

42 A PROMOÇÃO DE APOSTAS ONLINE POR INFLUENCIADORES DIGITAIS À LUZ DOS DIREITOS DA PERSONALIDADE DOS CONSUMIDORES

Adriele Moreira Gonzales¹, Andryelle Vanessa Camilo Pomin²

¹ Acadêmica do curso de Direito, Universidade Cesumar - Unicesumar, Campus Maringá - PR, Trabalho de Conclusão de Curso.

² Orientadora. Doutora em Ciências Jurídicas pela Universidade Cesumar – Unicesumar (2025). Mestre em Ciências Jurídicas pela Unicesumar (2012). Graduada em Direito pela Universidade Estadual de Maringá – UEM (2005). Professora do Curso de Graduação em Direito da Unicesumar. Docente do Programa de Mestrado e Doutorado em Ciências Jurídicas da Unicesumar. Pesquisadora pelo CNPq. Advogada.

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo principal analisar as tensões entre a publicidade digital de jogos de azar e a proteção do consumidor, examinando a responsabilidade civil dos influenciadores e os princípios da dignidade humana, privacidade e proteção de dados. A metodologia utilizada foi o método dedutivo, com a análise de leis, doutrina jurídica e artigos científicos. O estudo também se baseou em uma análise de caso concreto, o depoimento da influenciadora Virginia Fonseca, na CPI das Apostas Esportivas. A escolha do caso justifica-se por sua relevância e notoriedade, servindo como um exemplo prático das tensões jurídicas e éticas, demonstrando a necessidade de um olhar mais rigoroso sobre a responsabilidade dos influenciadores. Os resultados apontam que, apesar da recente Lei nº 14.790/2023, ainda existem lacunas na regulamentação da publicidade digital. Argumenta-se que a promoção de apostas online por influenciadores pode violar os direitos da personalidade dos consumidores, especialmente os hipervulneráveis, ao camuflar riscos e explorar fragilidades psicológicas. A publicidade enganosa ou omissa, juntamente com o tratamento de dados pessoais, pode comprometer a integridade psicofísica e o livre desenvolvimento da personalidade, exigindo um amparo jurídico.

Palavras-chave: Jogos de azar; Jogo patológico; Publicidade digital; Vulnerabilidade do consumidor; Responsabilidade civil.

1 INTRODUÇÃO

O avanço exponencial da tecnologia e a onipresença das plataformas digitais trouxeram uma nova dinâmica para o mercado de consumo, transformando o modo como produtos e serviços são promovidos e adquiridos. Nesse cenário, a indústria de apostas online, outrora marginalizada, emergiu como um fenômeno global, impulsionada em grande parte pelo marketing de influência. A figura do influenciador digital se estabeleceu como um condutor de consumo poderoso, capaz de humanizar a publicidade e construir uma autoridade que ressoa diretamente com o público. Contudo, essa ascensão vertiginosa levanta uma série de questões éticas, sociais e jurídicas que ultrapassam a mera relação de consumo.

O trabalho, nesse cenário complexo, tem por finalidade geral investigar e analisar, sob perspectivas jurídica e social, se a promoção de apostas online por



influenciadores digitais configura violação dos direitos da personalidade dos consumidores, conforme a regulamentação recente das apostas no Brasil, a responsabilidade civil dos influenciadores e os princípios da dignidade da pessoa humana e proteção de dados.

Este estudo busca, portanto, (i) investigar o papel dos influenciadores na promoção de apostas online, considerando seu poder de influência e o impacto sobre o comportamento dos consumidores; (ii) analisar a regulamentação das apostas online do Brasil; (iii) examinar como a informação e a proteção do consumidor se aplicam à publicidade de apostas online, principalmente em usuários vulneráveis; (iv) avaliar se a influência a conteúdos para jogos de apostas online pode violar direitos da personalidade à luz do Princípio da Dignidade da Pessoa Humana.

2 O INFLUENCIADOR DIGITAL COMO CONDUTOR DE CONSUMO NO MERCADO DE APOSTAS

O percurso da legislação sobre apostas no Brasil é reflexo das tensões entre a moralidade social, a necessidade de arrecadação fiscal e as liberdades individuais. É uma história que se moveu de um período de florescimento e glamour para uma proibição rigorosa, e, mais recentemente, para uma abertura regulamentada, especialmente impulsionada pela era digital.

No início do século XX, os jogos de azar floresciam no Brasil. Cassinos elegantes eram símbolos de sofisticação e turismo, atraindo a alta sociedade e gerando empregos e impostos para o Estado. A regulamentação da época, embora variável, via nas loterias e nos cassinos uma fonte de receita para a infraestrutura e o bem-estar social. Foi uma era em que a jogatina era vista como parte do entretenimento e do desenvolvimento econômico, com regulamentações que visavam controlar, e não proibir, a atividade.

O ponto de virada dramático ocorreu em 30 de abril de 1946. O então presidente Eurico Gaspar Dutra assinou o Decreto-Lei nº 9.215, que proibia a exploração de jogos de azar em todo o território nacional. A justificativa oficial se baseava em princípios de moralidade e bons costumes:



O Presidente da República, usando da atribuição que lhe confere o artigo 180 da Constituição, e
Considerando que a repressão aos jogos de azar é um imperativo da consciência universal;
Considerando que a legislação penal de todos os povos cultos contém preceitos tendentes a êsse fim;
Considerando que a tradição moral jurídica e religiosa do povo brasileiro e contrária à prática e à exploração e jogos de azar;
Considerando que, das exceções abertas à lei geral, decorreram abusos nocivos à moral e aos bons costumes (BRASIL, 1946).

A partir da segunda metade do século XX, apenas as modalidades de loterias federais e estaduais, controladas pelo Estado, permaneceram como exceção à regra. No entanto, a discussão sobre a legalização dos jogos de azar ressurgiu com força no século XXI, impulsionada pelo avanço da internet e pela proliferação de plataformas de apostas online que, operando de fora do país, escapavam da legislação brasileira e da tributação.

Ademais, o uso inerente da internet diante do avanço digital, o universo das apostas online, que já era vasto, encontrou nos influenciadores digitais um terreno fértil para crescer. Longe de ser apenas uma publicidade, essa relação é uma simbiose complexa em que o influenciador se torna um transmissor de consumo, capaz de mover massas em direção a plataformas e jogos específicos.

A principal força de um influenciador reside na confiança que ele constrói com sua audiência. Diferentemente de um anúncio genérico, a recomendação de uma figura que o público admira e acompanha há anos tem um peso imenso. Quando o influenciador compartilha sua "experiência" com uma casa de apostas, mostrando suas vitórias, a audiência tende a ver isso como uma validação, não como uma mera propaganda.

Essa validação pessoal é o que humaniza a publicidade. A pessoa que está do outro lado da tela não se sente sendo bombardeada por um marketing frio, ela se sente inspirada por alguém que parece estar realmente se divertindo e ganhando dinheiro. O influenciador transforma a aposta, que, para muitos, é um risco, em uma atividade social e até mesmo divertida.

O influenciador não apenas fala sobre apostas, ele cria um ambiente que estimula a ação. Ele pode usar transmissões ao vivo para apostar em tempo real, criar enquetes sobre resultados de jogos, ou até mesmo compartilhar "dicas" e



"estratégias". Esse tipo de conteúdo interativo e envolvente reduz a barreira de entrada para novos usuários.

Além disso, muitos influenciadores oferecem bônus exclusivos ou códigos promocionais, incentivando o público a se cadastrar e começar a apostar. Eles se tornam, de fato, os "embaixadores" das marcas, mas de uma forma muito mais íntima e pessoal. O processo de consumo, antes impulsionado por grandes campanhas de marketing, agora é mediado por uma figura que parece ser um "amigo" dando uma dica valiosa.

A ascensão das apostas online no Brasil, impulsionada em parte por esses influenciadores, levantou um debate urgente sobre a regulamentação do setor. Por muito tempo, a falta de uma legislação específica deixou um vácuo, permitindo que as casas de apostas operassem com pouca supervisão e controle. Isso gerou um cenário em que a publicidade, especialmente a feita por influenciadores, se espalhasse sem limites claros.

A regulamentação definitiva chegou com a Lei nº 14.790/2023, conhecida popularmente como a "Lei das Bets". Sancionada no final de 2023, essa legislação aprimorou o arcabouço legal de 2018, conferindo, ao Ministério da Fazenda, a responsabilidade de autorizar e fiscalizar as empresas de apostas, como diz em seu art. 5º:

Art. 5º A autorização para exploração das apostas de quota fixa terá natureza de ato administrativo discricionário, praticado segundo a conveniência e oportunidade do Ministério da Fazenda, à vista do interesse nacional e da proteção dos interesses da coletividade, observadas as seguintes regras:

- I - não estará sujeita a quantidade mínima ou máxima de agentes operadores;
- II - terá caráter personalíssimo, inegociável e intransferível; e
- III - poderá, a critério do Ministério da Fazenda, ser outorgada com prazo de duração de 5 (cinco) anos (BRASIL, 2023).

Ela estabeleceu um mercado regulado, impondo uma série de regras para garantir a segurança dos apostadores e a arrecadação de impostos. Essa nova lei visa combater a manipulação de resultados, proteger menores de idade e coibir a publicidade enganosa, determinar que as empresas de apostas (os "agentes operadores") e os próprios apostadores paguem impostos, além de garantir a



integridade das apostas, como disposto no art. 20, da mesma Lei: “São nulas de pleno direito as apostas realizadas com a finalidade de obter ou assegurar vantagens ou ganhos com a manipulação de resultados e a corrupção nos eventos reais de temática esportiva”. Além do mais, de acordo com a Lei 14.790/2023, a destinação dos recursos arrecadados foi modificada em seu art.31, o qual altera a o art. 30, da Lei nº 13.756 de 2018, para incluir a destinação da arrecadação à modalidade lotérica de apostas de quota fixa – “Art. 31. Os prêmios líquidos obtidos em apostas na loteria de apostas de quota fixa serão tributados pelo Imposto sobre a Renda das Pessoas Físicas (IRPF) à alíquota de 15% (quinze por cento)”.

Contudo, embora essa regulamentação recente tenha sido aprovada, ela ainda apresenta lacunas significativas em relação à publicidade digital. Por exemplo, a responsabilidade ética do influenciador, a forma como os bônus são promovidos e a proteção de menores ainda são pontos que carecem de maior detalhamento e fiscalização.

Um caso recente e que repercutiu em várias plataformas sociais envolve a influenciadora digital Virginia Fonseca, a qual acumula mais de 35,3 milhões de seguidores em suas redes e que foi convocada para depor no dia 13 de maio de 2025, na Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) que investiga o uso de influenciadores na promoção de casas de apostas. O objetivo da CPI, segundo a relatora, senadora Soraya Thronicke, era entender a responsabilidade e o papel dessas celebridades digitais na divulgação de jogos de azar.

Segundo o portal G1 Globo (2025), durante o depoimento, a CPI investigou a existência de uma "cláusula da desgraça" no contrato de Virgínia com a empresa "Esportes da Sorte". Essa cláusula, que a comissão suspeitava existir, pagaria aos influenciadores um percentual sobre as perdas dos apostadores que foram atraídos por sua publicidade. A influenciadora, no entanto, negou a existência de tal cláusula. Ela explicou que seu contrato previa apenas uma bonificação de 30% em seu cachê caso o lucro da empresa dobrasse, mas afirmou que essa meta nunca foi alcançada. A exposição dessa cláusula e a negação da influenciadora destacam o debate sobre a ética e a transparência na publicidade de jogos de azar e a necessidade de regulamentação do setor.



Portanto, o dilema persiste: como garantir a liberdade de expressão e a publicidade, ao mesmo tempo que se protege o consumidor e se promove o jogo responsável? A discussão no Brasil continua, e a forma como as lacunas serão preenchidas determinará o futuro desse mercado.

3 PUBLICIDADE DE APOSTAS ONLINE E A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

A crescente presença das casas de apostas online no cenário digital, impulsionada em grande parte por estratégias de marketing agressivas, levanta um debate crucial sobre a vulnerabilidade do consumidor. A publicidade, que antes se limitava a meios tradicionais, agora se infiltra em redes sociais, *streams* e vídeos, atingindo o público de forma massiva e, muitas vezes, sem a devida transparência sobre os riscos envolvidos.

Toda publicidade, por lei, deve ser clara e verdadeira, cumprindo o dever de informação, conforme o art. 31, do Código de Defesa do Consumidor. Isso significa que ela não pode omitir dados essenciais que possam levar o consumidor ao erro. No mercado de apostas, isso é ainda mais crítico. As propagandas necessitam ir além de exibir ganhos e vitórias, elas devem, de forma destacada, alertar sobre os riscos inerentes ao jogo como a perda de dinheiro e o potencial de desenvolvimento de vício.

No entanto, o que se observa é uma prática publicitária que camufla o risco. As campanhas se concentram em histórias de sucesso e em bônus atrativos, criando uma percepção distorcida de que o ganho é fácil e garantido. Essa abordagem desequilibrada ultrapassa os limites da publicidade ética e explora a esperança do consumidor em busca de um atalho financeiro, negligenciando a proteção de quem está do outro lado.

Nesse cenário, a linha entre recomendação e propaganda se torna tênue, e a responsabilidade legal deve ser reavaliada. Os influenciadores digitais, ao promoverem plataformas de apostas, não atuam apenas como meros divulgadores, eles se tornam, perante a lei, corresponsáveis por eventuais danos causados a seus seguidores. Se um consumidor foi induzido ao erro por uma publicidade enganosa ou omissa, a plataforma e o influenciador devem ser responsabilizados. O influenciador digital, por sua vez, que lucra com a divulgação, pode ser equiparado a um fornecedor



de serviços, sendo considerado parte da cadeia de fornecimento. Assim, ele passa a ter responsabilidade objetiva, como expresso Código de Defesa do Consumidor:

O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos (BRASIL, 1990, art. 14).

Da mesma forma, as plataformas de apostas têm a obrigação de monitorar e garantir que suas campanhas publicitárias, sejam elas veiculadas por terceiros ou pela própria empresa, estejam em conformidade com as normas de proteção ao consumidor. Ignorar essas práticas ou se omitir na fiscalização da própria publicidade pode configurar uma falha no dever de cuidado com informação e publicidade enganosa (art. 6º, III, e art. 37. do CDC) e gerar consequências legais como multas e processos por danos morais e materiais.

Além do mais, o debate sobre a publicidade de apostas se aprofunda ao considerar o consumidor hipervulnerável. Esse conceito abrange indivíduos que, por suas condições sociais, econômicas, culturais ou psicológicas, têm sua capacidade de decisão ainda mais comprometida. A vulnerabilidade é aplicada na base do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo (BRASIL, 1990, art. 4º).

Para esse público, a promessa de dinheiro fácil não é apenas uma estratégia de marketing, mas um risco iminente. A regulamentação deve ser mais rigorosa, proibindo certas abordagens publicitárias e impondo restrições mais severas. A proteção do consumidor hipervulnerável exige um olhar atento da lei e da sociedade, que não pode permitir que a busca por lucro se sobreponha à dignidade e à saúde



mental das pessoas. É um lembrete de que o mercado deve servir à sociedade, e não o contrário.

Os jogos de azar, frequentemente banalizados como meras atividades recreativas, carregam uma complexidade psíquica que merece atenção clínica (PSICOLOGIA USP, v.33, p.e210007, 2022). Sob uma perspectiva psicodinâmica, o jogo pode operar como um recurso defensivo, uma tentativa inconsciente de se lidar com afetos intensos e intoleráveis como culpa, vergonha, desamparo e frustração. Para alguns sujeitos, jogar torna-se uma estratégia de evitação emocional, funcionando como um alívio temporário diante de realidades percebidas como insolúveis. O fascínio pelo risco e a esperança de compensação simbólica (ou material) traduzem, muitas vezes, a busca por reparação interna. Mais do que controlar o comportamento em si, é necessário compreender o sofrimento que o sustenta.

No Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM-5), publicado pela American Psychiatric Association (2013), essa edição, o "Jogo Patológico" foi reclassificado para "Transtorno do Jogo", corroborando o entendimento de um transtorno aditivo. Essa classificação reconhece mecanismos típicos de vícios, como compulsão, tolerância e abstinência, ressaltando a gravidade e complexidade clínica do quadro.

As consequências, no entanto, não se restringem ao campo da saúde mental. O jogo patológico impacta significativamente a vida social, familiar e financeira dos indivíduos – prejuízos econômicos, endividamento crônico, rupturas conjugais e práticas ilegais. A Portaria nº 1.231/2024, do Ministério da Fazenda, em seu art. 2º, a qual trata sobre o Jogo responsável, cita explicitamente a necessidade de "prevenção e mitigação de malefícios individuais ou coletivos decorrentes da atividade", incluindo "consequências negativas à saúde mental do apostador" e "problemas financeiros, de endividamento e de superendividamento" (MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2024). O ambiente de trabalho também sofre interferências: atrasos, absenteísmo e queda de rendimento são comuns. Além disso, é recorrente a associação com outros quadros clínicos, como transtornos de ansiedade, depressão, abuso de substâncias e ideação suicida, compondo um cenário de sofrimento psíquico complexo e multifatorial (PSICOLOGIA USP, v.33, p.e210007, 2022).



Diante disso, é fundamental compreender o jogo para além de sua manifestação visível, acolhendo o sujeito em sua singularidade e oferecendo espaços terapêuticos que favoreçam a simbolização do sofrimento, a construção de alternativas e o fortalecimento do vínculo com a realidade. A psicologia, portanto, não atua apenas para coibir o comportamento compulsivo, mas para reconhecer e elaborar o sofrimento que o sustenta, contribuindo com uma escuta ética que pode dialogar com o direito, a assistência e a política pública de maneira integrada.

Em face da complexidade do jogo patológico e de suas repercussões emocionais, sociais e financeiras, a atuação da psicologia se faz indispensável para possibilitar que o sujeito saia do lugar de culpa e passe a elaborar suas experiências de maneira simbólica, promovendo autorreflexão e reconstrução de sentido. Ao mesmo tempo, o fenômeno exige um olhar intersetorial: o debate jurídico sobre a regulamentação dos jogos deve caminhar lado a lado com a reflexão sobre os impactos subjetivos e sociais gerados por essa prática. Quando direito e psicologia dialogam, abre-se espaço para políticas públicas mais éticas, cuidadosas e comprometidas com a saúde integral da população.

4 A VIOLAÇÃO DOS DIREITOS DA PERSONALIDADE NA PROMOÇÃO DE APOSTAS ONLINE

O avanço das plataformas de apostas online, impulsionado por uma publicidade digital cada vez mais sofisticada, lança o questionamento sobre uma questão jurídica e social de profunda relevância: a violação dos direitos da personalidade. Longe de ser apenas um problema de consumo, essa dinâmica afeta o cerne da dignidade humana, explorando vulnerabilidades psicológicas em nome do lucro. A publicidade, nesse contexto, deixa de ser mera ferramenta de mercado para se tornar um veículo de lesão a bens jurídicos essenciais.

A Constituição Federal de 1988, em seu art. 5º, consagra a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade. A partir desses pilares, o Código Civil de 2002, em seus artigos 11 a 21, detalha os direitos da personalidade, garantindo a proteção à honra, à imagem, à intimidade e, de forma mais ampla, à integridade física e psíquica do indivíduo. São absolutos, intransmissíveis, indisponíveis, irrenunciáveis, ilimitados, imprescritíveis,



impenhoráveis e inexpropriáveis, destacando suas características fundamentais, conforme aponta Maria Helena Diniz (2022), servindo como uma barreira contra qualquer forma de coisificação e instrumentalização da pessoa.

O Código Civil, permite que a pessoa ameaçada ou lesada em seus direitos da personalidade exija que a violação cesse e reclame por perdas e danos (BRASIL, 2002, art. 12). Esse é o fundamento legal para que indivíduos que se sentem lesados por publicidade abusiva busquem reparação, protegendo o direito à honra. Ela, por sua vez, não se trata apenas da reputação social (honra objetiva), mas também do sentimento que a pessoa tem de si mesma, em seu interior, sem relação com a sociedade (BARRETO, 2022). A publicidade promete ganhos fáceis e cria a expectativa de que o jogo é uma forma de ascensão social, enquanto oculta os riscos de vício e endividamento. Quando a pessoa perde tudo, sente-se enganada e fracassada, o que ocasiona um dano direto à sua honra subjetiva. A publicidade a induziu a crer que sua inabilidade em obter sucesso era um fracasso pessoal, quando, na verdade, era uma consequência a um modelo de negócio com alto risco.

O direito à imagem, como previsto no art. 20, do Código Civil, protege a representação física da pessoa, mas também a sua imagem moral, ou seja, como ela é vista na sociedade:

A transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais (BRASIL, 2002, art. 20).

Quando influenciadores digitais, artistas e esportistas associam suas imagens a uma vida de luxo e prosperidade obtida por meio de apostas, eles reforçam uma imagem irreal. Essa imagem, ao se provar falsa para a maioria dos apostadores, não apenas engana, mas também pode levar o usuário à ruína.

A personalidade é onde se apoiam os direitos e se constitui o mínimo necessário da substância da própria personalidade, segundo Silvio de Salvo Venosa (2022). Dito isso, os direitos da personalidade abraçam diretrizes essenciais para a dignidade da pessoa humana. Segundo De Cupis,



Existem certos direitos sem os quais a personalidade restaria uma susceptibilidade completamente irrealizada, privada de todo o valor concreto: direitos sem os quais todos os outros direitos subjetivos perderiam todo o interesse pelo indivíduo – o que equivale dizer que se eles não existissem, a pessoa não existiria como tal. São esses os chamados direitos essenciais, com os quais se identificam precisamente os direitos de personalidade(2004, p. 24).

Segundo Carlos Alberto Bittar (2015), a definição para os direitos mencionados é que são aqueles reconhecidos à pessoa humana, tanto em sua individualidade quanto em suas projeções sociais.

No contexto das apostas online, a violação desses direitos se manifesta na exploração da imagem e da vida dos influenciadores, muitas vezes sem a devida transparência sobre a natureza publicitária do conteúdo, e na utilização de estratégias que atingem a privacidade do consumidor. A publicidade omissa e, por vezes, enganosa atenta contra a capacidade do indivíduo de fazer escolhas conscientes, um pilar da autonomia privada.

A Lei nº 13.709/2018, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), reforça essa proteção ao estabelecer princípios rigorosos para a coleta e o uso de dados pessoais. No universo das apostas online, a LGPD é uma ferramenta primordial. As plataformas coletam uma vasta gama de informações sobre seus usuários, histórico de apostas, tempo de uso, preferências de jogo, para criar perfis de consumo e direcionar publicidade de forma cada vez mais precisa.

Essa publicidade direcionada, embora seja uma prática comum, ganha uma dimensão ética e legal complexa no mercado de apostas. A personalização pode atingir indivíduos em momentos de fragilidade, potencializando o risco de vício. A LGPD, em seu art. 5º, inciso XII, exige que o consentimento para o tratamento de dados seja livre, informado e inequívoco: “consentimento: manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada”. Porém, é questionável se o consentimento dado por um usuário de plataforma de apostas, que está imerso em um ambiente de estímulos constantes, pode ser considerado verdadeiramente “livre”.

O dano mais grave provocado pela publicidade de apostas online é a lesão à integridade psicofísica e ao livre desenvolvimento da personalidade.



Portanto, a integridade psicológica não estará perfeita se a mente da pessoa, sua vontade foi afetada, inibida ou criada, por meio da intervenção de outrem, por si mesmo, ou por meio técnico, invasivo ou não (POMIN et al., 2013, p 15)

A exposição constante a estímulos visuais e sonoros que glamourizam o jogo e omitem os riscos pode levar ao desenvolvimento de um transtorno de jogo, classificado como doença pela Organização Mundial da Saúde (OMS) na 11ª edição da Classificação Internacional de Doenças (CID-11), em junho de 2018. O vício não é apenas um problema financeiro, ele compromete a saúde mental, as relações sociais e o bem-estar do indivíduo, violando a dignidade e autonomia deste.

Além do mais, a publicidade que negligencia essa realidade se torna uma prática agressiva que, de forma sistêmica, contribui para a deterioração da integridade psíquica. O estímulo ao vício impede o desenvolvimento pleno do ser humano, pois o indivíduo perde o controle sobre suas próprias escolhas, subordinando sua vida ao impulso de jogar. Este é o ponto mais crítico da discussão: quando a busca pelo lucro de uma empresa se sobrepõe ao direito de uma pessoa de ter uma vida digna e saudável.

A violação atinge não apenas o indivíduo do jogo de aposta, mas também a sociedade como um todo, caracterizando um dano moral coletivo. A promoção de um comportamento que leva ao descontrole financeiro e mental gera ofensa aos valores sociais e à dignidade da pessoa humana. Segundo o Código de Defesa do Consumidor, que em seu art. 6, a "efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos". A publicidade abusiva das "bets", que promove a ilusão de sucesso e omite os riscos de vício, afeta uma coletividade indeterminada de pessoas, justificando a reparação em nível coletivo.

Ante o exposto, os jogos de apostas online ferem o princípio da dignidade da pessoa humana, princípio este que sustenta os direitos personalíssimos da imagem e a honra. "Neste cenário, a dignidade da pessoa humana, inerente a todos e a cada um, se apresenta como um alicerce sobre o qual se assentam os chamados direitos de personalidade" (POMIN et al., 2013, p 97).

O direito à honra por sua vez, com grande destaque, a honra é inegavelmente vista como um pilar da dignidade humana, algo que a lei deve proteger de forma rigorosa. A honra não é apenas uma reputação ou uma imagem pública; é a própria

essência do valor de um indivíduo na sociedade (POMIN 2013). Além disso, é importante analisar a sua subjetividade. A honra objetiva é o conceito que a coletividade forma sobre o seu caráter, integridade e moralidade. Essa perspectiva externa é independente de como você se sente em relação a si mesmo; é, na verdade, um reflexo do julgamento e da opinião alheia sobre as suas ações e a sua conduta (POMIN 2013). Já a honra subjetiva é o sentimento que a pessoa tem sobre si mesma. É a sua autoestima, a percepção de seu próprio valor, caráter e dignidade. (BITTAR, como citado em POMIN, 2013 p.102).

No cenário das apostas, a publicidade de jogos de azar muitas vezes cria a ilusão de que o sucesso financeiro é fácil e rápido. A busca por dinheiro fácil, alimentada pela instabilidade econômica e desigualdade social, reflete uma cultura de consumo excessivo. Nesse cenário, a exposição constante a propagandas de jogos de azar e a facilidade de acesso às plataformas online criam a expectativa de soluções financeiras rápidas (OLIVEIRA 2024). Dessa forma, quando isso não acontecesse o indivíduo é levado a internalizar essa falha, atribuindo-a a si mesmo e não à aleatoriedade do jogo, ferindo assim, sua honra subjetiva.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo se propôs a investigar a relação entre a promoção de apostas online por influenciadores digitais e a proteção dos direitos da personalidade dos consumidores. Ao longo da análise, demonstrou-se que a ascensão desse mercado, impulsionada pelo poder de persuasão das mídias sociais, trouxe à tona questões jurídicas e sociais urgentes que a atual legislação brasileira ainda não abrange de forma satisfatória.

A publicidade de apostas online, mediada pela figura do influenciador, vai além de mero ato de divulgação. Ela se torna um condutor de consumo que explora a confiança, camufla riscos e cria uma percepção distorcida de ganho fácil, violando o princípio da transparência e o dever de informação, previstos no Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990). Essa prática, ao atingir consumidores em situação de hipervulnerabilidade, não só compromete a capacidade de decisão destes, como também causa danos significativos à sua saúde mental e financeira, com o potencial de levar ao desenvolvimento do transtorno do jogo. A pesquisa, portanto, responde

ao problema central ao confirmar que a ausência de uma regulamentação digital específica para o setor afeta diretamente a vulnerabilidade do consumidor, configurando uma violação de seus direitos da personalidade, em especial a sua integridade psicofísica e a sua autonomia.

As contribuições deste artigo para o campo de estudo demonstraram as lacunas da Lei nº 14.790/2023, a “Lei das Bets”, no que tange à publicidade digital e à responsabilização ética e legal dos influenciadores, evidenciando a necessidade de aprimoramento legislativo. Além disso, ao apontar a intrínseca conexão entre a publicidade de jogos de azar e a violação de direitos fundamentais, como a dignidade da pessoa humana, proteção de dados, garantida pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), direito à honra e imagem, o trabalho reforça a urgência de políticas mais éticas, cuidadosas e integradas, que priorizem a saúde e a dignidade do indivíduo sobre o lucro do mercado.

REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais – DSM-5. Porto Alegre: Artmed, 2014.

BITTAR, Carlos Alberto. Os Direitos da Personalidade. 8. ed. rev., aum. e mod. por Eduardo C. B. Bittar. São Paulo: Saraiva, 2015.

BRASIL. Decreto-Lei nº 9.215, de 30 de abril de 1946. Proíbe a prática e a exploração de jogos de azar em todo o território nacional. Diário Oficial da União, Brasília, DF, [1946]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del9215.htm. Acesso em: 6 set. 2025.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF: Diário Oficial da União, [2002]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 6 set. 2025.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Diário Oficial da União, [2018]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 6 set. 2025.

BRASIL. Lei nº 13.756, de 12 de dezembro de 2018. Dispõe sobre o Fundo Nacional de Segurança Pública (FNSP), sobre a destinação de apostas e sobre a responsabilidade civil do Estado. Brasília, DF: Diário Oficial da União, [2018].

Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13756.htm. Acesso em: 6 set. 2025.

BRASIL. Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023. Dispõe sobre a modalidade lotérica de apostas de quota fixa. Brasília, DF: Diário Oficial da União, [2023]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/l14790.htm. Acesso em: 6 set. 2025.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Brasília, DF: Diário Oficial da União, [1990]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 6 set. 2025.

DE CUPIS, Adriano. Os direitos da personalidade. Campinas: Romana Jurídica, 2004.

DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro: Teoria Geral do Direito Civil. São Paulo: Saraiva, [s.d.].

EBARRETO ADVOGADOS. Tudo sobre crimes contra honra. [2024?]. Disponível em: <https://ebarretoadvogados.com.br/tudo-sobre-crimes-contr-honra/>. Acesso em: 6 set. 2025.

G1. Entenda, em 5 pontos, por que Virginia foi à CPI das Bets e o que ela disse. [2025]. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2025/05/13/entenda-em-5-pontos-por-que-virginia-foi-a-cpi-das-bets-e-o-que-ela-disse.ghtml>. Acesso em: 6 set. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde. [S. l.], 2018. Transtorno de Jogo (6C51). Disponível em: <https://icd.who.int/browse11/l-m/en#/http%3a%2f%2fwho.int%2fcd%2fentity%2f986422839>. Acesso em: 6 set. 2025.

POMIN, Andryelle Vanessa Camilo; BUENO, João Bruno Dacome; FRACALOSSI, Willian (Orgs.). Direito da personalidade: temas avançados. Editora Vivens, 2013.

PORTARIA SPA/MF Nº 1.231, de 31 de julho de 2024. Diário Oficial da União: seção 1, ed. 147, p. 3, 1 ago. 2024. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-spa/mf-n-1.231-de-31-de-julho-de-2024-575670297>. Acesso em: 6 set. 2025.

SENADO FEDERAL. Por "moral e bons costumes", há 70 anos Dutra decretava fim dos cassinos no Brasil. [2016]. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/02/12/por-201cmoral-e-bons-costumes201d-ha-70-anos-dutra-decretava-fim-dos-cassinos-no-brasil>. Acesso em: 6 set. 2025.



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Observatório. [2024?]. Disponível em: <https://observatorio.fm.usp.br/entities/publication/81ea0202-5411-4db9-8c88-f003cb146259>. Acesso em: 6 set. 2025.