

**II CONGRESSO INTERNACIONAL DE
DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS,
TECNOLOGIA E INTERNET**

**TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS, DIREITO E
PROTEÇÃO DE DADOS**

T255

Tecnologias disruptivas, direito e proteção de dados [Recurso eletrônico on-line] organização II Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet: Faculdade de Direito de Franca – Franca;

Coordenadores: Larissa Maia Freitas Salerno Miguel, Alexandre Kehrig Veronese Aguiar e Nelson Remolina Angarita – Franca: Faculdade de Direito de Franca, 2024.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-018-2

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Regulação do Ciberespaço.

1. Proteção de Dados. 2. Smart Contracts. 3. Propriedade Intelectual. 4. Políticas Públicas de Desenvolvimento. 5. Efetividade do Direito. I. II Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet (1:2024 : Franca, SP).

CDU: 34

II CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS, TECNOLOGIA E INTERNET

TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS, DIREITO E PROTEÇÃO DE DADOS

Apresentação

Entre os dias 27 e 30 de agosto de 2024, a Faculdade de Direito de Franca recebeu o Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet. O evento reuniu acadêmicos, profissionais, pesquisadores e estudantes, promovendo o debate interdisciplinar sobre o impacto das inovações tecnológicas no campo jurídico e nas políticas públicas. A programação envolveu Grupos de Trabalho (GTs) organizados para aprofundar temas específicos, abordando desde o acesso à justiça até as complexidades da regulação tecnológica, com ênfase na adaptação do sistema jurídico aos avanços da inteligência artificial e da automação.

O GT 3 – Tecnologias Disruptivas, Direito e Proteção de Dados concentrou-se na análise das tecnologias disruptivas e seus impactos sobre o direito e a proteção de dados pessoais. As discussões abordaram a regulação jurídica de startups, lawtechs e legaltechs, além da tributação e da propriedade intelectual em um cenário de inovação constante. Entre os temas centrais, destacaram-se as implicações das tecnologias da quarta revolução industrial, como a realidade aumentada, o Visual Law, e os contratos inteligentes (smart contracts), que estão moldando o futuro das relações jurídicas. Foi dado especial enfoque à economia do conhecimento e à crescente coleta e tratamento de dados pessoais e sensíveis, considerando os desafios da proteção de dados, vigilância, monitoramento e remoção de conteúdo. As contribuições deste GT oferecem uma visão crítica e propositiva para o direito acompanhar as rápidas mudanças tecnológicas, promovendo a segurança jurídica e o respeito aos direitos fundamentais na era digital.

**ASSÉDIO VIRTUAL DOS JOGOS DE AZAR NAS PLATAFORMAS DA META:
ANÁLISE JURÍDICA DOS TERMOS DE USO E PROTEÇÃO DE DADOS DO
CONSUMIDOR NO BRASIL**

**VIRTUAL HARASSMENT OF GAMES ON TARGET PLATFORMS: LEGAL
ANALYSIS OF THE TERMS OF USE FROM THE PERSPECTIVE OF CONSUMER
LAW AND USER DATA PROTECTION IN BRAZIL**

Marcela Maris Nascimento de Souza ¹

Luan Berci ²

Yuri Nathan da Costa Lannes ³

Resumo

A presente pesquisa questiona se o assédio praticado pelos jogos de azar, especificamente o jogo do tigrinho, afrontam os termos de uso das plataformas da empresa Meta e quais são os possíveis impactos no âmbito jurídico. Este estudo adota como metodologia a pesquisa, fenomenológica, de natureza aplicada, com o objetivo exploratório, a abordagem dos resultados é qualitativa e o estudo desenvolve-se por meio da pesquisa documental e bibliográfica.

Palavras-chave: Jogo do tigrinho, Jogo de azar, Termos de uso, Meta, Solicitação de amizade

Abstract/Resumen/Résumé

This research questions whether the harassment practiced by games of chance, specifically the Tigrinho game, violates the terms of use of the Meta company's platforms and what the possible impacts are in the legal sphere. This study adopts a phenomenological, applied research methodology, with an exploratory objective, a qualitative approach to the results and the study is developed through documentary and bibliographic research.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Tiger game, Game of chance, Terms of use, Meta, Friend request

¹ Advogada; Graduada em Direito na Faculdade de Direito de Franca no ano de 2022; Bolsista PIBIC 2020/2021; Pós-graduada em Direito do Trabalho; Pós-graduanda em Direito de Família e Sucessões.

² Graduando em Direito na Faculdade de Direito de Franca - FDF; Monitor de Direito Digital 2023/2024; Bolsista PIBIC 2021/2023; membro do NELADH e do GPPT

³ Pós-Doutorado na Universidade de Brasília (UNB) em Direito e Tecnologia, Doutor em Direito Político e Economia pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, Professor e Coordenador de Pesquisa da FDF.

1 INTRODUÇÃO

As transformações tecnológicas possibilitaram novas interações no ambiente virtual. Nesse contexto, as redes sociais popularizaram-se, em especial as da empresa Meta, que integra os aplicativos Facebook, Instagram e WhatsApp. Paralelamente, o ambiente dos jogos de azar também acompanhou a Revolução 4.0 e migrou para o ambiente virtual, oferecendo variadas possibilidades. Neste cenário, no final do ano de 2023, observa-se nova abordagem publicitária destas empresas, agora no ambiente das redes sociais.

Dentre as empresas mais populares do segmento está o Jogo do Tigrinho e nota-se que esta empresa promove verdadeiro assédio virtual na busca por novos consumidores. Nesse espectro, a questão de pesquisa questiona se o assédio praticado pelos jogos de azar, especificamente o jogo do tigrinho, afrontam os termos de uso da plataforma Meta, o Código de Defesa do Consumidor e a Lei Geral de Proteção de Dados. Logo, pretende-se compreender como o fenômeno está ocorrendo no ambiente virtual e identificar as suas implicações legais na contemporaneidade de junho de 2024.

Para tanto, a pesquisa adota como metodologia a pesquisa, fenomenológico, de natureza aplicada, com o objetivo exploratório, a abordagem dos resultados é qualitativa e o estudo desenvolve-se por meio da pesquisa documental e bibliográfica.

Primeiramente, será feito um levantamento documental em jornais digitais, utilizando-se a palavra chave “jogo do tigrinho”, de junho de 2023 a junho de 2024. A partir desse levantamento será feita a análise dos termos de uso da empresa Meta. Em um segundo momento, será feita uma análise jurídica das informações levantadas. Por fim, a pesquisa possibilitará conhecer e interpretar o fenômeno dos jogos de azar no âmbito jurídico e social brasileiro.

2 JOGOS DE AZAR, ASSÉDIO NAS REDES SOCIAIS E OS TERMOS DE USO DA META

A partir de um levantamento documental dos jogos de azar será realizada uma análise dessas empresas nas redes sociais para entender seu impacto na sociedade e verificar se infringem os termos de uso das plataformas da Meta.

Em 2023, observou-se crescimento, tanto no número de casas de apostas, quanto na quantidade de indivíduos envolvidos nessa prática, adquirindo relevância substancial (G1,

2024, s.p.). No Brasil, a definição de jogos de azar está prevista no artigo 50 do Decreto-Lei nº 3.688, § 3º, que considera jogo de azar: o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte; as apostas sobre corrida de cavalos fora de hipódromo ou de local onde sejam autorizadas; as apostas sobre qualquer outra competição esportiva.

A proibição também se aplica aos jogos de azar que ocorrem na modalidade online. Assim, o mesmo decreto também dispõe no parágrafo § 2º, multa de de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) a R\$200.000,00 (duzentos mil reais) para quem participar de jogos de azar pela internet. Apesar da proibição legal, a prática se mostra frequente na realidade brasileira e se intensificou com o advento da internet e do ambiente virtual:

Embora cassinos e casas de aposta sejam proibidos em solo brasileiro desde 1946, o ato de fazer uma aposta por residentes brasileiros não era exatamente ilegal. Como isso é possível? A legislação de 1946 (Decreto-Lei nº 9.215/1946) proibia apenas o estabelecimento de estruturas físicas para jogos de azar no Brasil. Como a internet não existia na época, as apostas online através de servidores internacionais eram consideradas uma zona cinzenta não-regulamentada pela legislação brasileira. (Seckelmann, 2021, s.p.)

O *Fortune Tiger*, conhecido como Jogo do Tigrinho, é um jogo de azar online, a sua aparência é semelhante à de um caça-níqueis virtual, em que os jogadores precisam alinhar símbolos em linhas ou diagonais para ganhar prêmios em dinheiro (G1, 2024, s.p.). O jogo oferece a ilusão de ganhos rápidos para os novos jogadores, contudo, a maioria acaba sofrendo perdas financeiras. Assim, a plataforma se configura como um jogo de apostas, em que o resultado depende puramente da sorte (Politize, 2024, s.p.).

Os jogos do Tigrinho são encontrados em plataformas clandestinas, que não são auditáveis e não seguem nenhuma regulamentação, fato que os distingue das *bets*, que são plataformas de apostas já legalizadas pela legislação brasileira. Dessa maneira, as casas de apostas esportivas (como as *bets*) seguem as diretrizes previstas em lei.

Nas redes sociais, influenciadores digitais garantem recompensas substanciais para aqueles que começarem a jogar. Com o intuito de persuadir os usuários, esses influenciadores divulgam anúncios enganosos do jogo em suas contas, fingindo ser premiados, o que leva o público a acreditar que é possível obter elevadas quantias de dinheiro jogando (Politize, 2024, s.p.). Essas práticas caracterizam-se como verdadeiro assédio virtual.

O assédio de consumo é caracterizado pela prática de condutas agressivas, que afetam diretamente a liberdade de escolha do consumidor e, em situações mais graves e continuadas, seus próprios projetos de vida, atentando contra sua esfera psíquica, que, em meio a tantas estratégias manipuladoras, é subjugado e levado a ceder às pressões do mercado. (Verbicaro, 2018)

No âmbito do Instagram, Facebook e WhatsApp, o assédio de contas também ocorre por meio do envio de mensagens indesejadas, solicitações de amizade e inclusão de usuários

em grupos de divulgação sem a devida autorização. Essas contas, geralmente, oferecem bônus em dinheiro e compartilham links para outras páginas de promoção. São facilmente reconhecíveis por seus nomes de usuário contendo muitos números e letras, ausência de publicações, imagens do jogo como foto de perfil, poucos seguidores e um grande número de pessoas seguidas (Estadão, 2024, s.p.).

Assim, as empresas utilizam diversas táticas para atrair o público e manter jogadores engajados. Isso também inclui o envio de mensagens promocionais frequentes, notificações persistentes e até mesmo anúncios personalizados direcionados aos usuários (Folha de São Paulo, 2024, s.p.). Essas práticas visam não só aumentar a base de usuários, mas também maximizar os lucros da plataforma.

Na plataforma Instagram, suas diretrizes estabelecem que “contas que promovem apostas online, jogos online de habilidade valendo dinheiro real ou loterias online devem obter, primeiro, nossa permissão por escrito antes de usar qualquer um dos nossos produtos” (Folha de São Paulo, 2024, s.p.). Ademais, a plataforma Facebook, em suas diretrizes, também estabelece que possui equipe e sistemas de combate a condutas enganosas e prejudiciais aos usuários (Facebook, 2022, s.p.).

Contudo, observa-se que essas diretrizes não estão sendo seguidas adequadamente. A presença massiva de *bots* de "tigrinho" invadindo as redes sociais é uma evidência clara da falha no cumprimento dessas normas. Ademais, conforme as Normas da Comunidade, dispostas nos Termos e Políticas do Instagram (Instagram, 2022, s.p.), não é obrigatória a utilização do nome verdadeiro no Instagram. No entanto, é necessário que os usuários forneçam informações precisas e atualizadas, bem como não se passe por outra pessoa e não crie contas com a intenção de infringir as normas ou enganar os outros usuários.

Nesse sentido, a empresa Meta, ao ser questionada acerca dos *bots* advindos do Jogo do Tigrinho, afirma trabalhar para diminuir a atividade de spam e procura “impedir que as pessoas se utilizem de forma abusiva de nossas plataformas, produtos ou recursos para aumentar artificialmente a visualização ou distribuir conteúdo em massa para ganho comercial” (Folha de São Paulo, 2024, s.p.). No entanto, as contas de jogos de apostas proliferam sem controle efetivo, prejudicando a experiência dos usuários. Essa falta de fiscalização gera questionamentos sobre a real capacidade e comprometimento da empresa em manter a plataforma segura e livre de atividades abusivas e prejudiciais.

Em resumo, a análise revela que as diretrizes do grupo Meta não estão sendo seguidas adequadamente e essas atividades infringem os termos de uso da plataforma. A Meta, apesar de afirmar combater spam e abuso, não está conseguindo controlar essas atividades ilícitas.

3 ANÁLISE JURÍDICA DO USUÁRIO CONSUMIDOR NO CONTEXTO DOS JOGOS DE AZAR

A partir do exposto, as práticas dos jogos de azar no ambiente das redes sociais serão avaliadas sob a perspectiva do direito consumerista e da proteção de dados. A fim de identificar se também estão infringindo estes dispositivos.

Conforme dito, no Brasil os jogos de azar são proibidos, entretanto, a prática permaneceu constante na sociedade. A recente movimentação motivou propostas de alteração legislativa. Toma-se de exemplo o projeto de lei 3915/2023, de autoria do deputado federal Ricardo Ayres, que proíbe a divulgação, promoção ou endosso de empresas de apostas, cassinos e jogos de azar por digital influencers e artistas. O artigo 4º do projeto destaca que digital influencers e artistas devem promover conteúdos educativos, positivos e não prejudiciais à saúde mental e financeira dos seguidores.

No mesmo ano, outro projeto de lei, o de nº 519/2023, foi elaborado para tratar da publicidade de produtos e serviços ilegais oferecidos por sites hospedados em servidores fora do Brasil, classificando tal publicidade como crime contra o consumidor. No entanto, esse projeto não avançou. Também em 2023, houve progresso na regulamentação das apostas esportivas, com a medida provisória (MP) nº 1.182/2023 sendo anunciada em julho para regulamentar as apostas de quotas fixas.

Nesse sentido, o CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), em 2023, aprovou regras para a autorregulamentação publicitária das apostas esportivas que entraram em vigor em janeiro de 2024. No final de 2023 foi sancionado parcialmente o Projeto de Lei nº 3.626, que após a sanção passou a ser reconhecido pelo nº de Lei 14.790/23, regulamentando as apostas esportivas e estabelecendo regras claras quanto ao recolhimento do imposto de renda dos agentes envolvidos.

Este ato demonstra a legalidade das apostas esportivas, e sinaliza uma nova brecha nos jogos de azar no Brasil (Fazolin; Almeida, 2024, p. 717). “A justificativa seria porque jogos esportivos, como o futebol, seriam jogos difíceis de manipular os resultados e seriam mais estratégicos não dependendo só de sorte mais de uma análise. Já os do âmbito de cassinos são jogos de puramente sorte.” (Marinho; Gomes, 2024, p. 2007).

Observa-se que, muito embora as *bets* estão sendo reguladas, os demais jogos de azar ainda são plenamente ilegais. Ademais, conforme demonstrado no tópico anterior, à luz das práticas predatórias adotadas por essas empresas de jogos de azar, ambas estão infringindo outros dispositivos legais.

Na seara do direito consumerista, o Código de Defesa do Consumidor oferece um arcabouço de princípios que permitem adaptar-se às situações contemporâneas, como a publicidade e propaganda dos jogos de azar nas redes sociais. Destaca-se, na esfera da publicidade ilícita, objeto do estudo, o princípio da identificação publicitária que visa reduzir a vulnerabilidade do consumidor em relação aos fornecedores.

Nesse sentido, segundo o artigo 36 do CDC, a publicidade deve ser facilmente identificável, ajudando o consumidor a entender que a informação apresentada tem um caráter econômico. Esse princípio é crucial para lidar com a agressividade da publicidade virtual e a publicidade oculta, promovendo responsabilidade no consumo online (Esteves, 2024, p. 25).

Outro princípio relevante é o da veracidade, qual seja o direito à informação clara e fidedigna, conforme disposto no art. 6º do CDC. Ademais, esta prerrogativa é reforçada no artigo 37, §1º do CDC que impõe ao fornecedor o dever de garantir a veracidade da informação veiculada.

Ademais, destaca-se que no §2º do referido artigo há o dever geral de não-abusividade da publicidade, especialmente a “proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos” e “a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;” (art. 6º, I e VI do CDC). Assim, o princípio da não-abusividade é um dos principais a ser observado e resguardado no presente caso.

Já na esfera do Direito Digital, especificamente quanto à Lei Geral de Proteção de Dados, a pesquisa não analisou especificamente como as empresas de jogos de azar realizam o tratamento de dados de seus usuários. Entretanto, constatou, conforme exemplificado no tópico anterior, que no âmbito das práticas publicitárias predatórias essas empresas possuem acesso a dados sem o prévio fornecimento e consentimento do usuário.

Nesse sentido, observa-se que o tratamento de dados está sendo realizado sem a observância dos fundamentos básicos, quais sejam os dispostos no art. 2º, I, IV e VI da LGPD que determina que a proteção de dados pessoais tem como fundamentos o respeito à privacidade, à inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem; e a defesa do consumidor. Assim, além dos regramentos do CDC, há questões de proteção de dados do usuário que também estão sendo violados (Rocha; Maziviero, 2020, p. 493).

Para garantir a proteção de dados, a LGPD estabelece a autodeterminação informativa, permitindo que os indivíduos decidam sobre o uso de seus dados pessoais. Conforme os artigos 7º e 8º, o tratamento de dados pessoais só pode ocorrer com o consentimento livre e inequívoco do titular, que deve ser dado por escrito ou por meio que demonstra claramente

sua vontade. Assim, no âmbito da Meta, isso se reflete no aceite dos termos de uso. Entretanto, a legislação não permite ao usuário controlar quais dados são disponibilizados, nem define como os Termos e Condições de Uso devem ser estruturados, perpetuando termos em formato de contrato de adesão que violam sua proteção.

Assim, observa-se clara violação aos direitos consumeristas e a proteção de dados do usuário nesse contexto.

4 CONCLUSÃO

O assédio praticado por jogos de azar, como o Jogo do Tigrinho, nas plataformas da Meta, viola os termos de uso das redes sociais, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). A proliferação de contas e bots que promovem esses jogos, muitas vezes de forma enganosa, evidencia a falta de fiscalização e controle por parte da Meta. Além disso, essas práticas configuram publicidade abusiva e enganosa, violando direitos básicos dos consumidores e a privacidade dos usuários.

REFERÊNCIAS

ESTEVES, André Luiz Silveira. **A publicidade ilícita nas redes sociais: hipernormatividade e consumo em ambiente digital**. Orientador: Dennis Verbicaro Soares. 2021. 45 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) – Faculdade de Direito, Instituto de Ciências Jurídicas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2021.

FAZOLIN, Dayse Karoline Vieira Catellane; ALMEIDA, Andreia Alves de. A IMPORTÂNCIA DA REGULAMENTAÇÃO SOBRE OS JOGOS DE AZAR ONLINE. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 9, n. 12, p. 711–727, 2024.

FERNANDES, Rafael Gonçalves. **Os desafios da proteção jurídica do consumidor na era da publicidade comportamental online**. 2022. Tese (Doutorado em Direito) – Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2022.

G1. O que é o “jogo do tigrinho.” G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/12/17/o-que-e-o-jogo-do-tigrinho-e-por-que-e-ilegal-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 7 Jul. 2024.

LABATE, Alice. Já foi incomodado pelo ‘jogo do tigrinho’ hoje? Perfis infestam Instagram e no WhatsApp. **Estadão**, 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/hashtag/2024/06/contas-que-promovem-jogo-do-tigrinho-assediam-usuarios-no-instagram-e-whatsapp.shtml>. Acesso em: 7 Jul. 2024.

LAY. Jogo do Tigrinho: entenda a polêmica por trás do jogo de azar. **Politize!** Disponível em: <https://www.politize.com.br/jogo-do-tigrinho/#:~:text=Os%20jogos%20do%20tigrinho%20s%C3%A3o,Dutra%2C%20atrav%C3%A9s%20da%20Lei%209.215>. Acesso em: 7 Jul. 2024.

MARINHO, Paulo Henrique Sousa; GOMES, Mateus Pereira. REGULAMENTAÇÃO DOS CASSINOS E CASAS DE APOSTAS ONLINE NO BRASIL. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 10, n. 6, p. 2001–2015, 2024.

RIBEIRO, Andrei. Contas que promovem “jogo do tigrinho” assediam usuários no Instagram e WhatsApp. **Folha de S.Paulo**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/hashtag/2024/06/contas-que-promovem-jogo-do-tigrinho-assediam-usuarios-no-instagram-e-whatsapp.shtml>. Acesso em: 7 Jul. 2024.

ROCHA, L; MAZIVIERO, L. Por um clique: como a lei geral de proteção de dados pessoais possibilita o “consentimento involuntário” de fornecimento de informações de particulares a empresas. **Diké** (Uesc), v. 22, n 24, p. 491-515, jul./dez. 2023.

SECKELMANN, U. **All-in para o Brasil como regulamentar um multibilionário mercado de apostas esportivas**. Bichara e MottaAdvogados. 24 novembro. 2021. Disponível em: <https://www.bicharaemotta.com.br/all-in-para-o-brasil-como-regulamentar-um-multibilionario-mercado-de-apostas-esportivas/>. Acesso em: 03/01/ 2024.

TEIXEIRA, Pedro Santos. Anúncios em redes sociais levam a lojas falsas com apps suspeitos do “tigrinho.” **Folha de S.Paulo**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2024/06/anuncios-em-redes-sociais-levam-a-lojas-falsas-com-apps-suspeitos-do-tigrinho.shtml>. Acesso em: 7 Jul. 2024

Termos de Serviço. WhatsApp.com. Disponível em: <https://www.whatsapp.com/legal/terms-of-service>. Acesso em: 7 Jul. 2024.

Termos de Uso. Central de Ajuda do Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/581066165581870>. Acesso em: 7 Jul. 2024.

Termos de Utilização. Centro de Ajuda do Instagram. Disponível em: https://help.instagram.com/581066165581870/?locale=pt_PT&hl=pt. Acesso em: 7 Jul. 2024.

VERBICARO, Dennis; RODRIGUES, Lays; ATAÍDES, Camille. **Desvendando a vulnerabilidade comportamental do consumidor: uma análise jurídico-psicológica do assédio de consumo**. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo, v. 119, p. 349- 384, set./out. 2018.