

INFLUENCIADORES DIGITAIS NAS REDES SOCIAIS: ANÁLISE JURÍDICA DA CONDUTA PELA DIVULGAÇÃO DOS JOGOS DE AZAR

**DIGITAL INFLUENCERS ON SOCIAL MEDIA: LEGAL ANALYSIS OF CONDUCT
REGARDING THE PROMOTION OF GAMES OF CHANCE**

Ciências Sociais Aplicadas • 27/08/2026

REGISTRO DOI: [10.70773/revistatopicos/787807869](https://doi.org/10.70773/revistatopicos/787807869)

Bruna Machado Munhoz Zanetoni¹

Patrícia Cardoso Medeiros²

RESUMO

O presente trabalho analisa a conduta dos influenciadores digitais na divulgação de jogos de azar online, com enfoque na possibilidade de sua responsabilização penal no ordenamento jurídico brasileiro. Parte-se da constatação de que esses agentes, ao consolidarem vínculos de proximidade e credibilidade com seus seguidores, adquirem expressiva capacidade de influenciar comportamentos de consumo, capacidade crescentemente empregada na promoção de plataformas de apostas não regulamentadas. Investigou-se a natureza jurídica da atividade exercida pelo influenciador digital, o enquadramento penal atualmente aplicável a essa conduta, notadamente a contravenção prevista no art. 50 do Decreto-Lei nº 3.688/1941 e sua confrontação com os crimes de estelionato, incitação ao crime e lavagem de dinheiro, bem como os limites entre a liberdade de expressão e a configuração do dolo. A pesquisa adotou metodologia qualitativa e exploratória, com base em revisão bibliográfica, legislativa e jurisprudencial, incluindo os relatórios da CPI das *Bets*. Constatou-se a existência de lacuna normativa e jurisprudencial quanto à responsabilização penal específica desses agentes, evidenciando descompasso entre a magnitude social do fenômeno e a resposta jurídica atualmente disponível, o que reforça a relevância do aprofundamento acadêmico sobre o tema.

Palavras-chave: influenciadores digitais; responsabilidade penal; jogos de azar; redes sociais; publicidade ilícita.

ABSTRACT

This paper analyzes the conduct of digital influencers in the promotion of online gambling, focusing on the possibility of their criminal liability under Brazilian law. It starts from the observation that these agents, by building bonds of proximity and credibility with their followers, acquire significant capacity to influence

consumer behavior, a capacity increasingly used to promote unregulated betting platforms. The study examines the legal nature of the activity carried out by digital influencers, the criminal framework currently applicable to this conduct, notably the misdemeanor set out in art. 50 of Decree-Law No. 3,688/1941 and its comparison with the crimes of fraud, incitement to crime, and money laundering, as well as the boundaries between freedom of expression and the establishment of criminal intent. The research adopted a qualitative and exploratory methodology, based on a review of legal doctrine, legislation, and case law, including reports from the Brazilian Senate's Parliamentary Committee of Inquiry on Betting (CPI das Bets). A normative and jurisprudential gap was identified regarding the specific criminal liability of these agents, revealing a mismatch between the social scale of the phenomenon and the legal response currently available, which reinforces the relevance of further academic study on the subject.

Keywords: digital influencers; criminal liability; gambling; social media; illegal advertising; criminal law.

1. INTRODUÇÃO

A popularização das redes sociais conferiu aos influenciadores digitais papel central na formação de opinião e no estímulo ao consumo. Ao longo da pesquisa, notou-se o crescente envolvimento desses agentes na divulgação de jogos de azar online, atividade cuja legalidade permanece controvertida no ordenamento jurídico brasileiro.

Verificou-se que essa promoção, muitas vezes apresentada como oportunidade de lucro fácil, levanta questões jurídicas relevantes quanto à responsabilidade penal dos influenciadores e aos limites da

liberdade de expressão, sobretudo diante de mecanismos identificados no decorrer da pesquisa, como as "contas viciadas" e o "cachê da desgraça alheia", apontados no âmbito da CPI das *Bets*.

Este trabalho tem como objetivo geral analisar a conduta dos influenciadores digitais na divulgação de jogos de azar, com enfoque na possível responsabilização penal. Como objetivos específicos, buscou-se: investigar a conceituação jurídica do influenciador digital; examinar a tipicidade penal aplicável à promoção de jogos de azar; identificar as lacunas legislativas e jurisprudenciais constatadas ao longo do levantamento; e refletir sobre os limites da liberdade de expressão diante de condutas potencialmente lesivas.

A pesquisa adotou metodologia qualitativa e exploratória, com base em doutrina, legislação e documentos oficiais, incluindo relatórios da CPI das *Bets*.

2. A FIGURA DO INFLUENCIADOR DIGITAL

A figura do influenciador digital pode ser compreendida como o indivíduo que, ao utilizar plataformas digitais, estabelece um processo de comunicação dirigido a um público segmentado. Tal interação materializa-se por meio do compartilhamento de elementos cotidianos, opiniões, preferências e experiências pessoais, o que possibilita a construção de um vínculo de proximidade e identificação com os seguidores. Essa relação, ao conferir legitimidade ao influenciador perante seu público, constitui-se como mecanismo capaz de orientar comportamentos de consumo e de promover produtos, marcas ou ideias. Nesse sentido, observa-se que tal capacidade de influência viabiliza a monetização da atividade,

consolidando-se, assim, como base estrutural para a construção de uma carreira profissional pautada na visibilidade digital. Nesse contexto, Crystal Abidin (2021) observa que “influenciadores são, portanto, um tipo muito específico de celebridades da internet que buscam transformar essa visibilidade online em uma carreira digital remunerável.”

No cenário brasileiro, o termo "influenciador digital" passou a ganhar maior relevância ao longo dos anos, acompanhando o crescimento expressivo das redes sociais e o consequente reconhecimento do impacto exercido por esses sujeitos sobre o comportamento coletivo. Atualmente, os influenciadores ocupam posição estratégica no mercado publicitário, em decorrência de sua elevada capacidade de engajamento e persuasão, atributos que os consolidam como agentes fundamentais na difusão de mensagens comerciais e no estímulo às práticas de consumo. Dados apontam que, em 2025, o Brasil alcançou a marca de 2 milhões de influenciadores digitais, representando um crescimento de 67% em relação ao ano anterior, sendo a maioria composta por jovens entre 25 e 34 anos (Andrade, 2025).

Embora a prática de promover produtos por meio de terceiros não seja recente, a ascensão dos influenciadores digitais relaciona-se diretamente à modernização dos meios de comunicação e à popularização da internet, que permitiu a indivíduos comuns conquistar audiências vastas, muitas vezes superiores às de personalidades midiáticas tradicionais. Surgiu, assim, um novo modelo de comunicação e marketing, marcado pela personalização, interatividade e apelo afetivo, com repercussões nos campos social, cultural e econômico.

Inicialmente reconhecidos por designações específicas como *blogueiros*, *youtubers* e *vloggers*, atuantes em nichos delimitados, esses sujeitos viram o conceito se ampliar com a diversificação das plataformas, passando a englobar influenciadores que transformam a própria rotina em conteúdo central, pautado na autenticidade como elemento de fidelização. Um aspecto que distingue estes sujeitos em relação às celebridades convencionais é a relação direta e contínua com os seguidores, potencializada pelas ferramentas interativas das redes sociais, proximidade que gera credibilidade capaz de moldar comportamentos e orientar posicionamentos sobre diversos temas.

2.1. Trabalho Digital e Autonomia Contratual

O crescimento acelerado do mercado digital, associado à consequente profissionalização da produção de conteúdo, tem suscitado relevantes discussões no campo jurídico acerca da natureza das relações contratuais estabelecidas com influenciadores digitais.

Ainda que a atuação desses profissionais se desenvolva à margem dos moldes clássicos da relação de emprego, observa-se que tal atividade frequentemente constitui seu principal, senão exclusiva fonte de renda, sendo exercida mediante obrigações contratuais específicas, cumprimento de metas e rotinas de trabalho organizadas. Tais elementos têm fomentado o debate acerca da eventual configuração de vínculo empregatício nessas relações.

Sob a perspectiva da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), a caracterização do vínculo empregatício pressupõe a presença de requisitos essenciais, dentre os quais se destacam a prestação

pessoal e habitual de serviços, a onerosidade e, notadamente, a subordinação jurídica. Este último elemento traduz-se na prerrogativa do empregador de dirigir, fiscalizar e controlar a execução das atividades laborais, constituindo o critério nuclear de distinção entre a relação de emprego e outras modalidades de prestação de serviços.

Não obstante, no contexto específico dos influenciadores digitais, a subordinação jurídica assume contornos peculiares, os quais desafiam a aplicabilidade tradicional desse conceito e demandam uma releitura hermenêutica adequada às particularidades da atividade exercida no ambiente das plataformas digitais. Conforme ressalta Naiara Insauriaga (2024):

[...] quando há autonomia criativa e ausência de controle direto, a subordinação não se configura. “Isso porque a liberdade para determinar conteúdo, horário e estilo de trabalho é essencial para a autenticidade do influenciador – um fator crítico para o sucesso dessas parcerias.

Embora o influenciador digital possa não se enquadrar tecnicamente na categoria de empregado, essa circunstância não o exclui da condição de trabalhador. Observa-se, no cenário contemporâneo, a complexidade de adequar os influenciadores digitais aos modelos convencionais do Direito do Trabalho, uma vez que, apesar do reconhecimento jurídico da profissão, sua atuação está mais relacionada ao espírito empreendedor e à busca por independência financeira do que a um vínculo empregatício tradicional.

Nesse sentido, a profissão de influenciador digital foi recentemente incorporada à Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), sob o código 2534-10, a partir de estudo técnico que analisou as atribuições e o perfil dos profissionais dessa área. Passaram também a ser considerados sinônimos da atividade os termos criador, produtor e gerador de conteúdo digital (Brasil, 2021). A formalização da profissão avança com esse reconhecimento, ainda que isso não resulte, de forma imediata, na caracterização do vínculo empregatício previsto na Consolidação das Leis do Trabalho.

Assim, ainda que não sejam reconhecidos como categoria profissional pela CLT, sua inclusão na CBO confirma o reconhecimento administrativo da profissão no mercado, sinalizando que a atividade deixou de ser vista como mero passatempo para assumir contornos cada vez mais profissionais.

2.2. Influência, Impacto e Poder Persuasivo

O ambiente digital, não obstante apresentar certo grau de informalidade e descentralização, consolidou-se como um dos principais espaços de formação de opinião e consumo na contemporaneidade. Em razão de seu alcance massivo e de sua linguagem acessível, as redes sociais transformaram a forma como os indivíduos se relacionam com a informação, com o entretenimento e, sobretudo, com o mercado de consumo.

Verifica-se que, inicialmente associados ao entretenimento e à espontaneidade, esses agentes profissionalizaram-se ao longo do tempo e passaram a atuar como mediadores entre marcas e consumidores, valendo-se da credibilidade afetiva construída junto a seus seguidores. Tal relação assimétrica confere-lhes não apenas

visibilidade, mas também autoridade sobre o comportamento de sua audiência. Nesse sentido, dados apresentados pela Exame demonstram que 78% dos consumidores brasileiros afirmam confiar nas recomendações feitas por influenciadores digitais, índice que supera o de outras formas tradicionais de publicidade (Pio, 2024).

Cumprе destacar que parte dessa autoridade decorre da forma como esses profissionais constroem e expõem suas rotinas. Observa-se que muitos compartilham uma realidade de caráter aspiracional, marcada por padrões idealizados de beleza, consumo e sucesso. Viagens, bens de alto valor e estilos de vida seletos compõem um imaginário de "vida perfeita" que, ao ser reiteradamente consumido pela audiência, promove mecanismos de comparação, desejo e busca por pertencimento social.

É nesse cenário de forte apelo emocional que se insere a divulgação de práticas potencialmente ilícitas, a exemplo dos jogos de azar online. Ainda que tais jogos integrem o imaginário humano desde tempos remotos e sejam considerados, por parcela significativa da sociedade, uma forma legítima de entretenimento, sua promoção pública por influenciadores digitais suscita implicações jurídicas e sociais novas e delicadas. Isso porque, ao serem apresentados sob tom lúdico, acompanhados de promessas de lucro fácil e acessível, tais conteúdos tendem a normalizar condutas cuja legalidade é, no mínimo, controversa. Como destaca Bottini (2024):

Gostemos ou não, os jogos e apostas como entretenimento existem desde os tempos imemoriais, e é preciso assegurar que esse tipo de entretenimento seja legítimo e não atividade criminosa.

Cumpra esclarecer que o cerne da questão não recai sobre os jogos de azar em si, mas sobre a forma como estes são promovidos por parte dos influenciadores digitais, que, em determinados casos, podem omitir riscos, apresentar ganhos de forma pouco realista e conduzir o público a interpretações equivocadas, o que tende a ampliar os efeitos em razão do alcance dessas publicações. Discute-se, nesse sentido, se tal conduta ultrapassaria a esfera comunicacional para assumir contornos jurídicos, ainda que o influenciador não detenha controle direto sobre a plataforma, na medida em que sua atuação pode contribuir para a legitimação social das apostas ilegais.

Verifica-se que a sua eventual responsabilidade não pode ser afastada de plano, considerando-se a amplitude dos efeitos decorrentes de sua comunicação. Trata-se de profissionais que, embora atuem fora dos modelos tradicionais de trabalho, exercem influência com impacto direto sobre a coletividade.

3. JOGOS DE AZAR NA ERA DIGITAL

Os jogos de azar apresentam presença histórica no Brasil desde o período colonial, quando foram introduzidos pelos colonizadores portugueses, que trouxeram práticas como roleta, dados e jogos de cartas. Registros indicam que, já no século XVIII, tais atividades eram desenvolvidas em salões e estabelecimentos públicos (IBJR, 2025). A partir do século XX, com a edição do Decreto-Lei nº 3.688/1941, conhecido como Lei das Contravenções Penais, o país passou a vedar expressamente a exploração dessas práticas, ressalvadas exceções restritas, como as loterias oficiais. Nesse sentido, dispõe o artigo 50 do referido decreto que constitui contravenção penal "estabelecer ou explorar jogo de azar em lugar público ou acessível

ao público, mediante o pagamento de entrada ou sem ele" (Brasil, 1941), prevendo-se pena de prisão simples, de três meses a um ano, e multa, além da perda dos móveis e objetos de decoração do local utilizado para a prática.

Desde então, a legislação pátria tem coibido a promoção e a exploração de jogos de azar, ressalvadas regulamentações pontuais mais recentes, como as relativas às apostas esportivas. O conceito jurídico de jogo de azar compreende, nesse contexto, atividades cujo resultado depende predominantemente da sorte, envolvendo apostas com risco financeiro. Ainda que se trate de prática histórica e culturalmente difundida, sua proibição no ordenamento brasileiro tem por finalidade a tutela de bens jurídicos como a ordem econômica, a saúde pública e a integridade moral.

Com a expansão das redes sociais e do ambiente digital, as plataformas online consolidaram-se como principal meio de divulgação e promoção dos jogos de azar, muitas vezes de forma clandestina e à margem da legalidade. Nesse cenário, os influenciadores digitais utilizam-se de estratégias variadas, tais como transmissões ao vivo interativas, publicações em feeds, reels e stories, além de links afiliados acompanhados de cupons promocionais, com o objetivo de atrair seguidores e incentivá-los à prática de apostas.

Essa atividade ilícita traz sérios riscos sociais, especialmente para grupos vulneráveis.

Como destaca Pierpaolo Cruz Bottini (2024):

O crescente endividamento da já combatida população brasileira com o jogo é preocupante. Ainda que não haja consenso sobre valores, impressionam os volumes gastos no setor pelos beneficiários do Bolsa Família. Empresas de varejo e de ensino sentem os impactos da troca de bens de consumo e educação por fichas de apostas, e cresce a preocupação com o endividamento e o possível vício de adolescentes nos cassinos virtuais.

O impacto financeiro decorrente de tais práticas encontra respaldo em casos concretos veiculados pela imprensa especializada. Conforme relatado pela Gazeta de São Paulo, uma assistente pessoal relatou ter incorrido em prejuízo de aproximadamente R\$ 200 mil no denominado "Jogo do Tigrinho", circunstância que a levou à alienação de seu negócio próprio para quitação das dívidas contraídas. A referida matéria evidencia, ademais, a existência de mais de 500 boletins de ocorrência registrados em São Paulo, lavrados por usuários que relataram dificuldades no resgate de valores prometidos, bem como pressão para novos depósitos, mesmo após ganhos iniciais (Gasparini, 2024).

Diante dos prejuízos financeiros associados às apostas online, o Senado Federal instaurou, em novembro de 2024, a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) das Bets, com a finalidade de investigar o crescimento dessas plataformas, seus impactos econômicos sobre as famílias, eventuais práticas de lavagem de dinheiro e o papel dos influenciadores digitais na divulgação das apostas. Em junho de 2025, a relatora, senadora Soraya Thronicke, apresentou relatório final propondo o indiciamento de 16 pessoas e medidas regulatórias, documento rejeitado por quatro votos a três.

Não obstante, a comissão teve papel relevante ao revelar práticas fraudulentas e manipulações no setor (Senado, 2025).

Os casos investigados evidenciam esquema estruturado de fraude envolvendo influenciadores e operadores de plataformas ilegais. Verificou-se a utilização das denominadas "contas viciadas", isto é, contas previamente manipuladas para assegurar vitórias artificiais durante transmissões ao vivo ou conteúdos promocionais (Agência Senado, 2025). Tais ganhos são apresentados como autênticos, com a finalidade de induzir a crença de que o sucesso seria acessível à generalidade dos usuários, configurando mecanismo de publicidade enganosa apto a distorcer a percepção do risco.

Identificou-se, ainda, o denominado "cachê da desgraça alheia", modelo no qual o influenciador percebe percentual proporcional às perdas financeiras dos usuários cadastrados por meio de seu link de indicação, quanto mais expressivas as perdas dos seguidores, maior o proveito econômico do divulgador, o que evidencia lógica de exploração da vulnerabilidade emocional e econômica do público (Carlucci, 2025).

Embora tais plataformas indiquem restrição a maiores de 18 anos, a facilidade de acesso, associada à ampla divulgação por criadores de conteúdo, contribui para que o jogo se torne recorrente nos feeds das redes sociais, circunstância que amplia o risco de aliciamento de usuários cada vez mais jovens.

4. ENQUADRAMENTO PENAL E RESPONSABILIZAÇÃO DOS AGENTES

A análise da responsabilidade penal dos influenciadores digitais exige cautela, especialmente diante do princípio constitucional da

legalidade. A relevância social ou moralmente questionável de determinada conduta não é suficiente para sua criminalização, sendo indispensável a existência de previsão legal anterior e a demonstração dos elementos objetivos e subjetivos do tipo penal correspondente. Assim, a questão central não consiste em determinar genericamente se o influenciador que divulga apostas deve ser punido, mas em identificar em que circunstâncias sua atuação ultrapassa os limites da publicidade e passa a apresentar relevância penal.

A conduta do influenciador digital que divulga, promove ou incentiva a prática de jogos de azar por meio de redes sociais é enquadrada, na legislação penal vigente, como contravenção penal, nos termos do diploma que tipifica a exploração de jogo de azar. Constata-se, todavia, mediante exame sistemático da legislação penal em vigor, que o Código Penal brasileiro não prevê, até o presente momento, tipo penal específico destinado a criminalizar de forma autônoma a atividade de divulgação de jogos de azar exercida por agentes digitais, tampouco disciplina de modo particularizado a responsabilização penal decorrente do uso de redes sociais para essa finalidade.

A análise da legislação em vigor permite formular um questionamento de natureza dogmática: diante da expressiva capilaridade social alcançada pelos influenciadores digitais e do volume de divulgação por eles promovido, observa-se descompasso entre a magnitude da conduta analisada e o enquadramento jurídico atualmente disponível, o que suscita indagação acerca dos motivos pelos quais o legislador penal brasileiro não avançou, até o momento, na tipificação autônoma dessa conduta, permanecendo esta subsumida a uma contravenção penal.

Tal descompasso torna-se ainda mais evidente quando confrontado com outros tipos penais aplicáveis a condutas de natureza semelhante, notadamente o crime de estelionato e o crime contra a economia popular, entre os quais se verifica distinção estrutural relevante. O estelionato pressupõe a obtenção de vantagem ilícita em prejuízo de vítima determinada, mediante fraude ou engano direto, ao passo que o crime contra a economia popular incide quando a lesão atinge grupo indeterminado de pessoas, configurando dano de natureza coletiva ou difusa.

Destaca-se, nesse ponto que, o estelionato, cuja lesão atinge, em regra, vítima determinada, possui penalidade mais severa do que condutas capazes de lesar, simultaneamente, milhares de consumidores.

Nesse contexto, identifica-se, na literatura jurídica, o debate acerca do denominado "estelionato em massa", expressão que designa fraudes direcionadas a expressivo número de vítimas. Trata-se de conceito ainda não consolidado na doutrina e na jurisprudência pátrias, verificando-se divergências quanto à sua aplicação. Embora o tipo penal do estelionato pressuponha, tradicionalmente, a existência de vítima determinada, discute-se se tal requisito se aplica, com o mesmo rigor, aos seguidores de influenciadores digitais, uma vez que nem sempre é possível identificar individualmente cada pessoa atingida pela conduta.

Observa-se, por outro lado, que os seguidores de determinado perfil constituem grupo específico e identificável, formando nicho de vítimas potencialmente determináveis, o que relativiza, em certa medida, o obstáculo apontado. Ademais, considerando que o estelionato constitui crime de ação penal pública condicionada à

representação, levanta-se questionamento acerca da necessidade de que cada vítima apresente representação individualmente, circunstância que evidencia lacunas interpretativas relevantes para a persecução penal dessa modalidade de conduta.

Essa desproporcionalidade entre os tipos penais analisados é objeto de crítica na doutrina especializada. Como pontua o professor Alexandre Zamboni (2025):

Considerando que o delito de obtenção de ganhos ilícitos em detrimento de um número indeterminado de pessoas tem um potencial lesivo muito maior que o estelionato, é um absurdo que a pena prevista para aquele seja muito menor do que a de estelionato.

A disparidade de tratamento penal identificada entre os tipos analisados é apontada, na literatura jurídica, como fator que pode repercutir sobre a efetividade da repressão penal, na medida em que condutas com potencial de atingir número expressivo de pessoas recebem, em determinados casos, resposta sancionatória menos severa do que condutas voltadas a vítimas individualmente determinadas.

Ademais, verifica-se que os influenciadores digitais que promovem jogos de azar ilegais podem, em tese, ser responsabilizados pelo crime de incitação ao crime, tipificado no art. 286 do Código Penal, o qual dispõe que constitui conduta típica "incitar, publicamente, a prática de crime" (BRASIL, 1940). Trata-se de tipo penal de natureza formal, que se consuma no simples ato de incitação, independentemente da efetiva prática do crime incitado por parte

dos destinatários da mensagem. No contexto da comunicação digital, constata-se que a ampla capacidade de disseminação característica das redes sociais potencializa os efeitos inerentes a essa conduta, na medida em que confere alcance massivo às mensagens veiculadas, circunstância que permite atribuir ao influenciador digital responsabilidade pela indução de terceiros à prática de conduta ilícita, ainda que este não participe diretamente da execução do delito incitado.

A lavagem de dinheiro, por sua vez, encontra-se tipificada na Lei nº 9.613/1998, diploma que dispõe sobre os crimes de ocultação e dissimulação da origem ilícita de bens, direitos e valores. Verifica-se, no contexto das apostas ilegais e da atuação de influenciadores digitais, recorrente utilização dessas plataformas como instrumento de trânsito e dissimulação de capitais de origem criminosa.

Além disso, verifica-se que a participação ativa ou conivente dos influenciadores digitais que promovem jogos ilícitos ou veiculam publicidade enganosa pode-se analisar o possível enquadramento como ato colaborativo na cadeia delitiva, na medida em que tal atuação favorece a captação de novos usuários e a consequente movimentação de valores de origem ilícita através das plataformas de apostas.

4.1. Das Decisões, Jurisprudência e do Panorama Atual

O Superior Tribunal de Justiça, no julgamento do Recurso em Habeas Corpus nº 132.655/RS, firmou entendimento no sentido da impossibilidade de aplicação cumulativa dos referidos tipos penais quando decorrentes dos mesmos fatos, sob pena de configuração de *bis in idem*. Na ocasião, a Corte Superior reconheceu que, em

hipóteses envolvendo esquemas de natureza equiparável a pirâmides financeiras ou apostas em massa, o enquadramento típico deve recair sobre o crime contra a economia popular, em razão da dimensão coletiva do prejuízo causado (STJ, 2021).

No que se refere à legislação correlata, a Lei nº 13.756/2018, instituiu o regime de autorização para a exploração comercial de apostas de quota fixa no território nacional, conferindo ao Poder Executivo prazo de dois anos, prorrogável por igual período, para regulamentação do setor. Constata-se que tal lacuna temporal permitiu a proliferação de plataformas digitais de apostas, as denominadas *bets*, muitas delas sediadas no exterior e operando em ambiente jurídico desregulado. (BRASIL, 2018).

Conforme dados oficiais da Secretaria de Prêmios e Apostas do Ministério da Fazenda, desde janeiro de 2025 somente empresas devidamente autorizadas podem operar no mercado nacional de apostas de quota fixa, mediante utilização obrigatória do domínio “.bet.br”. A regulamentação passou, ainda, a prever mecanismos de fiscalização, monitoramento e combate à exploração ilegal das plataformas digitais de apostas, o que evidencia a preocupação estatal com os impactos econômicos e sociais decorrentes da atividade (BRASIL, 2025).

Com a promulgação da Lei nº 14.790/2023, o Estado brasileiro iniciou a efetiva regulamentação do mercado de apostas de quota fixa e jogos online, estabelecendo exigências para a concessão de autorizações, sistemática de taxação progressiva, restrições à atuação de operadores estrangeiros e diretrizes publicitárias (BRASIL, 2023). Referida norma tem por finalidade conter o avanço desordenado do setor, proteger o consumidor e evitar que as

apostas online sejam utilizadas como mecanismo de ocultação de ativos ilícitos.

Como destaca Pierpaolo Cruz Bottini (2022):

É preciso buscar essas experiências bem sucedidas, adaptá-las e desenvolvê-las para que o jogo não seja usado, no Brasil, como um instrumento de facilitação da lavagem de dinheiro.

No âmbito jurisprudencial, o julgamento do Mandado de Segurança nº 35.216/DF, o Supremo Tribunal Federal reconheceu a legitimidade da remessa do relatório final de Comissão Parlamentar de Inquérito ao Ministério Público e à Polícia Federal, ressaltando a relevância das investigações parlamentares no enfrentamento de práticas potencialmente criminosas envolvidas em jogos de azar (BRASIL, STF, 2023).

No mesmo sentido, o Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, ao apreciar a Apelação Criminal nº 1500068-18.2024.8.26.0491, manteve condenação por lavagem de dinheiro (art. 1º, caput e § 1º, da Lei nº 9.613/1998) em concurso com contravenção penal de exploração de jogo de azar (art. 50, § 3º, alínea "a", do Decreto-Lei nº 3.688/1941), reconhecendo que a ré havia extrapolado a condição de mera apostadora para promover e explorar sistematicamente jogos de azar por meio de redes sociais, com divulgação reiterada, incentivo à adesão de terceiros e disponibilização de links de acesso.(SÃO PAULO, TJSP, 2026)

Já o Tribunal de Justiça do Estado do Ceará, no julgamento do Habeas Corpus Criminal nº 0630405-54.2025.8.06.0000, o acórdão destacou que, a extensão de benefícios prevista no art. 580 do Código de Processo Penal pressupõe identidade fático-processual entre corréus, não sendo cabível quando verificada distinção relevante na natureza e na hierarquia da conduta imputada, no caso, a diferença entre mera divulgação de plataformas ilegais e efetiva estruturação financeira e organizacional do esquema (CEARÁ, TJCE, 2025).

Não obstante os esforços regulatórios e a existência de precedentes pontuais acerca de condutas correlatas, constatou-se, ao longo do levantamento jurisprudencial realizado para os fins desta pesquisa, uma significativa escassez de decisões judiciais que enfrentem, de forma específica e aprofundada, a responsabilização penal dos agentes que atuam na promoção e divulgação de plataformas de apostas ilegais, notadamente no que se refere à figura do influenciador digital ou do divulgador que, sem necessariamente deter o controle direto da estrutura de exploração do jogo, contribui de maneira relevante para a captação de apostadores e para a difusão massiva dessas práticas.

Verificou-se, com efeito, que os julgados localizados concentram-se majoritariamente na análise de condutas já consolidadas, como a organização, a gestão ou o financiamento direto das plataformas, não tendo sido identificados, no âmbito da pesquisa realizada, posicionamentos de magistrados ou desembargadores que enfrentem, de modo sistematizado, os limites e os contornos da responsabilização penal específica do agente divulgador enquanto categoria autônoma de análise. Tal circunstância evidencia a existência de uma lacuna não apenas normativa, diante da ausência

de tipificação legal expressa e uniforme para essa modalidade de conduta, mas também jurisprudencial, na medida em que os tribunais pátrios ainda não consolidaram entendimento uniforme sobre a matéria.

Essa constatação reforça a relevância do presente estudo, na medida em que a ausência de decisões consolidadas e de doutrina específica sobre o tema contribui para um cenário de insegurança jurídica, tanto para os operadores do Direito quanto para os próprios investigados, dificultando a construção de parâmetros claros de imputação penal e de dosimetria da pena aplicável a essa categoria de agentes.

5. ASPECTOS SUBJETIVOS E DIREITO FUNDAMENTAL À EXPRESSÃO

O Direito Penal brasileiro, em observância ao princípio da culpabilidade, exige que toda conduta penalmente relevante esteja acompanhada de intenção consciente dirigida ao resultado ou, nos casos autorizados pelo tipo penal, de comportamento negligente, imprudente ou imperito. Depreende-se, assim, que a mera existência de conduta aparentemente lesiva não é suficiente para configurar a responsabilidade penal, sendo necessário verificar se o agente atuou com vontade dirigida à prática do crime ou, quando cabível, se sua conduta culposa extrapolou os limites da diligência exigível.

Observa-se, todavia, que a comprovação do elemento subjetivo apresenta particular complexidade no contexto das interações digitais. O discurso veiculado nesse ambiente é frequentemente marcado por ambiguidade, informalidade, humor e expressões

indiretas, circunstâncias que dificultam a aferição da intenção do agente.

Nesse sentido, elementos como a existência de contratos de publicidade, os ganhos financeiros vinculados à divulgação de plataformas de apostas e a reiteração de campanhas promocionais mesmo após alertas públicos constituem indícios relevantes para a formação do convencimento judicial acerca da presença do dolo. Verifica-se, portanto, que a análise não se restringe ao conteúdo ostensivo da mensagem veiculada, mas abrange o conjunto probatório apto a revelar a consciência e a vontade do agente, como afirma Aury Lopes Jr. (2025, p. 138):

O processo penal e a prova nele admitida integram o que se poderia chamar de modos de construção do convencimento do julgador, que formará sua convicção e legitimará o poder contido na sentença.

Nessa perspectiva, cumpre diferenciar as modalidades de atuação do influenciador digital conforme o grau de vinculação contratual e de conhecimento acerca dos riscos envolvidos. Nos casos em que há celebração de contrato de publicidade com plataformas de jogos de azar não regulamentadas ou expressamente ilegais, infere-se a ciência do agente quanto aos riscos e ao potencial lesivo social decorrente da promoção dessas atividades.

A amplitude do alcance conferido pelas redes sociais, associada ao potencial persuasivo desses agentes, constitui fator relevante para a análise da conduta, na medida em que a divulgação de resultados apresentados como certos ou de promessas de ascensão financeira

rápida ultrapassa a esfera do entretenimento e aproxima-se da indução a conduta potencialmente lesiva, circunstância que demanda exame jurídico específico, não obstante as dificuldades inerentes à comprovação do dolo.

Argumenta-se, com frequência, que a divulgação de tais plataformas configuraria mera prestação de serviço publicitário, dirigida a público maior de idade, o que afastaria a responsabilização do divulgador.

Nesse ponto, apresenta-se relevante justificativa fundada na liberdade de expressão como argumento para afastar a responsabilização penal, sob a alegação de que a conduta do influenciador restringir-se-ia à divulgação de conteúdo, no exercício do direito de manifestação, especialmente quando ressalvada a restrição etária de acesso. Cumpre ressaltar, contudo, que tal argumento não comporta caráter absoluto.

A liberdade de expressão constitui direito fundamental assegurado constitucionalmente, não havendo hierarquia entre os direitos fundamentais, de modo que seu exercício deve observar o princípio da proporcionalidade e a necessária harmonização com os demais direitos tutelados pelo ordenamento jurídico, não podendo ser utilizada em prejuízo da privacidade, da honra, da imagem ou da intimidade de terceiros, tampouco de modo a comprometer a segurança e a ordem social (Romita, 2015).

Destaca-se que a liberdade de expressão não constitui salvo-conduto para a prática de crimes. A internet, embora seja um espaço permeado por diferentes opiniões, não está imune ao cumprimento da legislação. Como destaca Carrion (2024, p. 48):

A internet, apesar de ser um espaço repleto de opiniões diversas, não está isenta das leis que regem nosso país e mundo. Assim, quando os Influenciadores Digitais ultrapassam os limites da liberdade de expressão e adentram no terreno da violação de direitos, a responsabilização penal se torna uma ferramenta essencial.

Questiona-se, nesse contexto, se a proteção conferida pela liberdade de expressão alcançaria discursos que incentivem ou legitimem condutas tipificadas como crime, notadamente quando emanados de agentes dotados de notoriedade e credibilidade pública.

A liberdade de expressão, conquanto assegurada constitucionalmente, comporta limites delineados pelo respeito aos demais direitos fundamentais, de modo que sua extrapolação pode ensejar responsabilização penal, em atenção ao equilíbrio entre a liberdade individual e a proteção de direitos de terceiros. Nesse contexto, compete ao Estado Democrático de Direito assegurar que a liberdade de expressão não seja utilizada como instrumento de promoção de atividades ilícitas, cabendo-lhe o dever de proteção dos direitos fundamentais e do interesse público. Conforme destacam Silva, Cardoso e Passos (2022, p. 73):

Nesse sentido é imperioso concluir que, se há uma lesão ou risco de lesão há algum direito fundamental ou interesse público, deve o Estado atuar e coibir que no ambiente virtual haja tais atos, levando em consideração que para que haja o ato lesivo houve uma atuação humana pretérita.

A liberdade de expressão constitui, portanto, direito assegurado a todos os indivíduos, inclusive aos influenciadores digitais, devendo ser respeitada como pilar essencial do regime democrático. Seu exercício, contudo, demanda análise criteriosa, apta a distinguir a manifestação legítima de opinião das condutas que extrapolam os limites legais e éticos — distinção que se revela relevante não apenas à proteção da coletividade, mas também à segurança jurídica dos próprios agentes envolvidos. Nesse sentido, o desafio jurídico contemporâneo não reside na restrição da liberdade de expressão, mas no aprimoramento dos mecanismos de aferição do dolo e da culpa, de modo a assegurar o exercício responsável desse direito, à luz dos princípios constitucionais que regem o ordenamento jurídico brasileiro.

6. CONCLUSÃO

A figura do influenciador digital ocupa posição de destaque nos planos social, cultural e econômico, atuando como formador de opinião e potencial direcionador de comportamentos. A relação de confiança estabelecida com o público confere a esse agente capacidade de persuasão expressiva, circunstância que assume relevância jurídica quando sua atuação se associa à divulgação de práticas potencialmente lesivas, a exemplo dos jogos de azar,

sobretudo por se tratar, na maior parte dos casos analisados, não de expressão pessoal despretensiosa, mas de atividade profissionalizada, regida por instrumentos contratuais e contrapartidas financeiras expressivas. Depreende-se, assim, que alegações de desconhecimento ou de ausência de intenção lesiva devem ser submetidas a exame rigoroso, notadamente diante da celebração de acordos publicitários direcionados à promoção de plataformas de reputação duvidosa ou de natureza ilegal.

O crescimento acelerado do ambiente digital impõe ao Estado a necessidade de acompanhamento das transformações tecnológicas e jurídicas dele decorrentes, sob pena de favorecer a perpetuação de práticas ilícitas, com efeitos potencialmente mais acentuados sobre públicos em situação de maior vulnerabilidade, como adolescentes e pessoas em condição socioeconômica precária. Verifica-se, nesse sentido, um descompasso entre a velocidade das transformações digitais e a capacidade de resposta do aparato estatal.

Nesse sentido, cumpre destacar que, no decorrer do levantamento bibliográfico, legislativo e jurisprudencial realizado para os fins desta pesquisa, verificou-se acentuada escassez de material especificamente voltado à responsabilização penal do influenciador digital na divulgação de jogos de azar. Constatou-se a ausência de tipo penal específico que discipline essa conduta de forma autônoma, bem como reduzido número de decisões judiciais que enfrentem, de modo direto e aprofundado, a matéria objeto deste estudo, não tendo sido localizados, no âmbito da pesquisa, posicionamentos consolidados de magistrados ou desembargadores voltados especificamente à figura do divulgador digital enquanto categoria de agente autônoma. Tal constatação, por si só, revela-se elemento relevante para a compreensão do

problema, na medida em que evidencia uma assimetria entre a velocidade de expansão do fenômeno analisado e o desenvolvimento das respostas normativas e jurisprudenciais a ele correspondentes.

A liberdade de expressão, conquanto constitua direito fundamental essencial à democracia, não comporta, conforme já analisado, extensão que a converta em fundamento absoluto para a prática de condutas ilícitas. A interpretação segundo a qual toda forma de divulgação ou incentivo a jogos de azar estaria amparada por esse direito revela-se incompatível com os princípios que orientam o ordenamento jurídico, notadamente o dever estatal de proteção dos cidadãos. Verifica-se que tais práticas produzem efeitos concretos e mensuráveis, associados ao endividamento e ao comprometimento patrimonial de indivíduos induzidos por meio de estratégias comunicacionais que dissimulam finalidade comercial sob a aparência de entretenimento.

Conclui-se, portanto, que a atribuição de responsabilidade penal automática aos influenciadores digitais pela mera divulgação de apostas eletrônicas não encontra respaldo jurídico adequado. A responsabilização penal, nesse contexto, deve necessariamente decorrer de análise individualizada da conduta praticada, considerando-se a existência de previsão legal específica, o nexo entre a atuação do agente e a prática ilícita investigada, bem como a comprovação do elemento subjetivo exigido pelo tipo penal aplicável, sob pena de se incorrer em responsabilização objetiva incompatível com os postulados do Direito Penal contemporâneo.

Os resultados da presente pesquisa evidenciam, ainda, a necessidade de aperfeiçoamento contínuo dos marcos legislativo,

regulamentar e jurisprudencial relativos à publicidade de apostas nas redes sociais, notadamente em razão da crescente influência econômica e social exercida pelos criadores de conteúdo digital no cenário contemporâneo.

Verifica-se que o principal desafio a ser enfrentado pelo ordenamento jurídico brasileiro reside na conciliação entre a proteção dos consumidores e a repressão às práticas criminosas associadas à publicidade irregular de apostas, de um lado, e a preservação dos princípios da legalidade, da culpabilidade, da liberdade de expressão e da intervenção mínima do Direito Penal, de outro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA, Senado. **CPI das *Bets* rejeita relatório final.** Senado Notícias, 12 jun. 2025. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2025/06/12/cpi-das-bets-rejeita-relatorio-final>. Acesso em: 22 out. 2025.

AGÊNCIA, Senado. **CPI: delegado mostra que *bets* ilegais e influenciadores mentem para lucrar mais.** Senado Notícias, 22 abr. 2025. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2025/04/22/cpi-delegado-mostra-que-bets-ilegais-e-influenciadores-mentem-para-lucrar-mais>. Acesso em: 30 jun. 2025.

ANDRADE, Gabriela. **Brasil chega a marca de 2 milhões de influenciadores.** Metrôpoles, 3 abr. 2025. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/m-buzz/brasil-tem-2-milhoes-de-influenciadores-diz-pesquisa>. Acesso em: 19 ago. 2025.

BOTTINI, Pierpaolo Cruz. **Jogos de azar e lavagem de dinheiro.** Consultor Jurídico, 26 fev. 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-fev-26/pierpaolo-cruz-bottini-jogos-azar-lavagem-dinheiro>. Acesso em: 2 jul. 2025.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria de Prêmios e Apostas. **Apostas de quota fixa.** Brasília, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/fazenda/ptbr/composicao/orgaos/secretaria-de-premios-e-apostas/apostas-de-quota-fixa/apostas-de-quota-fixa>. Acesso em: 02 jun. 2026.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Classificação Brasileira de Ocupações – CBO: código 2534-10 – Influenciador digital.** MTECBO. Disponível em: <https://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/saibaMais.jsf>. Acesso em: 22 out. 2025

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Sexta Turma. **Recurso em Habeas Corpus nº 132.655/RS**, Relator: Ministro Rogério Schietti Cruz. Julgado em 28 set. 2021. Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=202002061910. Acesso em: 5 ago. 2025.

CARLUCCI, Manoela. CNN BRASIL. **O que é “cachê da desgraça alheia”, citado em depoimento de Virgínia Fonseca.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/o-que-e-cache-da-desgraca-alheia-citado-em-depoimento-de-virginia-fonseca/>. Acesso em: 30 jun. 2025.

CARRION, Anna Carolina Zanella Machado. **Influenciadores digitais e a responsabilização penal: uma análise da divulgação de jogos de azar nas redes sociais.** Pg 48. 2024. Trabalho de Conclusão de

Curso – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2024.

CUNHA, Marcella. **CPI das Bets pede indiciamento de 16 pessoas, incluindo influencers.** Rádio Senado, 10 jun. 2025. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2025/06/10/cpi-das-bets-pede-indiciamento-de-16-pessoas-incluindo-influencers>. Acesso em: 30 jun. 2025.

GARIBALDI, Fernanda; BOTTINI, Pierpaolo Cruz. **O desafio de regular as bets.** Folha de S.Paulo, São Paulo, 14 out. 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2024/10/o-desafio-de-regular-as-bets.shtml>. Acesso em: 2 jul. 2025.

GASPARINI, Felipe. **Como o 'Jogo do Tigrinho' engana vítimas com promessas falsas.** Gazeta SP, 3 jul. 2024. Disponível em: <https://www.gazetasp.com.br/cotidiano/como-o-jogo-do-tigrinho-engana-vitimas-com-promessas-falsas-veja/1139416/>. Acesso em: 2 jul. 2025.

INSAURIAGA, Naiara. **Parceria ou emprego? Os riscos na contratação de influenciadores digitais.** Debate Jurídico, 3 dez. 2024. Disponível em: <https://www.debatejuridico.com.br/opiniao/parceria-ou-emprego-os-riscos-na-contratacao-de-influenciadores-digitais/>. Acesso em: 9 jul. 2025.

LOPES JR., Aury. **Direito processual penal.** 22. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2025.

PIO, Juliana. **78 % dos consumidores brasileiros confiam em recomendações de influenciadores, diz estudo.** Exame, 29 out.

2024. Disponível em: <https://exame.com/marketing/78-dos-consumidores-brasileiros-confiam-em-recomendacoes-de-influenciadores-diz-estudo/>. Acesso em: 16 jun. 2025.

ROMITA, Arion Sayão. **Liberdade de expressão e ofensa à honra e à imagem**. Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: https://www.mprj.mp.br/documents/20184/1278014/Arion_Sayao_Romita.pdf. Acesso em: 22 out. 2025.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação Criminal nº 1500068-18.2024.8.26.0491**. Rancharia, 3ª Câmara de Direito Criminal, julgado em 20 mar. 2026. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/5745310333>. Acesso em: 10 jul. 2026.

SILVA, Alisson Henrique da; CARDOSO, Jacqueline Ribeiro; PASSOS, Fábio Presoti. **A responsabilidade civil e penal dos influenciadores digitais**. Pg 73. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade de Direito, Belo Horizonte, 2022.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **Mandado de Segurança nº 35.216/DF**. Relator: Min. Luiz Fux. Decisão de 17 de novembro de 2017. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stf/770078470/inteiro-teor-770078480>. Acesso em: 5 ago. 2025.

VADE MECUM SARAIVA. 39. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2025. Organização: Márcio André Lopes Cavalcante.

ZAMBONI, Alexandre, @profalexandrezamboni. **CPI das Bets conclui pelo indiciamento de Virgínia**. Instagram, 10 jun. 2025.

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DKuzFi-uqml/?igsh=MzRIODBiNWFIZA==>. Acesso em: 20 jun. 2025.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Direito do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Direito.

¹ Discente do Curso de Direito do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, 9º semestre. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail](#)

² Docente do Curso de Direito do Centro Universitário de Santa Fe do Sul, UNIFUNEC, Mestre. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail](#).