enganosa por focar apenas nos ganhos fáceis e omitir os riscos de perda financeira. A conduta foi classificada como negligente, pois o influenciador, com milhões de seguidores, deveria ser mais cuidadoso, especialmente com jogos de azar. Essa publicidade enganosa teria levado o autor a ter prejuízos, justificando a indenização por danos morais. Houve pedido de danos materiais, que foram negados pois o juízo entendeu que a responsabilidade do influenciador se limita à falha na informação (publicidade enganosa), gerando dano moral, mas não o dever de ressarcir as perdas no jogo.

Entretanto, em sede de recurso inominado, o acórdão da Turma Recursal do TJ/SE⁶¹ afastou a responsabilidade do influenciador sob o fundamento de que sua atuação seria análoga à da “publicidade de palco” do REsp 1.157.228/RS⁶². Aplicou o entendimento de que o influenciador seria mero garoto-propaganda, sem vínculo jurídico direto com a prestação do

⁶¹ SERGIPE. Tribunal de Justiça. Jurisprudência judicial: sistema de consulta. Aracaju: TJSE, Nº do processo: 202401133578 / 0000072-22.2024.8.25.0083 - Recurso Inominado. Disponível em: <https://www.tjse.jus.br/portal/consultas/jurisprudencia/judicial>. Acesso em: 25 abr. 2025.

⁶² REsp 1157228 / RS – (...) I. A responsabilidade pela qualidade do produto ou serviço anunciado ao consumidor é do fornecedor respectivo, assim conceituado nos termos do art. 3º da Lei n. 8.078/1990, não se estendendo à empresa de comunicação que veicula a propaganda por meio de apresentador durante programa de televisão, denominada "publicidade de palco". II. Destarte, é de se excluir da lide, por ilegitimidade passiva ad causam, a emissora de televisão, por não se lhe poder atribuir co-responsabilidade por apresentar publicidade de empresa financeira, também ré na ação, que teria deixado de fornecer o empréstimo ao telespectador nas condições prometidas no anúncio. (...)

serviço defeituoso, cabendo o ônus da prova e eventual indenização exclusivamente ao fornecedor-anunciante (casa de apostas), conforme os artigos 36 a 38 do CDC.⁶³

Essa divergência entre a decisão de primeira instância e o acórdão da Turma Recursal do TJ/SE no caso supracitado ilustra que as decisões judiciais ainda não apresentam uniformidade quanto à extensão da responsabilidade civil dos influenciadores. Nesse cenário de variados entendimentos, destaca-se também a sentença proferida pelo Juizado Especial Cível de Poá/SP, no processo nº 1001524-84.2023.8.26.0462, em que se julgou improcedente a ação movida por uma consumidora contra os influenciadores Jon Vlogs e Felipe Neto. Nesse caso, entendeu-se que o simples fato de celebrarem contrato publicitário com a plataforma Blaze não seria suficiente para imputar-lhes responsabilidade pelas apostas realizadas por terceiros. O juízo afastou a existência de nexo causal entre a publicidade veiculada e o prejuízo alegadamente sofrido, afastando, assim, qualquer obrigação reparatória.

Essa dificuldade em estabelecer um padrão decisório consistente relaciona-se, em parte, à ausência de regulamentação jurídica específica para a atividade dos influenciadores digitais. Tratando-se de uma categoria profissional que ainda não dispõe de normas próprias, nem está sujeita a requisitos formais (como formação técnica, qualificação acadêmica ou inscrição em órgãos de classe), seu enquadramento legal acaba sendo realizado de forma ampla, como trabalhadores autônomos *lato sensu*. Operam, conseqüentemente, de maneira independente e desvinculada de conselhos profissionais, gerando um vácuo normativo que se reflete na variabilidade das interpretações judiciais sobre sua responsabilidade.

Essa carência normativa não apenas evidencia a fragilidade do arcabouço legal vigente e as dificuldades enfrentadas pelos magistrados na aplicação das normas disponíveis, mas torna particularmente complexa a análise da responsabilidade civil no contexto sensível da publicidade de jogos de apostas.

5. ANÁLISE CRÍTICA DA LEGISLAÇÃO ATUAL E SUGESTÕES DE APRIMORAMENTO

Como visto, a regulamentação do mercado de apostas *on-line* no Brasil, embora recente, já suscita debates sobre sua eficácia e completude. A Lei nº 14.790/2023 representou um passo fundamental, mas a complexidade e o dinamismo do setor exigem uma análise contínua de seus

⁶³ A decisão de 2º grau pode incorrer em inadequada transposição jurisprudencial ao comparar a atuação de influenciadores digitais à publicidade de palco. Influencers como Carlinhos Maia não são simples anunciantes: são protagonistas e catalisadores de consumo, com atuação que extrapola o mero repasse de mensagens publicitárias.

avanços e limitações, bem como a busca por aprimoramentos inspirados em experiências internacionais e nas necessidades específicas do contexto brasileiro.

5.1. AVANÇOS E LIMITAÇÕES DA LEI Nº 14.790/2023

Como extensamente debatido, a Lei nº 14.790/2023 constitui, inegavelmente, um marco na regulamentação das apostas de quota fixa no Brasil. Ela preencheu um vácuo normativo que por anos permitiu a operação de plataformas em uma zona de incerteza jurídica. Dentre os avanços mais significativos já analisados, destaca-se o reconhecimento formal da atividade, que retira as apostas esportivas da clandestinidade e possibilita maior controle estatal sobre um mercado de grande relevância econômica e social. Como demonstrado previamente, a lei também impôs a exigência de que as plataformas mantenham servidores em território nacional, medida que facilita a fiscalização, a aplicação da legislação brasileira e confere maior segurança jurídica aos apostadores.

Adicionalmente, o estabelecimento de uma tributação específica para o setor abre caminho para a arrecadação de recursos que podem ser revertidos em políticas públicas, inclusive para prevenção e tratamento do jogo patológico. Mas, definitivamente, o ponto crucial do texto normativo foi a aplicabilidade expressa do CDC às relações entre apostadores e plataformas, conforme o art. 27, reforçando a proteção da parte vulnerável. Por fim, a previsão de mecanismos de jogo responsável, como a implementação de limites de apostas, ferramentas de autoexclusão e alertas sobre comportamentos de risco, também representa um progresso na proteção dos consumidores contra os riscos de dependência.

Não obstante os progressos trazidos pela Lei nº 14.790/2023, persistem limitações significativas que desafiam sua plena efetividade. Uma crítica central recai sobre a insuficiência dos mecanismos de fiscalização detalhados, gerando incerteza quanto à capacidade estatal de exercer controle efetivo sobre um mercado digital difuso e complexo. Outra lacuna notória reside na ausência de regulamentação específica e mais rigorosa para a publicidade de apostas; apesar de menções a princípios éticos, a lei carece de restrições claras, sobretudo na esfera digital e por meio de influenciadores, vetores cruciais na aquisição de novos apostadores. Observa-se, ademais, uma proteção ainda limitada a grupos vulneráveis – como jovens adultos, indivíduos com histórico de jogo problemático e beneficiários de programas sociais –, para os quais faltam salvaguardas mais robustas. A potencial ineficácia das sanções previstas para o descumprimento normativo também suscita preocupação, podendo não ser suficientemente dissuasória para grandes operadores internacionais. Por fim, a legislação demonstra

descompasso com a rápida evolução tecnológica, apresentando omissões na regulamentação de novas modalidades de apostas e jogos *on-line* que podem torná-la rapidamente obsoleta.

5.2. REGULAÇÃO INTERNACIONAL DE JOGOS *ON-LINE*: ANÁLISE COMPARATIVA

A análise comparativa de modelos regulatórios internacionais para jogos e apostas *on-line* revela uma diversidade de abordagens na tentativa de conciliar o desenvolvimento do mercado com a necessária proteção dos jogadores. Cada jurisdição adota um conjunto específico de ferramentas e prioridades para lidar com os desafios inerentes a esta atividade.

O Reino Unido, por exemplo, implementou um modelo frequentemente citado por sua abrangência e rigor, operado pela *Gambling Commission*⁶⁴. Esta entidade independente exerce uma supervisão estrita sobre uma vasta gama de atividades de jogo, utilizando avaliações de conformidade e revisões de licenças, que podem ser iniciadas mesmo sem suspeita prévia de infração. A Comissão dispõe de um leque variado de sanções⁶⁵, incluindo multas financeiras significativas e a possibilidade de revogar licenças, além de deter poderes de investigação criminal. Para assegurar a justiça e transparência, o regime britânico impõe auditorias de segurança anuais por entidades independentes (seguindo normas como a ISO/IEC 27001)⁶⁶ e exige que todos os jogos e Geradores de Números Aleatórios (RNGs) sejam testados por Casas de Teste aprovadas antes de serem oferecidos ao público⁶⁷.

Portugal, regulado pelo Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos (SRIJ) sob o Regime Jurídico dos Jogos e Apostas Online (RJO), optou por um sistema de licenciamento considerado exigente. Os operadores devem demonstrar não apenas capacidade técnica robusta, com pessoal qualificado e sistemas certificados por entidades reconhecidas, mas também solidez econômica e financeira, comprovada por um indicador de autonomia financeira (capital próprio / ativo

⁶⁴ UNITED KINGDOM. *Gambling Commission*. Disponível em: <https://www.gamblingcommission.gov.uk/>. Acesso em: 30 abr. 2025.

⁶⁵ UNITED KINGDOM. *Gambling Commission. Regulatory enforcement under the Gambling Act 2005*. Disponível em:

⁶⁶ UNITED KINGDOM. *Gambling Commission. Technical standards and security requirements*. Disponível em: <https://www.gamblingcommission.gov.uk/licensees-and-businesses/page/technical-standards-security-requirements>. Acesso em: 30 abr. 2025.

⁶⁷ WILMERHALE. *The Gambling Commission reaffirms its status as one of the UK's most active AML enforcement authorities*. WilmerHale W.I.R.E. UK, 31 mar. 2023. Disponível em: <https://www.wilmerhale.com/en/insights/blogs/wilmerhale-w-i-r-e-uk/20230331-the-gambling-commission-reaffirms-its-status-as-one-of-the-uks-most-active-aml-enforcement-authorities>. Acesso em: 30 abr. 2025.

líquido) geralmente igual ou superior a 35%.⁶⁸ A regulação da publicidade, regida pelo Código da Publicidade⁶⁹, foca intensamente na proteção de menores e grupos vulneráveis, proibindo anúncios dirigidos a menores, a sua participação em peças publicitárias, a veiculação perto de escolas e conteúdos que apelem a ganhos fáceis, associem o jogo ao sucesso ou incentivem práticas excessivas, mesmo sem estabelecer proibições explícitas baseadas em horários específicos para esta categoria no artigo citado.

A Espanha, através da Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ)⁷⁰, destaca-se pelo desenvolvimento de um sistema integrado de autoexclusão, o Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego (RGIAJ)⁷¹. Este registo nacional permite que indivíduos solicitem voluntariamente o bloqueio do seu acesso a todas as plataformas de jogo *on-line* licenciadas a nível estatal, com a crucial característica de comunicar esses dados às Comunidades Autónomas, possibilitando a extensão da proibição aos estabelecimentos presenciais regionais. Este mecanismo é complementado por um forte enfoque no jogo responsável, exigindo que os operadores (conforme o Real Decreto 176/2023)⁷² implementem políticas ativas de jogo seguro, designem responsáveis pela área, forneçam formação, disponibilizem informação clara sobre riscos, ofereçam ferramentas de autocontrole e detectem ativamente comportamentos de risco, além de promoverem recursos educativos como a plataforma "*JugarBIEN*"⁷³.

Por fim, a Austrália adota uma das posturas mais restritivas em relação à publicidade de apostas, especialmente durante transmissões desportivas, sob a supervisão da *Australian Communications and Media Authority* (ACMA). As regras incluem uma proibição geral de anúncios de jogos de azar e promoção de *odds* em transmissões ao vivo (TV, rádio, streaming) entre 5h e 20h30. Mesmo fora deste horário, a publicidade é proibida durante o decorrer do

⁶⁸ PORTUGAL. Decreto-Lei nº 66/2015, de 29 de abril. Aprova o Regime Jurídico dos Jogos e Apostas Online e altera o Código da Publicidade, a Tabela Geral do Imposto do Selo e o Decreto-Lei nº 129/2012, de 22 de junho. *Diário da República*: 1.^a série, Lisboa, n. 83, 29 abr. 2015. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/66-2015-67098359>. Acesso em: 30 abr. 2025.

⁶⁹ PORTUGAL. Decreto-Lei nº 330/1990, de 23 de outubro. Aprova o Código da Publicidade. *Diário da República*: 1.^a série, Lisboa, n. 245, p. 4520–4527, 23 out. 1990. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/330-1990-565417>. Acesso em: 30 abr. 2025.

⁷⁰ ESPANHA. Dirección General de Ordenación del Juego. Ministerio de Derechos Sociales, Consumo e Agenda 2030. Gobierno de España, 2025. Disponível em: <https://www.dsca.gob.es/es/consumo/secretaria-general-consumo-juego/direccion-general-ordenacion-juego>. Acesso em: 30 abr. 2025.

⁷¹ ESPANHA. Dirección General de Ordenación del Juego. Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego (RGIAJ). Gobierno de España, 2025. Disponível em: <https://www.ordenacionjuego.es/participantes-juego/juego-seguro/rgiaj>. Acesso em: 30 abr. 2025.

⁷² ESPANHA. Real Decreto nº 176/2023, de 14 de marzo. Por el que se desarrollan entornos de juego más seguros. *Boletín Oficial del Estado*: BOE-A-2023-6653, Madrid, 15 mar. 2023. Disponível em: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2023/03/14/176>. Acesso em: 30 abr. 2025.

⁷³ ZNAKI.FM. *Jugar Bien*. *Znaki.fm*. Disponível em: <https://znaki.fm/es/teams/jugarbien/>. Acesso em: 30 abr. 2025.

jogo, e a promoção de *odds* é vedada nos intervalos. Esta abordagem severa é explicitamente justificada pela preocupação com o impacto negativo da exposição à publicidade de jogos na juventude.⁷⁴ Complementarmente, o *National Consumer Protection Framework (NCPF)* estabelece padrões mínimos de proteção ao consumidor em nível nacional, que incluem mensagens de jogo responsável mais diretas e confrontadoras (como "Pense. Essa é uma aposta que você realmente quer fazer?"), restrições a incentivos e ferramentas como limites de depósito voluntários.⁷⁵

Em suma, enquanto alguns países como o Reino Unido focam na supervisão rigorosa e integridade técnica, Portugal enfatiza um licenciamento exigente e controle de publicidade para proteger vulneráveis. A Espanha inova com um sistema integrado de autoexclusão e forte ênfase no jogo responsável proativo por parte dos operadores, e a Austrália demonstra uma abordagem particularmente cautelosa em relação à exposição publicitária, especialmente para proteger os jovens.

5.3. RUMO A UMA REGULAÇÃO MAIS EFETIVA: SUGESTÕES PARA O BRASIL A PARTIR DA ANÁLISE COMPARATIVA INTERNACIONAL

Com base na análise crítica da Lei nº 14.790/2023 e nas lições extraídas dos modelos regulatórios internacionais previamente examinados, é possível elencar sugestões concretas para aprimorar o marco regulatório brasileiro das apostas *on-line*. No que tange ao fortalecimento dos mecanismos de fiscalização, inspirando-se em modelos como o britânico, com sua robusta *Gambling Commission*, sugere-se a criação de uma agência reguladora específica para o setor no Brasil, dotada de autonomia técnica e financeira. Adicionalmente, a implementação de sistemas de monitoramento em tempo real das operações e a exigência de auditorias periódicas independentes dos algoritmos e sistemas das plataformas, práticas essenciais no Reino Unido para garantir a integridade, seriam fundamentais.

Quanto à regulamentação específica da publicidade, ecoando as preocupações vistas em Portugal e, de forma ainda mais estrita, na Austrália com a proteção de jovens e vulneráveis, é premente o estabelecimento de restrições de horário e conteúdo para sua veiculação no Brasil.

⁷⁴ AUSTRALIA. *Australian Communications and Media Authority. Gambling ads during live sport broadcast TV and radio*. ACMA, 2025. Disponível em: <https://www.acma.gov.au/gambling-ads-during-live-sport-broadcast-tv-and-radio#additional-rules>. Acesso em: 30 abr. 2025.

⁷⁵ VICTORIA. *Victorian Gambling and Casino Control Commission. National Consumer Protection Framework*. VGCCC, 2025. Disponível em: <https://www.vgccc.vic.gov.au/for-gambling-providers/bookmakers/national-consumer-protection-framework#gambling-advertising-messaging>. Acesso em: 30 abr. 2025.

Deveria ser considerada a proibição do uso de personalidades com forte apelo ao público jovem como promotores e a criação de regras claras para a publicidade em redes sociais e por influenciadores digitais, abordando a responsabilidade solidária discutida anteriormente. Seguindo a linha de mensagens mais diretas como as australianas, seria crucial exigir que as advertências sobre riscos ocupem espaço proporcional e visível na mensagem principal.

Para uma proteção reforçada a grupos vulneráveis, alinhado ao enfoque espanhol em jogo responsável e às práticas de diversas jurisdições, propõe-se a implementação de sistemas de verificação de idade mais robustos e o desenvolvimento de ferramentas proativas para identificar e intervir em comportamentos de risco. A criação de mecanismos para identificar e bloquear apostas realizadas com recursos de programas sociais específicos do Brasil (como o Bolsa Família) e o desenvolvimento de programas de prevenção e tratamento do jogo patológico, financiados com parte da arrecadação tributária do setor – prática comum em mercados maduros –, são igualmente importantes.

No âmbito do aprimoramento do regime de responsabilidade civil, seria importante estabelecer expressamente a responsabilidade solidária entre plataformas, processadores de pagamento e promotores (incluindo influenciadores), um ponto crucial para a defesa do consumidor em qualquer regime protetivo robusto. A previsão de indenizações punitivas (*punitive damages*) para casos de práticas abusivas reiteradas e a criação de mecanismos de resolução alternativa de conflitos (como mediação *on-line*), inspirados em sistemas eficientes de acesso à justiça, facilitariam a reparação de danos ao consumidor-apostador.

Reconhecendo a natureza dinâmica do mercado, vista na evolução constante das regulações em todas as jurisdições analisadas, a adaptação regulatória contínua é vital. Sugere-se o estabelecimento de um observatório permanente do mercado de apostas no Brasil, com participação multissetorial, a previsão de revisões periódicas da regulamentação para acompanhar a evolução tecnológica, e o fomento da cooperação internacional, essencial para a troca de experiências e o combate a operadores ilegais, como praticado pelos reguladores europeus.

A educação e conscientização, ferramentas indispensáveis como demonstrado pelo modelo espanhol com iniciativas como "JugarBIEN", devem ser priorizadas. Recomenda-se a implementação de programas educativos sobre os riscos das apostas, com foco em jovens adultos, e a exigência de que as plataformas destinem um percentual de seu faturamento para campanhas de jogo responsável, seguindo exemplos internacionais. O desenvolvimento de materiais informativos claros sobre os direitos dos consumidores-apostadores também é essencial.

Por fim, a transparência e o acesso à informação devem ser ampliados, espelhando práticas como os registros públicos de licenciados no Reino Unido. Propõe-se a criação de um portal público centralizado no Brasil com informações sobre operadores licenciados, reclamações e sanções, a exigência de divulgação periódica de dados agregados pelas plataformas (volume de apostas, RTP, incidência de comportamentos problemáticos) e a implementação de um sistema de classificação de risco das modalidades de apostas, de fácil compreensão.

Estas sugestões, informadas pela análise da legislação nacional e pelas experiências internacionais, visam não apenas sanar limitações da Lei nº 14.790/2023, mas também preparar o arcabouço regulatório brasileiro para os desafios futuros. O objetivo primordial é buscar um equilíbrio sustentável entre a liberdade de escolha, a viabilidade econômica do setor e a proteção efetiva da sociedade, especialmente dos mais vulneráveis. A concretização dessas medidas exigirá fortalecimento institucional e uma colaboração multissetorial para promover uma cultura de jogo responsável e consumo consciente no país.

3. CONCLUSÃO

A análise jurídica da atuação das casas de apostas no Brasil, com foco na proteção dos direitos do consumidor e nos limites legais da publicidade, revela um cenário complexo e em rápida transformação. A recente regulamentação do setor, por meio da Lei nº 14.790/2023, representa um avanço significativo ao retirar as apostas esportivas da zona cinzenta normativa em que se encontravam, estabelecendo parâmetros mais claros para sua operação e fiscalização.

No entanto, como demonstrado ao longo deste estudo, a mera existência de um marco regulatório não é suficiente para garantir a proteção efetiva dos consumidores. A aplicação dos princípios e normas do Código de Defesa do Consumidor às relações entre apostadores e plataformas de apostas demanda uma interpretação contextualizada, que considere as particularidades deste mercado e os riscos específicos a ele associados.

A distinção técnica entre jogos de azar e apostas esportivas, frequentemente negligenciada no debate público, revela-se fundamental para a compreensão adequada do regime jurídico aplicável. Enquanto os jogos de azar tradicionais caracterizam-se pela predominância do fator aleatório, as apostas esportivas baseiam-se em eventos reais, onde o resultado não é puramente aleatório, mas influenciado por diversos fatores analisáveis. Esta distinção, embora relevante do ponto de vista conceitual e legal, torna-se cada vez mais tênue com o surgimento de modalidades híbridas e a evolução tecnológica do setor.

No âmbito da proteção do consumidor, identificamos que as plataformas de apostas frequentemente operam por meio de contratos de adesão que contêm cláusulas potencialmente abusivas, como aquelas que limitam excessivamente a responsabilidade da empresa, estabelecem prazos exíguos para reclamações ou impõem condições onerosas para saques. Tais disposições, à luz do CDC, são passíveis de revisão judicial e declaração de nulidade, reforçando a importância da atuação dos órgãos de defesa do consumidor e do Poder Judiciário na garantia do equilíbrio contratual.

A publicidade de apostas emerge como um dos aspectos mais problemáticos e desafiadores da regulamentação do setor. As estratégias de marketing das plataformas, frequentemente agressivas e sofisticadas, recorrem cada vez mais a influenciadores digitais como principais vetores de promoção. Estes profissionais, ao vincularem sua imagem e credibilidade a serviços de apostas, assumem responsabilidade significativa pelos potenciais danos causados aos consumidores, especialmente quando omitem informações relevantes sobre riscos ou promovem expectativas irrealistas de ganhos.

A jurisprudência brasileira, ainda em formação sobre o tema, já sinaliza uma tendência de reconhecimento da responsabilidade civil dos influenciadores digitais, especialmente quando sua atuação ultrapassa o mero endosso e configura participação ativa na promoção de serviços potencialmente danosos. Esta tendência alinha-se à teoria da responsabilidade objetiva e solidária de todos os integrantes da cadeia de consumo, consagrada no CDC e reforçada pela doutrina especializada.

A análise crítica da legislação atual revela tanto avanços quanto limitações. Entre os principais desafios identificados, destacam-se a insuficiência de mecanismos de fiscalização, a ausência de regulamentação específica para publicidade, as limitações na proteção de grupos vulneráveis e as lacunas na regulamentação de novas modalidades de apostas. As experiências internacionais, especialmente de países com tradição mais longa na regulamentação do setor, oferecem insights valiosos para o aprimoramento do marco regulatório brasileiro.

As sugestões de aprimoramento legislativo e regulatório apresentadas neste estudo visam não apenas corrigir as limitações da legislação atual, mas também antecipar desafios futuros, considerando a natureza dinâmica e inovadora do mercado de apostas *on-line*. O fortalecimento dos mecanismos de fiscalização, a regulamentação específica da publicidade, a proteção reforçada a grupos vulneráveis e o aprimoramento do regime de responsabilidade civil são medidas essenciais para garantir um equilíbrio entre a liberdade de escolha dos consumidores, a viabilidade econômica do setor e a proteção efetiva contra os riscos associados às apostas.

Por fim, é importante ressaltar que a efetiva proteção dos direitos do consumidor no contexto das apostas *on-line* demanda uma abordagem multidisciplinar e a articulação de diferentes atores sociais e institucionais. O Direito, como instrumento de regulação social, deve dialogar com outras áreas do conhecimento, como a Psicologia, a Economia e a Saúde Pública, para compreender adequadamente os impactos das apostas na sociedade e desenvolver mecanismos eficazes de proteção.

O desafio que se apresenta para o sistema jurídico brasileiro é conciliar a inovação tecnológica e a liberdade econômica com a proteção dos consumidores, especialmente os mais vulneráveis. A evolução legislativa e jurisprudencial sobre o tema deve ser guiada pelos princípios fundamentais do Direito do Consumidor, como a boa-fé objetiva, a transparência e o equilíbrio contratual, adaptando-os às particularidades deste mercado em constante transformação. Somente assim será possível construir um ambiente regulatório que promova o desenvolvimento responsável do setor de apostas, garantindo simultaneamente a proteção efetiva dos direitos e interesses dos consumidores brasileiros.

ANEXO (Obrigatório)

