

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

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

T255

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

Coordenadores: Tais Ramos, Caio Augusto Souza Lara e Rubens Beçak – Franca:
Faculdade de Direito de Franca, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-376-3

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

Tema: Governança, regulação e o futuro da inteligência artificial.

1. Direito. 2. Políticas Públicas. 3. Tecnologia. 4. Internet. I. III Congresso Internacional
de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet (1:2025 : Franca, SP).

CDU: 34

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

TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS, DIREITO E PROTEÇÃO DE DADOS II

Apresentação

Entre os dias 30 de setembro e 3 de outubro de 2025, a Faculdade de Direito de Franca recebeu o III 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 discute os impactos das tecnologias destrutivas no campo jurídico, com foco na aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados e nas novas fronteiras da privacidade digital. As apresentações analisam o papel da inovação, da transparência e da responsabilidade jurídica em contextos digitais complexos. O grupo contribui para o debate sobre como a tecnologia pode ser aliada na proteção da dignidade humana e da segurança informacional.

A INFLUÊNCIA DA PROMOÇÃO DE JOGOS DE AZAR ONLINE POR INFLUENCIADORES DIGITAIS NA VULNERABILIDADE DOS CONSUMIDORES BRASILEIROS

THE INFLUENCE OF ONLINE GAMBLING PROMOTION BY DIGITAL INFLUENCERS ON THE VULNERABILITY OF BRAZILIAN CONSUMERS

**Veronica Portela
Beatriz Viana Freitas**

Resumo

A influência digital impulsiona jogos de azar online no Brasil, gerando preocupações sobre a vulnerabilidade do consumidor. Apesar da proibição legal anterior, a flexibilização regulatória criou lacunas. Casos como o "Jogo do Tigrinho" e a CPI das Bets evidenciam a necessidade urgente de uma regulamentação mais robusta para proteger o público e evitar o endividamento.

Palavras-chave: Influenciadores digitais, Jogos de azar online, Vulnerabilidade, Regulamentação, Apostas, Cpi das bets

Abstract/Resumen/Résumé

Digital influence is driving online gambling in Brazil, raising concerns about consumer vulnerability. Despite the previous legal ban, regulatory easing has created gaps. Cases such as the “Jogo do Tigrinho” and the CPI das Bets highlight the urgent need for stronger regulation to protect the public and prevent debt.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Digital influencers, Online gambling, Vulnerability, Regulation, Betting, Cpi das bets

1 INTRODUÇÃO

O avanço das tecnologias digitais e a popularização das redes sociais têm ocasionado transformações significativas nas dinâmicas de consumo, notadamente pela atuação de influenciadores digitais. No contexto brasileiro, tal fenômeno estende-se ao campo dos jogos de azar online prática vedada pela legislação vigente, mas que, na realidade prática, apresenta expansão acelerada, especialmente entre consumidores jovens e em situação de vulnerabilidade socioeconômica. Esta expansão se dá, em parte, pela promoção realizada por influenciadores digitais, os quais, por meio de suas plataformas, divulgam jogos e apostas com apelos baseados em promessas de lucro fácil, frequentemente omitindo os riscos legais e financeiros inerentes a tais práticas.

Portanto, a pesquisa questiona, mas como uma prática proibida por lei continua a crescer no ambiente digital? Embora a legislação brasileira proíba expressamente os jogos de azar, conforme previsto no Decreto-Lei n.º 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais), observa-se um movimento gradual de flexibilização, evidenciado pela promulgação da Lei n.º 13.756, de 12 de dezembro de 2018, que autoriza apostas de quota fixa. No entanto, esta normativa ainda carece de regulamentação detalhada, o que dificulta a efetiva fiscalização das práticas de jogos online e a proteção dos consumidores. Além disso, a descentralização das plataformas de apostas digitais, muitas delas sediadas no exterior, somada à ausência de políticas públicas específicas, cria um ambiente de incerteza jurídica e favorece práticas publicitárias engonosas.

Nesse cenário, destaca-se o caso da influenciadora digital Virgínia Fonseca, criticada em 2021 por promover o denominado “Jogo do Tigrinho”, plataforma de apostas ilegais. A divulgação ocorreu sem qualquer advertência quanto aos riscos financeiros envolvidos, contribuindo para que inúmeros seguidores se expusessem a prejuízos patrimoniais. Em razão da repercussão desses casos e do crescimento descontrolado desse tipo de publicidade digital, foi instalada, em 2024, a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) das Bets, com o objetivo de apurar a atuação de casas de apostas e a responsabilidade de influenciadores digitais na promoção de jogos ilegais. A CPI colocou em evidência a omissão legislativa frente ao tema, além de trazer à tona o uso do poder de influência como meio de exploração econômica de públicos vulneráveis.

Diante desse contexto, o presente estudo tem como propósito analisar, de forma crítica e aprofundada, os efeitos da promoção de jogos de azar online por influenciadores digitais na intensificação da vulnerabilidade dos consumidores brasileiros. Busca-se compreender como a ausência de regulamentação específica, somada à atuação persuasiva e, por vezes,

irresponsável desses agentes digitais, contribui para a exposição do público a práticas que podem resultar em prejuízos financeiros e psicológicos significativos. A pesquisa também pretende discutir os limites éticos e jurídicos da influência digital no contexto das apostas online, propondo medidas normativas que possam mitigar os riscos associados e garantir maior proteção aos consumidores. Ao articular os campos do Direito do Consumidor e do Direito Digital, este trabalho visa oferecer subsídios teóricos e práticos para o aperfeiçoamento da legislação brasileira diante dos desafios impostos pelas novas formas de publicidade e consumo no ambiente virtual.

O estudo será desenvolvido, predominantemente, por meio de pesquisa bibliográfica, com a análise de artigos científicos, obras doutrinárias e monografias relacionadas ao Direito Digital, à publicidade digital e à proteção do consumidor. Será utilizada, ainda, a pesquisa documental, com o levantamento de entrevistas publicadas em jornais e revistas, matérias jornalísticas e conteúdos de portais eletrônicos especializados, os quais não tenham recebido tratamento analítico prévio. Esses materiais permitirão uma investigação mais ampla sobre a influência da promoção de jogos de azar online por influenciadores digitais, contribuindo para a compreensão dos impactos sociais e jurídicos da prática e fundamentando, de forma crítica, as propostas de aprimoramento legislativo e regulatório apresentadas ao final da pesquisa.

1. Influenciadores, Jogos de Azar e o Direito: Caminhos para uma Regulação Necessária

A evolução da internet e a ascensão das redes sociais criaram um ambiente propício para novas formas de marketing digital, entre elas a promoção de jogos de azar online por influenciadores digitais. Esta prática, embora altamente lucrativa para as plataformas e para os próprios influenciadores, tem levantado sérias preocupações jurídicas e éticas, especialmente no que diz respeito à proteção do consumidor.

Em um levantamento nacional realizado pelo instituto DataSenado aponta que 42% dos brasileiros que dizem ter gastado uma quantia em apostas esportivas ao longo do mês estavam endividados. Segundo a pesquisa, esse percentual diz respeito aos apostadores com contas atrasadas há mais de 90 dias. No total, de acordo com o levantamento, cerca de 20,3 milhões de pessoas com mais de 16 anos afirmam ter apostado nas chamadas "bets", que têm passado por um processo de regulamentação. O número equivale a 13% da população do país com essa faixa etária.

Diante desses dados apresentados pela pesquisa feita pelo Instituto DataSenado, tem-se um parâmetro dos prejuízos que foram causados a muitos brasileiros em decorrência desses

jogos, por qual muitos foram induzidos a jogar mediante a promoção feita pelos influenciadores digitais. Assim sendo, pontua-se a necessidade de mais investigações sobre esses casos na CPI das bets, entender como funciona, a promoção feita pelos influenciadores digitais e mais depoimentos para maior esclarecimento.

Questiona-se, também, no aspecto do direito, se esses influenciadores digitais deveriam sofrer alguma sanção e em qual esfera do direito. Visto que tem-se a lei nº 3.688/41 e o atual código penal - que aplica-se pena de prisão; e também na Lei nº 14.790/23 fala-se apenas de pena administrativa.

Art. 50. Estabelecer ou explorar jogo de azar em lugar público ou acessível ao público, mediante o pagamento de entrada ou sem ele: Pena - prisão simples, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa, estendendo-se os efeitos da condenação à perda dos móveis e objetos de decoração do local. DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 3 DE OUTUBRO DE 1941.

Art. 174 - Abusar, em proveito próprio ou alheio, da inexperiência ou da simplicidade ou inferioridade mental de outrem, induzindo-o à prática de jogo ou aposta, ou à especulação com títulos ou mercadorias, sabendo ou devendo saber que a operação é ruinosa:

Pena - reclusão, de um a três anos, e multa. DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 7 DE DEZEMBRO DE 1940 - código penal.

Embora já haja leis que regulamentem o uso desses jogos de azar, é necessário que o legislador traga novas normas para presidir de forma mais específica, sem deixar tantas lacunas nesta matéria que tem-se tornado um tema atual e urgente de ser regido. Pois são dessas lacunas que as empresas donas dessas casas de apostas estão vendo a oportunidade de implementar estes jogos no país, prejudicando diversas pessoas e usando do seu fanatismo por esses influenciadores para lucrar de forma desleal, sem sanções.

A modalidade explorada virtualmente pelas "bets", foi autorizada no Brasil por uma medida provisória, aprovada pelo Congresso e sancionada pelo então presidente Michel Temer (MDB) em 2018. A norma estabelecia um prazo para que houvesse uma regulação em até quatro anos, o que não ocorreu. Sem as regras para esse mercado, casas de apostas online hospedadas no exterior passaram a oferecer serviços a brasileiros. No último ano, deputados e senadores se debruçaram sobre a criação de regras para a exploração desse mercado no país. Esse conjunto de medidas foi aprovado pelo parlamento, no fim de 2023, e sancionado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) no início deste ano. G1.

2. Jogos de Azar Online e Influência Digital: Impactos na Vulnerabilidade dos Consumidores e Lacunas Regulatórias no Brasil

O presente projeto de pesquisa tem como tema central a crescente promoção de jogos de azar online por influenciadores digitais e seus reflexos na vulnerabilidade dos consumidores brasileiros. Em um cenário marcado pelo avanço das tecnologias e pela presença cada vez mais intensa das redes sociais na vida cotidiana, os influenciadores digitais passaram a exercer um papel significativo na modelagem de comportamentos de consumo, inclusive no incentivo à participação em plataformas de apostas virtuais (ALVES, 2023).

Embora os jogos de azar sejam tradicionalmente proibidos no Brasil, conforme disposto no artigo 50 do Decreto-Lei nº 3.688/1941, conhecido como Lei das Contravenções Penais (BRASIL, 1941), observa-se uma flexibilização gradual desse entendimento jurídico, especialmente após a promulgação da Lei nº 13.756/2018, que permitiu a exploração das apostas esportivas de quota fixa (BRASIL, 2018). Todavia, essa legislação carece de regulamentação eficaz, o que abre espaço para a atuação descontrolada de plataformas estrangeiras de jogos online, que muitas vezes escapam da jurisdição brasileira (IDEC, 2023).

Nesse contexto, influenciadores digitais figuras públicas com grande alcance nas redes sociais têm sido amplamente contratados para promover plataformas de apostas disfarçadas de entretenimento, como o popular “Jogo do Tigrinho” (FANTÁSTICO, 2023). Tais práticas levantam preocupações jurídicas, éticas e sociais, uma vez que a publicidade realizada frequentemente omite os riscos envolvidos, promove a ilusão de ganhos fáceis e atinge públicos especialmente vulneráveis, como jovens e pessoas com pouca instrução financeira (MIRANDA, 2023).

Diante da crescente repercussão, foi instalada em 2024 a Comissão Parlamentar de Inquérito das Apostas Esportivas (CPI das Bets), destinada a apurar irregularidades na relação entre influenciadores e casas de apostas online (G1, 2024a). Um dos episódios emblemáticos da CPI envolveu a influenciadora Virgínia Fonseca, convocada após promover jogos de azar em suas redes sociais. Durante seu depoimento ao Senado Federal, declarou: “Sempre digo que divulgo um jogo que pode ganhar ou não” (G1, 2025a).

Contudo, vídeos analisados pela comissão mostraram que Virgínia, em diversas ocasiões, afirmava ter “ganhado muito dinheiro” com o jogo, sem qualquer menção aos riscos de perda. Confrontada, a influenciadora admitiu que a publicidade não seguia critérios éticos e afirmou:

“Quero pedir desculpas, mais uma vez, por ter me estressado. Esse vídeo não tinha exigências do Conar. Na época, não tinha essas coisas do Conar. Vou sair

daqui reflexiva...” (G1, 2025a).

Outro influenciador investigado foi Jon Vlogs, cuja convocação coercitiva foi autorizada após sua recusa em colaborar com a CPI (G1, 2025b). Esses episódios apontam para uma falha estrutural na regulamentação da publicidade digital e na responsabilização de figuras públicas que exercem grande influência sobre consumidores. Durante as sessões da CPI, o presidente da comissão, senador Dr. Hiran, afirmou:

“Vamos voltar nossa atenção para a Blaze. [A ausência dos convocados] não é um mero inconveniente, é um ato de desprezo com esta comissão. Determinarem a adoção de medidas apropriadas à Advocacia do Senado” (G1, 2024b).

Já a relatora, senadora Soraya Thronicke, declarou em tom crítico:

“Nós sabemos muito bem quão ricas essas pessoas são. Elas podem vir do exterior, porque tem voos todos os dias para o Brasil. Na minha concepção, é má vontade, uma desculpa” (G1, 2024b).

Além dos depoimentos parlamentares, o documentário *Apostas: O Lado Oculto da Fortuna* (Globoplay, 2024) revelou bastidores da relação comercial entre influenciadores e plataformas de jogos, expondo como estratégias de marketing persuasivas vêm afetando financeiramente milhares de brasileiros.

Assim, a escolha deste tema se justifica pela necessidade urgente de compreender os impactos da promoção irresponsável de jogos de azar online no comportamento do consumidor, bem como pela ausência de uma regulamentação específica que discipline a atuação dos influenciadores digitais nesse campo (SILVA, 2022).

A pesquisa parte do pressuposto de que a ausência de fiscalização eficaz, aliada à descentralização das plataformas e ao poder persuasivo das redes sociais, contribui para a exposição e prejuízo de consumidores brasileiros, muitos dos quais não possuem preparo financeiro ou compreensão clara dos riscos envolvidos (IDEC, 2023). Pretende-se, com isso, contribuir para o desenvolvimento de uma estrutura normativa mais eficaz, que garanta proteção adequada aos consumidores na era digital e responsabilize aqueles que exploram sua vulnerabilidade por meio de publicidade velada ou enganosa.

4. CONCLUSÃO

A proliferação de tecnologias digitais e a onipresença das redes sociais redefiniram as dinâmicas de consumo, dando origem a um fenômeno complexo no Brasil: a promoção de jogos de azar online por influenciadores digitais. Essa prática, embora lucrativa para as plataformas e os próprios influenciadores, tem gerado sérias preocupações éticas e jurídicas, especialmente no que diz respeito à vulnerabilidade dos consumidores. Apesar da proibição expressa de jogos de azar pelo Decreto-Lei n.º 3.688/1941, a gradual flexibilização legislativa, como a Lei n.º 13.756/2018 que autorizou as apostas de quota fixa, abriu uma série de lacunas regulatórias. Essas brechas têm dificultado a fiscalização efetiva e a proteção adequada dos consumidores, criando um ambiente propício para a atuação descontrolada de plataformas estrangeiras que frequentemente escapam da jurisdição brasileira.

Casos emblemáticos, como a promoção do "Jogo do Tigrinho" pela influenciadora Virgínia Fonseca, ilustram vividamente a magnitude do problema. As investigações da CPI das Bets colocaram em evidência não apenas a omissão legislativa, mas também o uso irresponsável do poder de influência para explorar economicamente públicos mais suscetíveis. Os dados alarmantes do DataSenado, que apontam para o endividamento significativo de apostadores, reforçam a urgência em conter a expansão descontrolada desses jogos. A indução de milhões de brasileiros ao endividamento, muitas vezes por meio de promessas de lucro fácil e a omissão dos riscos inerentes, sublinha a necessidade de uma regulamentação mais robusta e específica.

É imperativo que o legislador brasileiro atue de forma proativa, desenvolvendo novas normas que não apenas preencham as lacunas existentes, mas também estabeleçam diretrizes éticas claras e sanções efetivas para a promoção de jogos e apostas. A discussão sobre a responsabilização legal dos influenciadores digitais, que atualmente transita entre o Decreto-Lei n.º 3.688/41 (com pena de prisão), o Código Penal (art. 174) e a Lei n.º 14.790/23 (com pena administrativa), demonstra a fragmentação legal e a necessidade de uma abordagem unificada. Somente com uma estrutura normativa eficaz e uma fiscalização rigorosa será possível mitigar os riscos associados e garantir a proteção adequada dos consumidores na era digital, evitando que a influência se torne um meio de exploração.