

Artigo

Influenciadores mirins: jogos de azar e publicidade infantil

Child influencers: gambling and children's advertising

Lucas Fernandes da Costa¹, Víctor Gabriel Rodríguez² e Eduardo Saab Marchiori³

¹Pós-doutorando em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, São Paulo. E-mail: lucasfdacosta.adv@gmail.com;

²Doutor em Direito Penal pela Universidade de São Paulo, São Paulo, São Paulo. E-mail: ictorgabriel@usp.br;

³Médico formado pela Universidade de Ribeirão Preto, Ribeirão Preto, São Paulo. E-mail: edusaabmarchiori@gmail.com.

Submetido em: 28/08/2024, revisado em: 09/09/2024 e aceito para publicação em: 13/09/2024.

Resumo: Pretende esta pesquisa bibliográfica, valendo-se do método indutivo, analisar as vedações relativas à realização de publicidade de apostas e casinos online por influenciadores digitais mirins. Para realização deste objetivo precípua, delineamos este trabalho em linhas investigativas complementares, quais sejam: (i) inicialmente, exploraremos o fenômeno dos influenciadores digitais mirins, indicando a regulação pertinente a tal atividade profissional, com ênfase sobre as vedações trazidas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente; (ii) em seguida, observaremos as normas pertinentes à publicidade de apostas e casinos online, trazidas pela Lei nº 17.490/2023; e, por fim, (iii) verificaremos o ponto de convergência entre as legislações, enfatizando, não apenas as vedações trazidas à atividade, como, também as consequências para os pais e tutores dos menos sujeitos a tal prática. Em sede de considerações finais, apresentaremos as principais conclusões deste trabalho, bem como potenciais investigações a serem conduzidas por estudos futuros.

Palavras-chave: Apostas e casinos online; Influenciadores digitais; Proteção à criança e ao adolescente; Jogos de azar; Publicidade infantil.

Abstract: This bibliographical research aims to analyze, using the inductive method, the prohibitions related to the advertising of online betting and casinos by young digital influencers. To achieve this main objective, we outline this work in complementary lines of investigation, namely: (i) initially, we will explore the phenomenon of young digital influencers, indicating the regulation pertinent to this professional activity, with emphasis on the prohibitions brought by the Statute of the Child and Adolescent; (ii) then, we will observe the rules pertinent to the advertising of online betting and casinos, brought by Law No. 17.490/2023; and, finally, (iii) we will verify the point of convergence between the legislations, emphasizing not only the prohibitions brought to the activity, but also the consequences for the parents and guardians of those least subject to such practice. In terms of final considerations, we will present the main conclusions of this work, as well as potential investigations to be conducted by future studies.

Key-words: Online gambling and casinos; Digital influencers; Child and adolescent protection; Gambling; Advertising to children.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a ascensão dos influenciadores digitais mirins tem despertado grande interesse e preocupação no cenário jurídico e social. Com o avanço das tecnologias digitais e o crescente consumo de conteúdo online, crianças e adolescentes passaram a desempenhar papéis de destaque como criadores de conteúdo, alcançando milhões de seguidores em plataformas como YouTube, TikTok e Instagram. Essa nova realidade trouxe consigo uma série de questionamentos sobre os limites éticos e legais da atuação desses jovens, especialmente no que diz respeito à publicidade e à exposição de conteúdos que possam ser prejudiciais ao seu desenvolvimento. Dentre as inúmeras questões que emergem desse contexto, a realização de publicidade de apostas e cassinos online por esses influenciadores digitais mirins se destaca como um tema de extrema relevância e complexidade, demandando uma análise criteriosa e fundamentada à luz das legislações vigentes.

O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) estabelece um marco legal de proteção aos direitos de crianças e adolescentes no Brasil, abrangendo diversos aspectos, desde a garantia de uma educação saudável até a proteção contra qualquer forma de exploração. A atividade de influenciador digital mirim, embora não estivesse prevista explicitamente na época da promulgação do ECA, deve ser interpretada sob a ótica das vedações e proteções que o estatuto dispõe. A publicidade dirigida ao público infantil sempre foi um tema sensível, uma vez que crianças e adolescentes são mais vulneráveis a práticas comerciais abusivas. A inserção de jovens influenciadores no mercado publicitário digital traz uma nova camada de complexidade para essa discussão, especialmente quando envolve produtos ou serviços de risco, como é o caso das apostas e dos cassinos online.

Paralelamente, a Lei nº 14.790/2023 surge como um importante instrumento normativo para regular a publicidade de apostas e cassinos online no Brasil. Essa legislação estabelece critérios claros para a exploração dessa modalidade, impondo limites e responsabilidades tanto aos operadores quanto aos meios de divulgação. Entre os pontos centrais dessa lei estão as diretrizes para a realização de publicidade responsável, visando evitar a indução ao jogo patológico e proteger grupos vulneráveis. No entanto, a presença de influenciadores digitais mirins no cenário publicitário de apostas online levanta questões sobre até que ponto a atual legislação é capaz de impedir práticas que, direta ou indiretamente, possam colocar em risco o bem-estar de crianças e adolescentes.

Nesse contexto, o presente trabalho busca explorar o ponto de convergência entre as disposições do ECA e as normas trazidas pela Lei nº 14.790/2023, especialmente no tocante à publicidade de apostas e cassinos online realizada por influenciadores digitais mirins. Para tanto, partimos de uma análise inicial do fenômeno dos influenciadores mirins, uma categoria que, apesar de nova, tem atraído a atenção do público, da mídia e dos reguladores. A atividade profissional

dessas crianças e adolescentes, embora legitimada em muitos aspectos, precisa ser observada sob a lente crítica das legislações de proteção ao menor, considerando-se as limitações que essas normas impõem para resguardar o desenvolvimento sadio e a dignidade de crianças e adolescentes.

Na sequência, aprofundaremos a análise sobre as normas pertinentes à publicidade de apostas e cassinos online, conforme estabelecidas pela Lei nº 14.790/2023. Essa lei, ao regular o mercado de jogos de azar e apostas esportivas no país, inclui disposições específicas que visam promover o jogo responsável e prevenir o jogo patológico, principalmente entre grupos vulneráveis. No entanto, a interação dessa normativa com o ambiente digital e a atuação de influenciadores mirins na promoção de tais atividades levanta dúvidas sobre a eficácia e alcance dessas medidas protetivas. A legislação aborda de forma explícita algumas restrições, mas a complexidade do meio digital e a velocidade com que as novas formas de publicidade se desenvolvem desafiam a capacidade regulatória de acompanhar e coibir práticas prejudiciais.

A partir dessa exploração, será possível verificar como as vedações contidas no ECA e na Lei nº 14.790/2023 se aplicam à publicidade de apostas e cassinos online realizada por influenciadores digitais mirins. Um ponto de especial interesse é a responsabilização dos pais e tutores desses menores. Estes, enquanto responsáveis legais, possuem o dever de zelar pela integridade física e psicológica das crianças e adolescentes sob sua guarda. Dessa forma, ao permitir ou incentivar a participação dos menores em ações publicitárias envolvendo apostas online, os responsáveis podem incorrer em violação dos preceitos legais, gerando consequências não apenas no âmbito da proteção da infância, mas também no campo das responsabilidades civis e penais.

A análise proposta neste trabalho assume particular relevância diante do cenário atual, em que a presença de influenciadores mirins em campanhas publicitárias de apostas e cassinos online parece se expandir em ritmo acelerado. Tal fenômeno demanda uma reflexão aprofundada sobre a necessidade de regulamentações mais específicas e rigorosas, que sejam capazes de proteger efetivamente os menores diante das novas dinâmicas do mercado digital. Além disso, a atuação proativa dos órgãos reguladores e fiscalizadores se mostra indispensável para garantir o cumprimento das normas existentes, bem como para assegurar que o ambiente digital não se torne um campo propício para práticas que possam comprometer o desenvolvimento saudável de crianças e adolescentes.

Por fim, as considerações finais deste trabalho irão compilar as principais conclusões alcançadas ao longo da investigação, destacando as lacunas e desafios existentes na interseção entre a publicidade digital e a proteção dos menores. Será proposta uma reflexão crítica sobre as medidas necessárias para aprimorar a tutela dos influenciadores mirins, em consonância com os princípios do ECA e as diretrizes da Lei nº 14.790/2023. Ademais, serão apontadas potenciais linhas de pesquisa futuras, com vistas a promover uma

compreensão mais abrangente e aprofundada das implicações jurídicas e sociais decorrentes da atuação desses jovens no mercado publicitário de apostas e cassinos online.

2 PUBLICIDADE E TRABALHO POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES

O fenômeno dos influenciadores digitais mirins despontou como um reflexo da transformação das mídias sociais em plataformas de consumo e produção de conteúdo. Crianças e adolescentes, muitas vezes sob a orientação de adultos, têm se tornado figuras proeminentes nessas plataformas, acumulando milhões de seguidores e exercendo influência significativa sobre seus pares e sobre o mercado. Essa influência, por sua vez, gera oportunidades comerciais, visto que marcas e anunciantes enxergam nesses jovens criadores de conteúdo um canal direto para alcançar um público-alvo específico. No entanto, esse cenário suscita preocupações legais e éticas, particularmente no que diz respeito à proteção dos direitos das crianças e adolescentes, à luz de regulamentos como o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), os normativos do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), notadamente o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, e as diretrizes estabelecidas pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA).

O ECA, instituído pela Lei nº 8.069/1990, é o principal instrumento normativo brasileiro destinado à proteção dos direitos de crianças e adolescentes. Em seu arcabouço, o estatuto estabelece princípios fundamentais relativos à proibição e à regulamentação do trabalho infantil e adolescente. O Artigo 60, por exemplo, proíbe qualquer forma de trabalho para menores de quatorze anos, exceto na condição de aprendiz, o que é regulamentado de forma criteriosa. A condição de aprendiz é, então, definida como uma formação técnico-profissional que deve obedecer a princípios como garantia de acesso e frequência obrigatória ao ensino regular, atividade compatível com o desenvolvimento do adolescente e horário especial para o exercício das atividades (Art. 63). Essa regulamentação visa garantir que o trabalho não prejudique o desenvolvimento físico, psíquico e educacional do menor.

No contexto dos influenciadores digitais mirins, a aplicação dessas disposições legais torna-se complexa. Por um lado, a atuação de crianças e adolescentes como influenciadores digitais pode ser entendida como uma atividade laboral, uma vez que frequentemente envolve contratos, remunerações e responsabilidades similares às de outras atividades profissionais. Por outro lado, a natureza desse trabalho escapa às formas tradicionais de emprego previstas pelo ECA, o que coloca desafios significativos para sua regulamentação. A exposição dessas crianças a ambientes digitais muitas vezes insalubres e o envolvimento com conteúdo que pode ser prejudicial ao seu desenvolvimento psíquico e social suscitam

preocupações quanto à compatibilidade dessa atividade com os princípios estabelecidos no estatuto, em especial os previstos no Artigo 67, que veda o trabalho em ambientes prejudiciais ao desenvolvimento físico, psíquico, moral e social do adolescente.

Além das vedações trazidas pelo ECA, a autorregulamentação publicitária brasileira, estabelecida pelo CONAR, também aborda a publicidade dirigida a crianças e adolescentes. O Artigo 37 do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária traz diretrizes claras sobre os anúncios destinados a esse público, exigindo atenção especial às características psicológicas da audiência-alvo. Nesse contexto, a publicidade deve respeitar a ingenuidade, a credulidade e a inexperiência dos menores, evitando qualquer forma de exploração que possa induzir a comportamentos prejudiciais. A presença de menores em anúncios deve ser conduzida com cuidados especiais, evitando distorções psicológicas e a promoção de comportamentos socialmente condenáveis. No caso dos influenciadores digitais mirins, o desafio reside na aplicação dessas diretrizes em um ambiente digital que frequentemente opera à margem dos mecanismos tradicionais de controle publicitário.

O CONANDA, por meio da Resolução 163/2014, estabelece uma política ainda mais restritiva em relação à publicidade dirigida ao público infantil. Considera-se abusiva qualquer prática de direcionamento de publicidade e comunicação mercadológica à criança com a intenção de persuadi-la ao consumo de produtos ou serviços. A resolução especifica diversas práticas consideradas abusivas, como o uso de linguagem infantil, trilhas sonoras de músicas infantis, representação de crianças, personagens ou celebridades com apelo ao público infantil e a promoção com distribuição de brindes colecionáveis. A resolução se aplica a diversos meios e lugares, incluindo eventos, espaços públicos e páginas de internet, abrangendo, assim, o ambiente digital onde atuam os influenciadores mirins. Essa normativa busca proteger a criança da exploração mercadológica, reconhecendo sua vulnerabilidade e a necessidade de medidas especiais para garantir seu desenvolvimento saudável.

Os influenciadores digitais mirins frequentemente se encontram em uma zona cinzenta regulatória, onde sua atuação pode se configurar como uma forma de trabalho infantil e, simultaneamente, como um veículo de publicidade potencialmente abusiva. Quando esses jovens participam de ações publicitárias ou promovem produtos, incluindo apostas e cassinos online, entram em um terreno ainda mais delicado. O ECA, ao vedar o trabalho em atividades que sejam prejudiciais ao desenvolvimento dos menores (Art. 67, III), impõe limites claros, mas a aplicação prática desses limites no ambiente digital não é trivial. A exposição constante à publicidade e a participação ativa em campanhas que visam induzir o consumo de produtos de alto risco, como apostas online, pode configurar um ambiente prejudicial à formação moral e

social dessas crianças e adolescentes.

Adicionalmente, a resolução do CONANDA reforça a necessidade de uma abordagem mais protetiva, classificando como abusiva qualquer publicidade que utilize crianças ou elementos que lhes sejam atrativos para fins de consumo. A presença de influenciadores mirins em campanhas de publicidade de produtos que possam ser prejudiciais ao seu desenvolvimento viola diretamente os princípios dessa resolução. Ao participarem ativamente dessas campanhas, esses jovens podem ser utilizados como instrumentos de persuasão, reforçando padrões de consumo que não consideram os impactos negativos que tais práticas podem acarretar ao público infantil.

A regulamentação do CONAR também se mostra relevante no contexto dos influenciadores mirins, pois estabelece diretrizes para a publicidade que utiliza menores em anúncios. De acordo com o Artigo 37, o uso de crianças em publicidade deve ser realizado com especial cautela, evitando distorções psicológicas e a promoção de comportamentos socialmente condenáveis. No entanto, o ambiente digital muitas vezes se esquivava da aplicação efetiva dessas normas, principalmente quando os influenciadores mirins atuam em plataformas que não são tradicionalmente fiscalizadas pelos órgãos reguladores de publicidade. O caráter global e descentralizado da internet dificulta a aplicação das normas do CONAR e permite que práticas publicitárias potencialmente abusivas prosperem sem a devida fiscalização.

Diante desse cenário, emerge a questão da responsabilidade dos pais e tutores dos influenciadores mirins. Conforme o ECA, cabe aos pais e responsáveis assegurar que as atividades exercidas por crianças e adolescentes sejam compatíveis com seu desenvolvimento saudável. A participação dos menores em atividades publicitárias, especialmente quando envolvem produtos de risco, pode configurar uma violação desse dever. A legislação é clara ao vedar trabalhos prejudiciais ao desenvolvimento da criança e do adolescente, e a exposição desses jovens a práticas comerciais abusivas pode, em última análise, ser entendida como uma forma de exploração que infringe seus direitos fundamentais.

Outro ponto crucial é a formação de um ambiente propício à exploração comercial das vulnerabilidades das crianças. As atividades desenvolvidas pelos influenciadores mirins, especialmente quando envolvem publicidade, podem ter efeitos psicológicos e sociais duradouros. Elas podem reforçar estereótipos, criar uma pressão para o consumo e expor os menores a situações de exposição excessiva. Nesse sentido, a regulação pertinente à atividade profissional dos influenciadores digitais mirins busca não apenas proteger os menores de práticas comerciais abusivas, mas também assegurar que seu direito à infância e ao desenvolvimento integral não seja comprometido em função de interesses econômicos.

A atuação dos influenciadores digitais mirins no mercado publicitário, particularmente em setores de alto risco como apostas e cassinos online, requer uma abordagem regulatória rigorosa. A integração das

disposições do ECA, das normas do CONAR e das diretrizes do CONANDA deve ser considerada como um todo coeso, visando não apenas a proteção dos menores enquanto trabalhadores, mas também enquanto consumidores e indivíduos em desenvolvimento. Essa perspectiva integrada é essencial para garantir que as atividades desenvolvidas no ambiente digital estejam alinhadas com os princípios fundamentais de proteção à infância e à adolescência.

Portanto, é necessário um maior esforço legislativo e regulatório para adequar as normas existentes à realidade digital, proporcionando mecanismos mais eficazes de proteção aos influenciadores mirins. O desenvolvimento de diretrizes claras e a implementação de uma fiscalização efetiva são passos fundamentais para garantir que as crianças e adolescentes possam participar do ambiente digital de forma segura e protegida. Ao mesmo tempo, é crucial fomentar uma conscientização ampla, envolvendo pais, responsáveis, educadores, empresas e a sociedade em geral, sobre os riscos e as responsabilidades inerentes à exposição e ao uso comercial da imagem de crianças e adolescentes nas mídias sociais.

Concluindo, a regulamentação da atividade dos influenciadores digitais mirins deve se pautar pelos princípios de proteção integral e prioridade absoluta aos direitos das crianças e adolescentes, conforme estabelecido pelo ECA e reafirmado pelas normas do CONAR e do CONANDA. A publicidade dirigida a esse público, especialmente quando envolve produtos de risco como apostas e cassinos online, deve ser submetida a um rigoroso escrutínio para evitar a exploração das vulnerabilidades inerentes à infância e à adolescência. Dessa forma, a legislação vigente, embora já contenha elementos essenciais para essa proteção, precisa ser adaptada e aplicada de forma efetiva ao ambiente digital, garantindo que os direitos e a dignidade dos menores sejam respeitados em todas as circunstâncias.

3 PUBLICIDADE DE APOSTAS E CASINOS ONLINE

A Lei nº 17.490/2023 estabelece um marco regulatório abrangente para a publicidade e a exploração de apostas e cassinos online no Brasil, com um foco claro na proteção dos consumidores e na prevenção dos transtornos associados ao jogo patológico. Essa legislação reconhece a necessidade de regulamentar rigorosamente as ações de comunicação, publicidade e marketing no setor de loteria de apostas de quota fixa, orientando-se por princípios de responsabilidade social e proteção a grupos vulneráveis, notadamente crianças e adolescentes. O Artigo 16 da lei é um ponto de partida crucial, ao determinar que essas ações deverão seguir as regulamentações estabelecidas pelo Ministério da Fazenda, incentivando ainda a autorregulação dos operadores de apostas. Essa abordagem visa criar um ambiente de jogo mais seguro e transparente, que informe e conscientize os apostadores sobre os riscos inerentes à prática do jogo.

No parágrafo único do Artigo 16, a lei detalha as diretrizes mínimas que a regulamentação do

Ministério da Fazenda deve abranger. Em primeiro lugar, é exigida a veiculação de avisos de desestímulo ao jogo e de advertências sobre seus potenciais malefícios. Essa exigência se alinha a práticas internacionais de jogo responsável, nas quais operadores são obrigados a alertar os consumidores sobre os riscos do jogo e promover mensagens de conscientização sobre o jogo patológico. Além disso, a regulamentação deve prever outras ações informativas voltadas à conscientização dos apostadores, enfatizando a prevenção do transtorno do jogo patológico e destacando a proibição da participação de menores de 18 anos. A elaboração de um código de conduta e a difusão de boas práticas constituem instrumentos importantes para fomentar um ambiente mais ético e seguro no setor de apostas.

Uma das diretrizes mais significativas estabelecidas no Artigo 16 é a destinação da publicidade e da propaganda de apostas ao público adulto. A legislação é explícita ao determinar que crianças e adolescentes não devem ser o público-alvo dessas comunicações, o que reflete uma preocupação clara com a proteção da infância e da adolescência. A exposição precoce ao conteúdo de apostas pode influenciar negativamente o desenvolvimento dos jovens, levando-os a perceber o jogo como uma atividade normal e socialmente aceitável. Ao proibir a destinação da publicidade a esse público, a lei busca mitigar o risco de desenvolvimento de comportamentos problemáticos e garantir que as atividades de apostas permaneçam restritas ao público adulto, em conformidade com as diretrizes de jogo responsável.

O Artigo 17 da lei complementa essas diretrizes ao estabelecer vedações específicas à publicidade e à propaganda comercial por parte dos agentes operadores de apostas de quota fixa. Primeiramente, a lei proíbe a veiculação de publicidade por operadores que não possuam a prévia autorização exigida, assegurando que apenas operadores devidamente regulamentados possam promover suas atividades. Essa medida é crucial para evitar que operadores não autorizados ou que atuam à margem da legislação alcancem o público, o que poderia ampliar o risco de fraudes e práticas abusivas. Além disso, o artigo veda a veiculação de afirmações infundadas sobre as probabilidades de ganhar ou os possíveis ganhos que os apostadores podem esperar. Essa proibição visa evitar que a publicidade de apostas crie expectativas irreais ou enganosas, um problema recorrente em setores de jogos de azar e apostas, onde as chances de ganho são, em geral, significativamente inferiores ao que muitas vezes é sugerido em peças publicitárias.

Outra importante vedação prevista no Artigo 17 é a proibição de apresentar a aposta como socialmente atraente ou associá-la ao êxito pessoal ou social. A publicidade que sugere que o jogo contribui para o sucesso ou a realização pessoal pode ser particularmente perigosa, pois explora vulnerabilidades emocionais e sociais dos indivíduos, induzindo-os a acreditar que o jogo é uma solução para seus problemas ou um caminho para o reconhecimento social. A

legislação também impede que as apostas sejam sugeridas como uma alternativa ao emprego, solução para problemas financeiros, fonte de renda adicional ou forma de investimento financeiro. Essa proibição é fundamental para combater o mito de que o jogo pode ser uma via legítima para superar dificuldades econômicas, uma narrativa que tem o potencial de agravar situações de vulnerabilidade social e econômica, especialmente entre aqueles que já enfrentam dificuldades financeiras.

Além disso, o Artigo 17 prevê a vedação da publicidade que possa ofender crenças culturais ou tradições do país, especialmente aquelas contrárias à aposta. Essa medida reconhece a diversidade cultural e a necessidade de respeitar os valores e tradições que, em muitos casos, consideram o jogo uma prática reprovável ou prejudicial. A proibição da promoção de marketing em escolas e universidades ou da publicidade dirigida a menores de idade reforça o compromisso da legislação com a proteção da infância e da juventude. Ao impedir a presença de atividades promocionais de apostas nesses ambientes, a lei busca criar barreiras claras entre o universo do jogo e os espaços destinados ao desenvolvimento educacional e social de crianças e adolescentes.

O parágrafo 1º do Artigo 17 estabelece a necessidade de que qualquer publicidade ou propaganda de apostas contenha o aviso de classificação indicativa da faixa etária direcionada, em conformidade com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Essa exigência é um mecanismo adicional de proteção que visa alertar o público sobre a adequação da publicidade para diferentes faixas etárias, reforçando a mensagem de que as apostas são uma atividade destinada exclusivamente a adultos. Os parágrafos subsequentes do Artigo 17 (2º, 3º, 4º e 5º) tratam das responsabilidades das empresas divulgadoras de publicidade, provedores de internet e aplicativos, determinando que procedam à exclusão de divulgações e campanhas irregulares após notificação do Ministério da Fazenda. Essas disposições ampliam o escopo da fiscalização, atribuindo responsabilidades não apenas aos operadores, mas também às plataformas que veiculam conteúdo relacionado a apostas, tornando-as corresponsáveis pela conformidade com a legislação.

O Artigo 18 da lei impõe uma vedação adicional aos operadores de apostas, proibindo-os, bem como suas controladas e controladoras, de adquirir, licenciar ou financiar a aquisição de direitos de eventos esportivos realizados no país para fins de emissão, transmissão, distribuição ou qualquer forma de exibição de seus sons e imagens. Essa disposição busca evitar que operadores de apostas exerçam controle ou influência sobre a produção e a difusão de eventos esportivos, o que poderia comprometer a integridade das competições esportivas e criar conflitos de interesse. Ao impedir essa associação, a lei pretende preservar a autonomia do esporte em relação ao mercado de apostas, garantindo que a publicidade e as atividades promocionais no setor esportivo sejam conduzidas de forma ética e transparente.

A Lei nº 17.490/2023, ao abordar de forma abrangente as normas de publicidade no setor de apostas e cassinos online, destaca a importância da responsabilidade social dos agentes operadores e da proteção dos grupos mais vulneráveis, em especial crianças e adolescentes. Ao regulamentar detalhadamente as ações de marketing e publicidade, a lei estabelece parâmetros claros para a comunicação no setor de apostas, evitando práticas enganosas e abusivas. A promoção do jogo responsável, a conscientização dos riscos associados ao jogo e a proibição da participação de menores são pilares centrais dessa legislação, que busca equilibrar a exploração comercial das apostas com a necessidade de salvaguardar a integridade dos indivíduos e da sociedade.

A proibição da publicidade enganosa e a imposição de mensagens de conscientização nas campanhas publicitárias refletem um esforço para educar o público e prevenir o desenvolvimento de comportamentos de jogo patológico. Ao exigir que os operadores veiculem avisos de desestímulo ao jogo e promovam ações informativas, a lei incentiva uma abordagem proativa na prevenção dos riscos associados às apostas. Essa abordagem vai ao encontro das melhores práticas internacionais, que reconhecem a necessidade de intervenções educativas e informativas como parte de uma estratégia eficaz de redução de danos.

Ao mesmo tempo, a legislação reconhece o papel fundamental da autorregulação e da responsabilidade compartilhada entre operadores, plataformas digitais e órgãos reguladores. A promoção de boas práticas e a criação de códigos de conduta são incentivadas como formas de fortalecer a integridade e a transparência do setor. No entanto, a efetividade dessas medidas depende de uma fiscalização rigorosa e de mecanismos de enforcement que garantam o cumprimento das normas, incluindo a exclusão de conteúdo irregular e o bloqueio de plataformas que não atendam aos requisitos legais.

Em suma, a Lei nº 17.490/2023 estabelece um quadro normativo robusto para a publicidade de apostas e cassinos online no Brasil, pautando-se por princípios de responsabilidade social, proteção ao consumidor e prevenção ao jogo patológico. As disposições da lei refletem uma preocupação em proteger grupos vulneráveis, em especial crianças e adolescentes, da exposição precoce ao conteúdo de apostas. Ao definir regras claras para a comunicação e as práticas de marketing no setor, a legislação visa criar um ambiente de jogo mais seguro e transparente, no qual a promoção de atividades de apostas esteja alinhada com os valores de proteção à infância e ao desenvolvimento saudável da sociedade.

4 JOGOS DE AZAR E PUBLICIDADE INFANTIL

A convergência entre as legislações apresentadas — o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), as normas do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), a Resolução 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos

da Criança e do Adolescente (CONANDA), e a Lei nº 17.490/2023 — reflete um compromisso claro com a proteção das crianças e adolescentes frente ao fenômeno da publicidade, especialmente em relação a apostas e cassinos online. Cada uma dessas normas, a seu modo, aborda as limitações e responsabilidades associadas à exposição de menores ao conteúdo publicitário, estabelecendo um quadro regulatório multifacetado que visa proteger os direitos e o desenvolvimento integral dos jovens. O ponto de intersecção dessas legislações reside no reconhecimento da vulnerabilidade peculiar das crianças e adolescentes, tanto como consumidores quanto como participantes do mercado de publicidade.

O ECA, como marco central da proteção da infância e da adolescência no Brasil, estabelece princípios fundamentais para a proteção dos menores, inclusive no contexto da publicidade. A proibição de qualquer trabalho a menores de quatorze anos, salvo na condição de aprendiz (Art. 60), é um pilar básico que limita a exploração de crianças em atividades comerciais, incluindo a publicidade. No contexto dos influenciadores digitais mirins, essa proibição se traduz na necessidade de impedir a exploração comercial dessas crianças em campanhas publicitárias de apostas e cassinos online, já que tal exposição pode ser prejudicial ao seu desenvolvimento. O ECA também proíbe o trabalho do adolescente em atividades que sejam prejudiciais ao seu desenvolvimento físico, psíquico, moral e social (Art. 67), uma proibição que se estende ao envolvimento de adolescentes em práticas publicitárias que promovam jogos de azar.

Por sua vez, a Lei nº 17.490/2023 expande essa proteção ao regular especificamente a publicidade e a exploração de apostas e cassinos online, impondo restrições severas à publicidade que tenha como público-alvo crianças e adolescentes. A legislação é explícita ao proibir a destinação da publicidade de apostas ao público infantil (Art. 16, III) e ao vedar a promoção de marketing em escolas e universidades ou dirigida a menores de idade (Art. 17, VI). Essa convergência entre o ECA e a Lei nº 17.490/2023 reforça a necessidade de impedir qualquer forma de publicidade que possa induzir crianças e adolescentes a práticas de jogo de azar, uma vez que essas atividades são reconhecidas como prejudiciais ao desenvolvimento dos jovens e podem levar ao desenvolvimento de comportamentos patológicos.

As normas do CONAR e a Resolução 163/2014 do CONANDA complementam esse arcabouço ao definir padrões específicos para a publicidade dirigida ao público infantil e adolescente. O CONAR, por meio do Artigo 37 de seu Código, enfatiza a necessidade de atenção especial às características psicológicas das crianças e adolescentes, proibindo anúncios que explorem a ingenuidade e a credulidade dos menores. A Resolução 163/2014 do CONANDA vai ainda mais longe ao classificar como abusiva qualquer prática de direcionamento de publicidade à criança que tenha a intenção de persuadi-la ao consumo de produtos ou serviços. No contexto das apostas e cassinos online, essas normas contribuem para delimitar o que é aceitável em termos de publicidade, estabelecendo uma

linha clara entre o que pode ser considerado uma comunicação comercial legítima e o que se configura como exploração comercial abusiva dos menores.

O ponto de convergência mais significativo entre essas legislações é a proibição da exploração comercial de crianças e adolescentes, seja como alvos da publicidade ou como veículos de promoção de produtos e serviços de risco, como as apostas online. Ao proibir a participação de menores em publicidade que possa ser prejudicial ao seu desenvolvimento, essas normas protegem os direitos fundamentais dos jovens, incluindo o direito à dignidade, à educação e ao desenvolvimento saudável. A exposição precoce a conteúdos relacionados ao jogo pode levar ao desenvolvimento de atitudes e comportamentos problemáticos, influenciando a percepção das crianças sobre o risco e a recompensa associados ao jogo de azar.

Além disso, essas legislações convergem na responsabilização dos pais e tutores. O ECA estabelece que cabe aos pais e responsáveis o dever de zelar pela integridade física e psicológica das crianças e adolescentes, o que inclui protegê-los da exploração comercial e de práticas publicitárias abusivas. Quando os pais ou tutores permitem ou incentivam a participação dos menores em atividades publicitárias relacionadas a apostas e cassinos online, podem incorrer em violação dos preceitos legais, comprometendo o desenvolvimento saudável de seus filhos ou tutelados. A legislação não apenas protege os menores, mas também estabelece consequências legais para os responsáveis que violarem essas normas, o que pode incluir a responsabilização civil e, em alguns casos, penal.

A Lei nº 17.490/2023 reforça essa responsabilização ao exigir que a publicidade de apostas contenha avisos de desestímulo ao jogo e advertências sobre seus malefícios, bem como ao proibir a promoção de marketing em ambientes frequentados por menores. Ao impor tais restrições, a lei transfere parte da responsabilidade para os operadores de apostas, exigindo que eles atuem de forma ética e transparente, evitando práticas que possam prejudicar o desenvolvimento dos jovens. No entanto, a responsabilidade dos pais e tutores permanece central, uma vez que são eles que exercem o controle e a orientação sobre o acesso das crianças e adolescentes ao conteúdo online.

Outra consequência importante para os pais e tutores é a potencial responsabilização pela exposição dos menores a práticas que podem ser consideradas ilegais ou abusivas, conforme a legislação vigente. Se, por exemplo, um influenciador digital mirim participa de campanhas publicitárias de apostas ou promove conteúdo relacionado a cassinos online, os responsáveis podem ser chamados a responder por permitir a exposição da criança ou adolescente a uma atividade que é reconhecidamente prejudicial. A lei reconhece que os menores são especialmente vulneráveis à exploração comercial e estabelece uma proteção robusta para evitar que sejam utilizados como instrumentos de persuasão ou que sejam levados a consumir produtos que podem prejudicar seu desenvolvimento.

Além disso, ao violar essas vedações, os pais e tutores podem também estar sujeitos a medidas de intervenção por parte das autoridades de proteção à infância, incluindo o Conselho Tutelar e o Ministério Público. O ECA prevê medidas de proteção que podem ser aplicadas em casos em que os direitos das crianças e adolescentes estejam sendo violados, o que inclui a aplicação de medidas aos pais ou responsáveis, como a obrigatoriedade de frequentar programas de orientação ou até mesmo a perda da guarda em situações extremas. Assim, a convergência dessas legislações estabelece não apenas as vedações à publicidade e à exploração dos menores, mas também um mecanismo de responsabilização e proteção que visa assegurar que os direitos das crianças e adolescentes sejam efetivamente resguardados.

A Resolução 163/2014 do CONANDA contribui ainda para fortalecer a rede de proteção ao proibir expressamente o direcionamento de publicidade a crianças e adolescentes, o que, por extensão, inclui a exploração desses menores como promotores de produtos ou serviços de risco. Essa resolução se aplica de forma ampla, abrangendo diversos meios e contextos, inclusive o ambiente digital, onde a presença de influenciadores mirins é mais expressiva. Ao classificar como abusiva a publicidade que se aproveita da ingenuidade infantil ou que utiliza elementos atrativos ao público infantil, a resolução estabelece um padrão rigoroso que visa impedir práticas prejudiciais à infância, fortalecendo a tutela conferida pelo ECA e pela Lei nº 17.490/2023.

No contexto atual, onde a presença de influenciadores mirins é cada vez mais comum nas redes sociais, as legislações em questão destacam a importância de um controle rígido sobre o conteúdo ao qual crianças e adolescentes são expostos e do qual participam. A publicidade de apostas e cassinos online é particularmente preocupante, pois pode induzir comportamentos de risco e estimular a percepção equivocada de que o jogo é uma atividade inofensiva ou uma forma legítima de alcançar sucesso financeiro. Ao proibir a participação de menores em tais atividades e ao vedar a publicidade dirigida a esse público, essas legislações buscam criar um ambiente mais seguro, tanto no espaço digital quanto no físico, prevenindo os efeitos nocivos da exploração comercial e do jogo patológico.

Assim, a convergência dessas normas reflete uma visão holística de proteção, que abrange não apenas a regulação da publicidade e a prevenção ao jogo patológico, mas também a promoção de um ambiente seguro para o desenvolvimento das crianças e adolescentes. Os pais e tutores são chamados a assumir um papel ativo na proteção dos menores, garantindo que eles sejam resguardados de influências negativas e de práticas comerciais exploratórias. A legislação, ao impor sanções e responsabilizações, reforça essa necessidade de cuidado e orientação, reconhecendo que a proteção integral da infância e da adolescência é uma responsabilidade compartilhada entre o Estado, a família e a sociedade.

Dessa forma, verifica-se que o ponto de convergência entre as legislações não se limita às vedações em si, mas também às medidas de prevenção, conscientização e responsabilização. A intersecção dessas normas cria um quadro de proteção multidimensional, que busca abordar os diversos aspectos da relação entre crianças, adolescentes e a publicidade de apostas. Ao enfatizar a importância da educação, da informação e da responsabilidade compartilhada, essas legislações visam proteger os jovens da exposição precoce e potencialmente prejudicial ao universo das apostas, ao mesmo tempo em que estabelecem consequências claras para aqueles que violarem essas normas.

Em resumo, a convergência entre o ECA, as normas do CONAR, a Resolução 163/2014 do CONANDA e a Lei nº 17.490/2023 reforça um compromisso com a proteção da infância e da adolescência, especialmente no contexto da publicidade de apostas e cassinos online. Ao proibir a exploração comercial dos menores e estabelecer mecanismos de responsabilização para os pais, tutores e operadores de apostas, essas legislações criam um arcabouço jurídico robusto que visa prevenir os riscos associados ao jogo e à exposição precoce a práticas comerciais prejudiciais. A efetividade dessa convergência, no entanto, depende de uma atuação coordenada entre os diversos atores envolvidos, incluindo o Estado, as empresas, as famílias e a sociedade como um todo, para assegurar que os direitos das crianças e adolescentes sejam efetivamente protegidos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas análises apresentadas, verifica-se que a publicidade de apostas e cassinos online, especialmente quando direcionada ou envolvente de influenciadores digitais mirins, é uma questão complexa que demanda uma abordagem regulatória multifacetada. O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), as normas do CONAR, a Resolução 163/2014 do CONANDA e a Lei nº 17.490/2023 formam um conjunto normativo coeso que busca proteger crianças e adolescentes das influências prejudiciais da publicidade, especialmente quando associada a atividades de risco, como o jogo de azar. Essas legislações, ao proibir a exploração comercial dos menores e estabelecer critérios rigorosos para a publicidade de apostas, refletem uma preocupação abrangente com o desenvolvimento saudável da infância e da adolescência.

A convergência dessas normas evidencia uma compreensão de que crianças e adolescentes possuem uma vulnerabilidade inerente frente às práticas publicitárias. O ECA estabelece princípios fundamentais que proíbem o trabalho infantil e regulamentam o trabalho adolescente, especialmente em atividades prejudiciais ao seu desenvolvimento. Quando transpostos para o universo digital, esses princípios implicam a vedação da participação de crianças em atividades publicitárias de apostas e cassinos online, bem como a proibição de que sejam alvo de campanhas

que promovam o jogo. A legislação reconhece que a exposição a esses conteúdos pode influenciar negativamente o comportamento e o desenvolvimento dos jovens, levando à normalização do jogo e a possíveis transtornos futuros, como o jogo patológico.

A Lei nº 17.490/2023, ao regulamentar especificamente a publicidade de apostas e cassinos online, complementa as diretrizes do ECA ao proibir expressamente a destinação de publicidade de apostas ao público infantil e ao restringir práticas publicitárias que possam ser enganosas ou abusivas. Essa lei estabelece um marco de responsabilidade social para os operadores de apostas, exigindo a veiculação de avisos de desestímulo ao jogo e a promoção de ações informativas que alertem sobre os riscos associados ao jogo de azar. Ao mesmo tempo, a lei impõe sanções aos operadores e às plataformas que violarem essas normas, criando um mecanismo de enforcement essencial para a efetividade da proteção conferida aos menores.

As normas do CONAR e a Resolução 163/2014 do CONANDA reforçam essa rede de proteção ao estabelecer diretrizes claras para a publicidade dirigida ao público infantil. O CONAR enfatiza a necessidade de respeitar a ingenuidade e a credulidade das crianças, evitando a exploração de sua inexperiência e protegendo-as de práticas comerciais abusivas. A resolução do CONANDA, por sua vez, classifica como abusiva qualquer publicidade que tenha a intenção de persuadir crianças ao consumo, impondo uma restrição rigorosa à exploração comercial infantil. Essas diretrizes são essenciais no contexto da publicidade de apostas, onde a linha entre informação e indução ao jogo é tênue, especialmente quando o público-alvo inclui indivíduos em fase de desenvolvimento.

Além das vedações e restrições estabelecidas, a convergência dessas legislações traz à tona a importância da responsabilidade dos pais e tutores. Eles desempenham um papel crucial na proteção dos menores, sendo os principais agentes responsáveis por controlar e orientar o acesso das crianças e adolescentes ao conteúdo online. Quando os pais ou tutores permitem ou incentivam a participação dos menores em atividades publicitárias de apostas, eles podem estar violando os princípios estabelecidos pelo ECA e pelas demais normas de proteção à infância. Tal violação pode acarretar consequências legais, incluindo medidas de intervenção por parte das autoridades de proteção à infância, como o Conselho Tutelar e o Ministério Público, que podem impor sanções e orientações para assegurar a proteção dos menores.

A proteção integral da criança e do adolescente, conforme preconizada pelas legislações analisadas, é uma responsabilidade compartilhada entre o Estado, a sociedade, as empresas e a família. O ambiente digital, com sua natureza dinâmica e muitas vezes desregulada, apresenta desafios únicos para a aplicação efetiva dessas normas. Portanto, a efetividade da proteção conferida por essas legislações depende de uma ação coordenada que envolva a fiscalização rigorosa por parte dos órgãos reguladores, a autorregulação por parte das empresas de apostas e publicidade, e a conscientização dos pais e tutores sobre

os riscos associados à exposição precoce ao conteúdo de apostas. Apenas por meio de uma abordagem integrada será possível criar um ambiente mais seguro para o desenvolvimento saudável das crianças e adolescentes.

Conclui-se, portanto, que a convergência entre o ECA, as normas do CONAR, a Resolução 163/2014 do CONANDA e a Lei nº 17.490/2023 forma um arcabouço jurídico robusto e essencial para proteger os menores dos riscos associados à publicidade de apostas e cassinos online. Ao estabelecer vedações, diretrizes e mecanismos de responsabilização, essas normas buscam mitigar os efeitos negativos da exploração comercial e prevenir a indução ao jogo patológico entre os jovens. No entanto, a efetividade desse arcabouço depende de sua aplicação prática, o que requer um esforço contínuo de fiscalização, conscientização e promoção de boas práticas, a fim de garantir que as crianças e adolescentes sejam efetivamente protegidos em todos os ambientes, físicos e digitais.

Esse cenário aponta para a necessidade de estudos futuros que explorem a eficácia dessas legislações em face das rápidas transformações do ambiente digital e das estratégias de publicidade. Há um campo vasto a ser investigado sobre como as novas tecnologias e plataformas de mídia social influenciam a percepção e o comportamento das crianças em relação ao jogo. Além disso, é crucial avaliar o papel das políticas públicas na educação e conscientização de pais, tutores e jovens sobre os riscos do jogo de azar e a importância de práticas seguras no ambiente digital. Somente com uma abordagem contínua e multidisciplinar será possível aprimorar as estratégias de proteção e garantir um desenvolvimento saudável e seguro para as futuras gerações.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Marcelo de; CASTRO, Gisela GS. Youtubers mirins e os vídeos unboxing: uma reflexão sobre a criança conectada nas tramas da publicidade contemporânea. **Mídia e Cotidiano**, v. 14, n. 1, p. 96-116, 2020.

ANDRELO, Roseane; BRUMATTI, Vitor Pachioni. Os youtubers e a legislação da publicidade infantil: a abrangência da lei e as práticas observadas em canais destinados ao público infantil. **Revista Comunicação Midiática**, v. 14, n. 1, p. 38-52, 2019.

BAVARESCO, Gustavo et al. Transparency and accountability in Brazilian National Sport Organisations. **Cogent Social Sciences**, v. 10, n. 1, p. 1-19, 2024.

BICK, Vanice Teresinha et al. As influências da mídia no desenvolvimento infantil. **Revista Psicologia em Foco**, v. 5, n. 5, p. 101-115, 2013.

COSTA, Isabela Ferreira da et al. O AMPARO LEGAL E A VULNERABILIDADE DO USUÁRIO DIANTE

DE JOGOS DE AZAR. **Facit Business and Technology Journal**, v. 2, n. 51, p. 22-43, 2024.

EBERHARD, Vinicius Vivian; DE LIMA, Nédio Daria Pires. TRIBUTAÇÃO DAS APOSTAS ESPORTIVAS: REGULARIZAÇÃO E TRIBUTAÇÃO DAS APOSTAS ESPORTIVAS NO BRASIL. **Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc São Miguel do Oeste**, v. 7, p. e30579-e30579, 2022.

EFING, Antônio Carlos; MOREIRA, Angelina Colaci Tavares. Influenciadores mirins: reflexos da publicidade digital direcionada às crianças. **Civiltistica. com**, v. 10, n. 3, p. 1-18, 2021.

FREITAS, Bárbara Morais Santiago et al. Between Play and Exploitation: What Is the Place of the Rights of Child YouTubers?. **European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education**, v. 14, n. 5, p. 1197-1213, 2024.

MARÔPO, Lidia et al. Culturas digitais juvenis e os influenciadores na era da plataformação da internet. **Rocha, G.; Gonçalves, R.; Medeiros, P. Juventude (s): Movimentos Globais e Desafios Futuros. Vila Nova de Famalicão: Edições Húmus**, p. 99-120, 2021.

MOURA, Cristian Silva Tavares de; DE SOUZA, Grayce Nogueira Vidal; LUCAS, Giovana Azevedo Pampanelli. YouTube como canal para a publicidade infantil e sua influência no consumo: coisa séria ou brincadeira?. **Episteme Transversalis**, v. 10, n. 2, p. 199-220, 2019.

PINHEIRO, Gabryel David; LOPES, Tacyana Karoline Araújo. Práticas abusivas e comércio de loot boxes em jogos eletrônicos à luz do Código de Defesa do Consumidor no Brasil. **Revista Brasileira de Estudos Jurídicos**, v. 18, n. 1, p. 186-210, 2024.

RASTELI, Pedro Ernesto Mascarenhas; SANTOS, Valdivino Passos. A (I) LEGALIDADE DOS JOGOS DE AZAR NA MODALIDADE ONLINE NO BRASIL. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 10, n. 4, p. 2759-1274, 2024.

ROTIMI, Irmine Keta; YAP, Sheau-Fen; WOOLISCROFT, Ben. Unboxing the child influencer paradoxes: a research agenda. **Journal of Marketing Management**, p. 1-28, 2024.

SANTOS, Francisco Matheus Damasceno dos; MAGALHÃES FILHO, Glauco Barreira. Entre Sorte e Regulação: uma Análise das Caixas Virtuais no Contexto Legal Brasileiro. **Revista Opinião Jurídica (Fortaleza)**, v. 22, n. 39, p. 58-86, 2024.

SOUSA, Maria José Rodrigues de et al. A

Regulamentação das Apostas de Quota Fixa no Brasil e as Mudanças Promovidas Pela Lei 14.790 de 2023/The Regulation of Fixed Odds Betting in Brazil and the Changes Promoted by Law 14,790 of 2023. **Revista FSA (Centro Universitário Santo Agostinho)**, v. 21, n. 6, p. 146-160, 2024.

SOUZA, Felipe Chiarello Pinto de ; SILVA, Rafaela Iansen Miranda. A relação entre os sites de apostas e o aumento de más práticas no esporte. **Revista Opinião Jurídica (Fortaleza)**, v. 22, n. 40, p. 45-65, 2024.

SOUZA, Joseilda Sampaio de; SANTOS, Caio Ferreira dos; DOS SANTOS, Iris Alves. CULTURAS INFANTIS, CULTURA DIGITAL E CONSUMO: PERSPECTIVAS ATUAIS. **Revista Prâksis**, v. 1, p. 170-193, 2024.

TORRES, Julia Fátima Gonçalves. **Padrões de design deceptivos e a hipervulnerabilidade digital estrutural de crianças, adolescentes e do núcleo familiar quanto aos jogos eletrônicos online na sociedade contemporânea de consumo**. 2024. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pelotas.