PUBLICIDADE DAS BETS E DEFESA DO CONSUMIDOR: REVISÃO SOBRE AS NOVAS REGRAS

Bianca da Silva Cruz Ferreira, Bruna Vitória da Silva Sousa, Isabella Coelho Gonçalves, Bruno Michel Pera

Escola Máximu's – Instituto Ribeiro Goulart, Rua Isac Newton, 37, Jardim Oriental – 12236-240 – São José dos Campos-SP, Brasil, biancaferreira1410sjc@gmail.com, brunaasilva0302@gmail.com, isabellacgoncalves04@gmail.com, brunomichel00@gmail.com.

Resumo

Este trabalho analisa os limites da publicidade das plataformas de apostas de quota fixa, conhecidas como bets, à luz do Código de Defesa do Consumidor e das normas recentes aplicáveis ao setor. O objetivo é compreender como estratégias de divulgação baseadas em influenciadores, exposição digital e promessas de ganhos podem afetar a decisão do consumidor, além de identificar as principais exigências regulatórias atuais. Foi realizada revisão qualitativa e descritiva, com busca em bases e periódicos acadêmicos e em fontes oficiais, adotando critérios explícitos de seleção. Os resultados foram organizados em sínteses qualitativas, sem atribuição de intensidades ou percentuais. A literatura aponta riscos relacionados à baixa transparência, ao endividamento, à perda de controle dos gastos e à normalização das apostas como forma de renda. As normas recentes proíbem mensagens que associem apostas a enriquecimento ou investimento, reforçam a proteção de menores e, desde julho de 2026, exigem advertências explícitas nas peças publicitárias. Conclui-se que a proteção do consumidor depende da combinação entre informação clara, publicidade responsável, fiscalização e efetivo cumprimento das regras.

Palavras-chave: Apostas esportivas. Publicidade. Defesa do consumidor. Endividamento. Regulamentação.
Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas – Administração.

Introdução

As plataformas de apostas esportivas ganharam forte visibilidade no Brasil por meio de patrocínios, transmissões esportivas, redes sociais e campanhas digitais. A literatura destaca que a comunicação das bets tende a aproximar o jogo do entretenimento cotidiano e pode intensificar a percepção de normalidade da prática, especialmente quando utiliza celebridades, atletas e influenciadores digitais (Souza Júnior, 2024; Cavalcante, 2024; Borba; Marcontini; Nogueira, 2025).

A exposição publicitária torna-se especialmente sensível quando os possíveis ganhos recebem maior destaque que as perdas, os riscos de endividamento e a necessidade de controle financeiro. Estudos brasileiros relacionam o crescimento das apostas on-line à vulnerabilidade do consumidor e ao risco de endividamento excessivo (Dos Santos; Coelho; Bernardes, 2025). No campo jurídico, o Código de Defesa do Consumidor proíbe publicidade enganosa ou abusiva e assegura o direito à informação adequada e clara (Brasil, 1990). A Lei nº 14.790/2023 acrescentou regras específicas para as apostas de quota fixa, vedando, entre outras práticas, mensagens que apresentem a aposta como alternativa ao emprego, solução para problemas financeiros, fonte de renda adicional ou investimento (Brasil, 2023).

O marco regulatório foi detalhado pela Portaria SPA/MF nº 1.231/2024 e recebeu reforço em 2026. A Portaria SPA/MF nº 1.964/2026 passou a exigir advertências explícitas nas peças publicitárias, e a Portaria Interministerial MF/SECOM/MJSP nº 73/2026 ampliou a responsabilização dos agentes envolvidos na divulgação e reforçou a proteção do consumidor. Diante desse cenário, o objetivo deste trabalho é analisar os principais riscos associados à publicidade das bets e discutir como as novas regras de comunicação, transparência e fiscalização contribuem para a defesa do consumidor.

Metodologia

O estudo caracteriza-se como revisão de literatura de abordagem qualitativa e finalidade descritiva. Para a versão revisada, o levantamento foi atualizado em setembro de 2026. Foram consultados a base SciELO, periódicos eletrônicos e repositórios acadêmicos, além de fontes normativas oficiais do

Governo Federal, especialmente o Portal da Legislação do Planalto, o Ministério da Fazenda/Secretaria de Prêmios e Apostas e o Ministério da Justiça e Segurança Pública.

As buscas utilizaram combinações dos descritores “apostas esportivas”, “bets”, “publicidade”, “influenciadores digitais”, “defesa do consumidor”, “endividamento”, “regulamentação” e “jogo responsável”. Foram priorizadas publicações de 2023 a 2026, sem excluir o Código de Defesa do Consumidor por sua relevância normativa. Como critérios de inclusão, adotaram-se: texto completo disponível, relação direta com o contexto brasileiro e abordagem de pelo menos um dos eixos publicidade, proteção do consumidor, riscos financeiros ou regulação das apostas. Foram excluídos materiais duplicados, textos sem identificação de autoria ou fonte e publicações sem relação direta com o objetivo do estudo.

A seleção final reuniu estudos acadêmicos e documentos normativos utilizados na discussão. A análise foi organizada nas categorias: estratégias de publicidade, promessa de ganhos e renda fácil, uso de influenciadores, transparência e advertências, proteção de menores, vulnerabilidade financeira e mecanismos de fiscalização. A interpretação ocorreu de forma comparativa e descritiva, buscando convergências e diferenças entre as fontes. Em resposta à avaliação, as antigas Figuras 1 e 2, que continham valores ilustrativos de intensidade e percentuais, foram substituídas por Tabelas 1 e 2 de síntese qualitativa, evitando qualquer aparência de mensuração estatística.

Resultados

A revisão indica que a publicidade das bets aparece de forma recorrente em redes sociais, transmissões esportivas e conteúdos de influenciadores, frequentemente associada a rapidez, emoção e possibilidade de ganho. Os estudos analisados também apontam que a combinação entre exposição intensa, linguagem promocional e fácil acesso digital pode reduzir a percepção dos riscos e favorecer decisões impulsivas, sobretudo quando perdas, probabilidades e limites de gasto recebem menor destaque (Cavalcante, 2024; Borba; Marcontini; Nogueira, 2025; Dos Santos; Coelho; Bernardes, 2025).

Tabela 1 - Síntese qualitativa dos principais problemas identificados na literatura.

Categoria	Síntese qualitativa	Implicação para o consumidor
Publicidade e promoção	Exposição frequente em mídias esportivas e digitais, com linguagem de entretenimento e estímulo à participação.	Pode normalizar a aposta e reduzir a percepção de risco.
Promessa de ganhos	Mensagens centradas em ganho, sucesso ou oportunidade financeira aparecem como preocupação recorrente.	Pode criar expectativas irreais e favorecer decisões impulsivas.
Influenciadores digitais	A presença de figuras conhecidas amplia alcance e credibilidade das campanhas.	Exige identificação clara do caráter publicitário e observância das vedações legais.
Transparência sobre riscos	A literatura destaca a necessidade de informar perdas possíveis, probabilidades, limites e sinais de jogo problemático.	Favorece decisão mais consciente e compatível com o direito à informação.
Vulnerabilidade financeira	Endividamento, perda de controle de gastos e uso de recursos destinados a despesas essenciais são riscos discutidos.	Pode agravar situações de superendividamento e dano econômico.

Fonte: elaborado pelos autores a partir da literatura revisada (2026).

No eixo regulatório, a Lei nº 14.790/2023 estabeleceu proibições específicas: não podem ser veiculadas afirmações infundadas sobre probabilidades ou ganhos, mensagens que associem a aposta a êxito pessoal ou social, emprego, solução financeira, renda adicional ou investimento, nem campanhas voltadas a menores de idade (Brasil, 2023). A Portaria SPA/MF nº 1.231/2024 detalhou

regras de jogo responsável, reconhecimento do caráter publicitário e proteção de crianças e adolescentes. Em julho de 2026, novas normas reforçaram essas exigências e tornaram obrigatórias advertências padronizadas nas peças publicitárias (Brasil, 2024; Brasil, 2026a; Brasil, 2026b).

Tabela 2 - Síntese qualitativa das principais regras de publicidade aplicáveis às bets.

Regra	Conteúdo principal	Finalidade protetiva
Vedação de renda fácil	Proíbe sugerir que apostar substitui emprego, resolve problemas financeiros, gera renda adicional ou funciona como investimento.	Evitar indução econômica enganosa.
Proteção de menores	Proíbe direcionamento a crianças e adolescentes, uso de elementos especialmente apelativos e veiculação em ambientes predominantemente infantis ou juvenis.	Reduzir exposição de público legalmente impedido de apostar.
Publicidade identificável	A comunicação deve permitir o reconhecimento imediato de seu caráter publicitário, inclusive quando realizada por influenciadores.	Evitar publicidade disfarçada.
Advertências obrigatórias	Desde julho de 2026, anúncios devem conter advertência ministerial sobre dependência, perda de dinheiro ou natureza não financeira da aposta.	Tornar o risco visível no próprio anúncio.
Agentes autorizados	A publicidade de operadores sem autorização é vedada e os demais agentes da cadeia de divulgação devem observar as restrições legais.	Combater o mercado irregular e ampliar a responsabilização.

Fonte: elaborado pelos autores com base na Lei nº 14.790/2023 e nas normas federais de 2024 e 2026.

Discussão

Os achados mostram que a publicidade das apostas não deve ser compreendida apenas como divulgação comercial convencional, pois envolve expectativas financeiras, estímulos emocionais e formas de comunicação capazes de transformar a percepção social do risco. Cavalcante (2024) discute a expansão das apostas em associação com a busca de excitação e com a presença constante de propaganda. Borba, Marcontini e Nogueira (2025) destacam a responsabilidade envolvida na publicidade com influenciadores. Em perspectiva mais recente, Costa e Sanglard (2026) observam que a apresentação de dados, probabilidades e previsibilidade pode reforçar uma aparência de racionalidade financeira para uma atividade baseada em incerteza.

As novas regras aplicáveis à publicidade procuram enfrentar justamente esse problema. A Lei nº 14.790/2023 obriga que a comunicação do setor siga a regulamentação do Ministério da Fazenda e veda mensagens que tratem a aposta como fonte de renda, investimento ou solução para dificuldades financeiras. A Portaria SPA/MF nº 1.231/2024 amplia esse detalhamento ao exigir práticas de jogo responsável, publicidade identificável e restrições de conteúdo e público. Em 2026, a Portaria SPA/MF nº 1.964 acrescentou a obrigação de exibir uma advertência do Ministério da Fazenda em cada peça, ocupando espaço visível do anúncio, com mensagens que alertam para dependência, perda de dinheiro ou para o fato de que aposta não é investimento (Brasil, 2026a).

A Portaria Interministerial MF/SECOM/MJSP nº 73/2026 complementa esse quadro ao reforçar que não apenas o operador, mas também os agentes envolvidos na divulgação devem observar as proibições aplicáveis. A norma trata como especialmente problemática a publicidade que induza o consumidor ao erro, estimule apostas por meio de comentários de especialistas ou divulgadores, promova plataformas não autorizadas ou seja dirigida a crianças e adolescentes (Brasil, 2026b). Assim,

a regulação recente desloca o foco de uma simples obrigação informativa para um modelo de responsabilidade compartilhada na cadeia de comunicação publicitária.

Sob a perspectiva do consumidor, esse conjunto de regras é coerente com os princípios do CDC, especialmente o direito à informação adequada e a proibição de publicidade enganosa ou abusiva. Entretanto, a existência de normas não elimina os riscos identificados na literatura. A efetividade depende de fiscalização, retirada de anúncios irregulares, clareza das advertências, controle da publicidade em redes sociais e responsabilização quando influenciadores ou outros intermediários participarem de campanhas incompatíveis com as regras. A síntese qualitativa realizada neste estudo indica, portanto, que proteção financeira e comunicação responsável devem ser tratadas de forma integrada.

Conclusão

Conclui-se que a publicidade das bets pode influenciar a percepção do consumidor ao associar apostas a entretenimento, rapidez, sucesso e expectativa de ganhos. A revisão qualitativa identificou como preocupações recorrentes a baixa transparência sobre perdas, a vulnerabilidade financeira, o endividamento, a perda de controle dos gastos e a normalização da aposta como alternativa econômica. As novas regras brasileiras representam avanço ao proibir mensagens de renda fácil ou investimento, ampliar a proteção de menores, exigir identificação do caráter publicitário e estabelecer advertências obrigatórias nas peças de divulgação. A substituição das representações numéricas por sínteses qualitativas torna os resultados compatíveis com a natureza da revisão realizada. Ainda assim, a proteção do consumidor depende da aplicação efetiva dessas normas, da fiscalização contínua e da responsabilidade de operadores, plataformas, anunciantes e influenciadores.

Referências

BORBA, Rogério; MARCONTINI, Liandra Sufiati; NOGUEIRA, Ana Clara Filgueiras. Primeiras análises sobre os limites e responsabilidades na publicidade de apostas on-line com influenciadores digitais no Brasil. Revista Brasileira do Desporto Eletrônico, v. 1, n. 2, p. 98-126, 2025.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 12 set. 1990.

BRASIL. Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023. Dispõe sobre a modalidade lotérica denominada apostas de quota fixa e dá outras providências. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 30 dez. 2023.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria de Prêmios e Apostas. Portaria SPA/MF nº 1.231, de 31 de julho de 2024. Estabelece regras e diretrizes para o jogo responsável e para ações de comunicação, publicidade, propaganda e marketing de apostas de quota fixa. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 1 ago. 2024.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria de Prêmios e Apostas. Portaria SPA/MF nº 1.964, de 3 de julho de 2026. Altera a Portaria SPA/MF nº 1.231, de 31 de julho de 2024. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 2026a.

BRASIL. Ministério da Fazenda; BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República; BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Portaria Interministerial MF/SECOM/MJSP nº 73, de 10 de julho de 2026. Dispõe sobre a proteção do consumidor na publicidade, comunicação, marketing e oferta de apostas de quota fixa. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 10 jul. 2026b.

CAVALCANTE, Fernando Resende. Em busca de mais excitação: reflexões acerca das apostas esportivas. Movimento, v. 30, e30010, 2024. DOI: 10.22456/1982-8918.132978.

COSTA, Alexsander Matheus Araújo; SANGLARD, Maria Carolina. Da loteria à plataforma: regulação, datificação e racionalização das apostas esportivas no Brasil contemporâneo. Revista Direito e Práxis, v. 17, n. 3, e100988, 2026. DOI: 10.1590/2179-8966/2026/100988.

DOS SANTOS, Gabrielly Cordeiro; COELHO, Ivana Lara Ribeiro; BERNARDES, Rochele Juliane Lima Firmeza. Entre a diversão e a ruína: a influência das apostas online/BETS no endividamento excessivo do brasileiro. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 11, n. 4, p. 3396-3420, 2025. DOI: 10.51891/rease.v11i4.18903.

SOUZA JÚNIOR, W. L. D. J. Jogo da comunicação: a semiótica das formas de incentivo às apostas digitais no Brasil. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação - Habilitação em Publicidade e Propaganda) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

VASQUES, P. M. S. M.; CUNHA, I. R. Regulamentação, tributação e proteção do consumidor nas apostas eletrônicas: o lugar das “e-bets” no direito brasileiro. Revista Interagir, n. 127, p. 38-41, 2024.