



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES
Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos

OFÍCIO Nº 20552/2025/MCOM

Brasília/DF, na data da assinatura.

A Sua Excelência a Senhora
Senadora Daniella Ribeiro
Primeira-Secretária do Senado Federal
Senado Federal - Bloco 2 – Pavimento Térreo
CEP 70165-900 – Brasília/DF

Assunto: Indicação Parlamentar nº 33/2025.

Senhora Primeira Secretária,

Em atendimento ao Ofício nº 491/2025 (SF) - (12677037) , por meio do qual a Primeira-Secretaria do Senado Federal solicita posicionamento sobre a Indicação Parlamentar nº 33/2025 (12677033), que “institui a criação de campanhas periódicas de comunicação pública sobre os riscos do jogo compulsivo”, comunico, após consulta às Secretarias e às entidades vinculadas desta Pasta, que o tema abordado não está afeto à competência do Ministério das Comunicações.

Atenciosamente,

DANILO BATISTA SOARES

Chefe da Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos



Documento assinado eletronicamente por **Danilo Batista Soares, Assessor Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos**, em 23/06/2025, às 10:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mcom.gov.br/sei/verifica>, informando o código verificador **12678725** e o código CRC **33890689**.



SENADO FEDERAL

INDICAÇÃO Nº 33, DE 2025

Sugere ao Ministério das Comunicações a criação de campanhas periódicas de comunicação pública sobre os riscos do jogo compulsivo.

AUTORIA: Senadora Soraya Thronicke (PODEMOS/MS), Senadora Damares Alves (REPUBLICANOS/DF), Senador Izalci Lucas (PL/DF)



[Página da matéria](#)



SENADO FEDERAL

Gabinete da Senadora SORAYA THRONICKE

SF/25067.98354-04

INDICAÇÃO Nº , DE 2025

Sugere ao Poder Executivo a criação de campanhas periódicas de comunicação pública sobre os riscos do jogo compulsivo.

Sugerimos ao Poder Executivo Federal, por intermédio do Senhor Ministro de Estado das Comunicações, com amparo no art. 224, inciso I, do Regimento Interno do Senado Federal, a criação de campanhas periódicas de comunicação pública, com mensagens claras, acessíveis e cientificamente fundamentadas, sobre:

- i) os riscos do jogo compulsivo;
- ii) casos reais e histórias de superação;
- iii) dicas para identificar sinais de vício em si mesmo ou em pessoas próximas;
- iv) canais de ajuda disponíveis.

Sugere-se, ainda, que as campanhas priorizem públicos mais suscetíveis aos danos, como jovens entre 15 e 30 anos, desempregados, pessoas de baixa renda e homens – perfil identificado como predominante entre os apostadores problemáticos. Recomenda-se a utilização de





SENADO FEDERAL

Gabinete da Senadora SORAYA THRONICKE

linguagem adaptada cultural e socialmente, com a utilização de elementos visuais, musicais e narrativos que dialoguem com a realidade desses grupos.

Por fim, sugerimos que as campanhas de conscientização envolvam atletas, ex-jogadores, artistas e criadores de conteúdo digital, especialmente aqueles que já trabalharam com casas de apostas, a fim de reforçar a credibilidade da mensagem e ampliar o alcance da iniciativa.

JUSTIFICAÇÃO

O crescimento vertiginoso do mercado de apostas esportivas no Brasil impôs à sociedade um cenário de ampla exposição da população – inclusive de menores de idade – a conteúdos publicitários de forte apelo emocional e financeiro. As campanhas publicitárias das *Bets* ocupam hoje espaço significativo em eventos esportivos, mídias digitais, redes sociais e até em transmissões televisivas abertas, promovendo as apostas como forma de entretenimento comum e sem riscos aparentes.

Diante disso, é necessário que o poder público atue de forma coordenada, educativa e preventiva, por meio de campanhas nacionais de conscientização, com o objetivo de informar corretamente a população sobre os riscos associados ao jogo excessivo, os sinais de alerta do vício em apostas e as formas de buscar ajuda. Essas campanhas não competem com a liberdade de escolha individual, mas promovem a tomada de decisão consciente e responsável diante de um produto de risco, cujos efeitos podem ser graves e duradouros na vida das pessoas.



SENADO FEDERAL

Gabinete da Senadora SORAYA THRONICKE

A abrangência do problema exige que as ações de conscientização sejam igualmente amplas, contínuas e veiculadas nos mais diversos meios de comunicação – desde os tradicionais (TV, rádio, jornais) até os mais modernos (plataformas de vídeo, *podcasts*, redes sociais). O objetivo é atingir públicos diversos, em contextos variados, com linguagem acessível e adequada a cada meio.

Ainda, é fundamental que essas campanhas apresentem dados reais sobre o risco de endividamento, os transtornos mentais associados ao vício em jogo e os impactos sobre famílias e comunidades. Além disso, devem informar sobre canais de apoio psicológico e jurídico, sempre com mensagens baseadas em evidências científicas, e que combatam as falsas promessas disseminadas por publicidades comerciais.

Estudos recentes, já citados neste relatório, mostram que a maior parte dos apostadores brasileiros pertence às classes C, D e E, com alta incidência de endividamento e baixa educação financeira. Jovens de 15 a 29 anos, em especial, estão entre os principais consumidores de plataformas de apostas, frequentemente induzidos por propagandas em redes sociais, influenciadores e atletas.

Nesse contexto, a comunicação de risco deve ser direcionada de forma segmentada, utilizando elementos culturais e narrativos próximos da realidade dos públicos vulneráveis, a fim de gerar identificação e impacto real. O uso de histórias reais, dramatizações e campanhas com linguagem popular, por exemplo, pode ter maior alcance do que mensagens genéricas e formais.



SENADO FEDERAL

Gabinete da Senadora SORAYA THRONICKE

SF/25067.98354-04

Ademais, verificamos que o uso massivo de influenciadores digitais e atletas como garotos-propaganda de casas de apostas torna necessário que o discurso da prevenção também utilize os mesmos canais e estratégias. A participação de figuras públicas conhecidas e respeitadas pode contribuir para ressignificar o debate, mostrando que responsabilidade e informação também fazem parte da cultura do esporte e do entretenimento.

Assim, campanhas com ex-jogadores que enfrentaram problemas com apostas, ou influenciadores que decidiram romper com parcerias comerciais com casas de apostas, por exemplo, podem ter um alto poder de mobilização e provocar reflexão, especialmente entre os jovens. A ideia é que o próprio ambiente digital – onde hoje se difunde o jogo – seja também o espaço da educação para o consumo responsável e do enfrentamento aos riscos do vício.

As campanhas nacionais de conscientização, para além de ações de comunicação, são instrumentos de saúde pública, proteção ao consumidor e educação cidadã. Elas são especialmente necessárias diante da assimetria de informações entre os operadores das apostas – que utilizam técnicas avançadas de *marketing* e psicologia comportamental – e os consumidores, muitas vezes vulneráveis e mal-informados.

É função do Estado, portanto, equilibrar esse cenário, garantindo o direito da população à informação clara, acessível e preventiva. Por isso, esse tipo de campanha deve ser permanente, estratégica, intersetorial e fundamentada em dados, servindo como uma das principais





SENADO FEDERAL

Gabinete da Senadora SORAYA THRONICKE

linhas de defesa contra os impactos adversos das apostas compulsivas na sociedade brasileira.

Sala das Sessões,

Senadora **SORAYA THRONICKE**

Senador **IZALCI LUCAS**

Senadora **DAMARES ALVES**

