

032 - A CONFIGURAÇÃO DO ESTELIONATO NA ATUAÇÃO DE INFLUENCIADORES DIGITAIS: LIMITES JURÍDICOS ENTRE A PUBLICIDADE E A FRAUDE NAS DIVULGAÇÕES DE PLATAFORMAS DE APOSTAS ONLINE

Prof. Alisson da Silveira Pedro

Especialista em Ciências Penais, UniFatecie.

Paranavaí – Paraná – Brasil

<https://orcid.org/0009-0005-4678-4730>

<http://lattes.cnpq.br/4374904021349752>

alisson.pedro@fatecie.edu.br

Jordana Trindade Garcia

Graduanda, UniFatecie.

Loanda – Paraná – Brasil

jordantgarcia@icloud.com

RESUMO: O presente trabalho analisa criticamente a atuação de influenciadores digitais na divulgação de plataformas de apostas online, com o objetivo de verificar em que medida essa conduta pode configurar o crime de estelionato, previsto no artigo 171 do Código Penal brasileiro. A pesquisa, de abordagem qualitativa e caráter exploratório, fundamenta-se em revisão bibliográfica e documental, abordando o fenômeno sob a ótica da teoria do delito e da responsabilidade penal individual. Parte-se da observação de que muitos influenciadores, ao promoverem tais plataformas, estimulam, ainda que de forma indireta, a criação de expectativas desproporcionais de ganho financeiro, o que pode induzir seguidores ao erro e ocasionar prejuízos materiais. O estudo examina os elementos do tipo penal de estelionato, como o dolo específico de enganar, o uso de meio fraudulento, a obtenção de vantagem ilícita e o efetivo prejuízo da vítima, confrontando-os com as estratégias de comunicação digital mais recorrentes. Também são considerados os principais argumentos defensivos, como a ausência de dolo, a boa-fé objetiva, a falta de consciência quanto à eventual ilicitude da plataforma promovida e a autonomia da vontade do consumidor. Ao final, espera-se delimitar critérios jurídicos que permitam distinguir a publicidade lícita daquela que ultrapassa os limites da legalidade e enseja responsabilização penal. A proposta é contribuir para o debate da interpretação jurídica sobre o tema, assim como fomentar o debate legislativo e institucional acerca da necessidade de regulamentação mais clara para essa atividade no ambiente digital contemporâneo

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade penal. Influenciadores digitais. Apostas virtuais.

INTRODUÇÃO: A atuação de influenciadores digitais na divulgação de plataformas de apostas online tem ganhado crescente destaque no debate jurídico contemporâneo, sobretudo diante da proliferação de discursos que incentivam o público a aderir a tais serviços mediante a construção de expectativas legítimas, porém ilusórias, de ganhos financeiros. A retórica empregada por esses agentes digitais frequentemente mobiliza elementos subjetivos, como a esperança de ascensão econômica ou superação de dificuldades, atribuindo à prática da aposta um caráter de solução acessível e



VII CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITOS HUMANOS E NOVOS PARADIGMAS

12 a 15 de Maio de 2025



promissora, especialmente entre públicos vulneráveis, como jovens, desempregados ou pessoas em situação de endividamento.

A consolidação de vínculos de confiança entre influenciadores e seguidores, característica marcante da lógica comunicacional das redes sociais, faz com que esses profissionais transcendam o papel de meros divulgadores de produtos ou serviços. Passam, em muitas situações, a exercer influência direta sobre decisões econômicas dos seus interlocutores, tornando-se mediadores de condutas com potencial lesivo. Quando essa influência resulta na indução ao erro e consequente prejuízo material, coloca-se a necessidade de analisar até que ponto tais condutas podem ultrapassar os limites da licitude, adentrando o campo da responsabilização penal.

Nesse contexto, o presente estudo tem por escopo analisar criticamente a atuação de influenciadores digitais nas divulgações de plataformas de apostas online, à luz do ordenamento jurídico brasileiro, com o intuito de verificar em que medida essa conduta pode configurar o crime de estelionato, nos termos do artigo 171 do Código Penal. Para tanto, propõe-se a examinar os elementos típicos exigidos pela norma penal, como a presença do dolo específico de enganar, o uso de artil ou meio fraudulento, o prejuízo da vítima e a obtenção de vantagem ilícita, confrontando-os com as dinâmicas comunicacionais observadas no âmbito digital.

Além disso, busca-se avaliar os principais fundamentos jurídicos que possam subsidiar a exclusão de tipicidade penal, considerando variáveis como a boa-fé objetiva, a ausência de ciência sobre a ilicitude da plataforma promovida, a inexistência de intenção fraudulenta por parte do agente e a autonomia do consumidor. Reconhece-se que a responsabilização penal, em tais hipóteses, deve ser apurada com cautela, por meio de uma análise individualizada e contextual, sob pena de se incorrer em excessos punitivos.

Outro ponto de reflexão relevante diz respeito à prática do *match-fixing*, ou manipulação de resultados esportivos, cujo vínculo com determinadas plataformas de apostas expõe a fragilidade estrutural do setor e pode, ainda que de forma indireta, reforçar os argumentos em favor da responsabilização penal de influenciadores que, voluntária ou involuntariamente, legitimam tais ambientes mediante sua divulgação.

Diante disso, a presente pesquisa justifica-se pela urgência em delimitar, com maior precisão, os contornos jurídicos da atuação desses agentes digitais em um cenário normativo ainda carente de



VII CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITOS HUMANOS E NOVOS PARADIGMAS

12 a 15 de Maio de 2025



regulamentação específica. Ao buscar distinguir, com base nos critérios do Direito Penal, a publicidade lícita da conduta penalmente relevante, o trabalho pretende contribuir para o fortalecimento da segurança jurídica no ambiente digital e para o aprimoramento da interpretação penal frente às novas formas de comunicação persuasiva e suas repercussões sociais, econômicas e jurídicas.

REFERENCIAL TEÓRICO:

O presente estudo fundamenta-se no artigo 171 do Código Penal;

Art. 171 - Obter, para si ou para outrem, vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo alguém em erro, mediante artifício, ardil, ou qualquer outro meio fraudulento.

,que define o crime de estelionato como a obtenção de vantagem ilícita, para si ou para outrem, em prejuízo alheio, por meio de indução ou manutenção de alguém em erro, utilizando artifício, ardil ou qualquer outro meio fraudulento. Trata-se de tipo penal que exige a verificação de elementos subjetivos e objetivos específicos: dolo direto de enganar, utilização de meio fraudulento, existência de prejuízo efetivo e nexos entre a conduta do agente e a vantagem obtida. No contexto das redes sociais, onde a atuação de influenciadores digitais se mostra cada vez mais relevante, tais elementos devem ser analisados com atenção redobrada, especialmente diante das peculiaridades da comunicação digital.

Para que a conduta de um influenciador digital seja juridicamente enquadrada como estelionato, não basta a simples divulgação de produtos ou serviços. É imprescindível que se comprove a intenção de enganar (dolo específico), bem como o uso de uma estratégia que possa ser juridicamente interpretada como fraudulenta. Além disso, deve haver prejuízo material à vítima e a obtenção de uma vantagem ilícita por parte do influenciador ou da plataforma por ele promovida.

Diniz et al. (2022) analisam a adaptação do estelionato ao ambiente digital, destacando que o meio virtual tem potencializado a ocorrência de novas modalidades de fraude, especialmente em razão da desmaterialização das interações e da credibilidade conferida aos produtores de conteúdo. Segundo os autores, a confiança do público funciona como instrumento eficaz de persuasão e indução ao erro. Nesse cenário, quando um influenciador utiliza essa credibilidade para promover produtos de alto risco, como plataformas de apostas, há um potencial agravamento da vulnerabilidade da



VII CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITOS HUMANOS E NOVOS PARADIGMAS

12 a 15 de Maio de 2025



audiência. Nessa lógica, o engano não decorre apenas de informações falsas, mas também da omissão de riscos ou da construção de expectativas ilusórias.

A atuação dos influenciadores digitais, nesse contexto, passa a ser observada como fator determinante para a tomada de decisões econômicas por parte dos seguidores. A exposição constante de conteúdos que associam a prática de apostas a estilos de vida de luxo, prosperidade ou sucesso pessoal pode, mesmo sem afirmações diretas, criar uma expectativa de resultado positivo que não se sustenta na realidade estatística do jogo. Ainda que não se trate de promessa formal de lucro, a expectativa legítima, porém desinformada, pode funcionar como meio fraudulento, nos termos da definição legal.

Somogy (2023), ao tratar da responsabilidade dos influenciadores na divulgação de plataformas de apostas, reforça essa leitura ao apontar que tais agentes, mesmo quando não prometem diretamente ganhos, fomentam comportamentos de risco por meio de estratégias de marketing baseadas em confiança e proximidade emocional.

Especial atenção merece a atuação dirigida a públicos economicamente vulneráveis. Em tais situações, a influência exercida por esses agentes encontra terreno fértil para indução ao erro, considerando-se a assimetria de informações e o apelo emocional envolvido. Somogy observa que, na prática, os influenciadores operam como pontes entre plataformas sem sede física no Brasil e consumidores muitas vezes desinformados. Isso reforça a necessidade de análise rigorosa do grau de conhecimento do agente sobre os serviços que promove.

O artigo da Revista Foco (2023) amplia esse debate ao abordar a prática de *match-fixing*, ou manipulação de resultados esportivos, cuja existência demonstra a fragilidade estrutural do setor de apostas online e sua suscetibilidade a esquemas ilícitos. Embora os influenciadores digitais não participem diretamente dessa prática, a associação a plataformas que se beneficiam ou operam com base nesse tipo de manipulação pode reforçar a imputação penal. Ainda que de maneira indireta, a promoção de tais plataformas pode representar uma forma de legitimá-las perante o público, contribuindo para sua expansão e para o prejuízo de terceiros.

É importante reconhecer, contudo, que o simples vínculo contratual entre influenciador e empresa divulgada não é suficiente para justificar a responsabilização penal. A doutrina penal exige a comprovação do dolo específico e da consciência da ilicitude. A defesa, nesses casos, pode se



VII CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITOS HUMANOS E NOVOS PARADIGMAS

12 a 15 de Maio de 2025



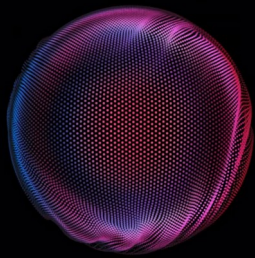
amparar em elementos como a ausência de intenção fraudulenta, a boa-fé objetiva na contratação publicitária e a inexistência de conhecimento sobre eventuais práticas irregulares da plataforma. Ademais, o princípio da autonomia privada pode ser invocado para sustentar que a decisão de aderir à aposta foi tomada pelo consumidor, que detinha liberdade de escolha.

Por essas razões, a responsabilização penal de influenciadores digitais exige análise individualizada, atenta ao grau de envolvimento do agente, à forma da divulgação, ao público-alvo e ao contexto da atuação. A fronteira entre a publicidade lícita e a conduta penalmente relevante é tênue, especialmente quando se considera o impacto emocional e simbólico que esses agentes exercem sobre suas audiências. O referencial teórico adotado neste estudo sustenta, portanto, a complexidade do fenômeno e a necessidade de abordagens criteriosas, que respeitem os princípios fundamentais do Direito Penal e, ao mesmo tempo, enfrentem as novas formas de fraude potencializadas pelo ambiente digital.

METODOLOGIA: A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, orientada por uma perspectiva analítica voltada à compreensão da possível responsabilização penal de influenciadores digitais que promovem plataformas de apostas online. Trata-se de um estudo de natureza exploratória, que tem por finalidade ampliar o conhecimento sobre um fenômeno atual e ainda pouco regulamentado, permitindo o levantamento de hipóteses e a análise crítica de casos e condutas à luz da dogmática penal brasileira.

O método de abordagem utilizado é o dedutivo, partindo-se de premissas gerais estabelecidas pela teoria do delito, em especial aquelas relacionadas ao tipo penal do estelionato previsto no artigo 171 do Código Penal, para, em seguida, aplicar tais conceitos à realidade prática das divulgações realizadas por influenciadores digitais nas redes sociais. O objetivo é verificar, com base nos critérios legais e doutrinários, em que medida essas condutas podem se enquadrar nas hipóteses típicas de fraude penalmente relevante.

Para tanto, a pesquisa se apoia em técnicas de levantamento bibliográfico e documental, com a análise de fontes legislativas, doutrinárias e científicas. Entre as principais referências utilizadas estão os estudos de Diniz et al. (2022), que discutem o impacto das tecnologias digitais na configuração de fraudes, a obra de Bruna Heringer Somogy (2023), que examina a atuação de influenciadores na



VII CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITOS HUMANOS E NOVOS PARADIGMAS

12 a 15 de Maio de 2025



divulgação de plataformas como a Blaze, e o artigo publicado na Revista Foco (2023), que trata da prática do *match-fixing* e suas repercussões jurídicas no âmbito penal.

A técnica documental abrange a leitura crítica do artigo 171 do Código Penal, bem como de trechos selecionados dos trabalhos mencionados, buscando identificar argumentos jurídicos que sustentem tanto a responsabilização penal quanto sua exclusão, a depender do caso concreto. A pesquisa também considera elementos como dolo específico, uso de artifício ou artil, prejuízo da vítima e vantagem indevida, todos indispensáveis para a subsunção das condutas ao tipo penal em questão.

O estudo é desenvolvido com base em uma análise teórica voltada para a dogmática penal clássica, observando os limites legais impostos pelo princípio da legalidade, da culpabilidade e da intervenção mínima. Busca-se compreender, de forma crítica, como os elementos do tipo penal podem, ou não, ser preenchidos nas situações concretas em que influenciadores digitais atuam na promoção de jogos de azar legalizados ou sem regulação clara.

Por fim, a pesquisa não pretende oferecer respostas absolutas, mas sim contribuir para o debate acadêmico e jurídico sobre a fronteira entre publicidade digital e prática criminosa. A metodologia adotada permite um olhar cuidadoso e sistematizado sobre a atuação desses agentes digitais, considerando os impactos da tecnologia, da comunicação persuasiva e da fragilidade normativa que ainda marca o setor de apostas online no Brasil.

RESULTADOS ALCANÇADOS OU ESPERADOS: O presente estudo espera demonstrar que a atuação de influenciadores digitais na divulgação de plataformas de apostas online pode, em determinadas circunstâncias, configurar o crime de estelionato, desde que estejam presentes os elementos objetivos e subjetivos exigidos pelo artigo 171 do Código Penal. Entre esses elementos, destaca-se a necessidade de comprovação do dolo específico de enganar, o emprego de meio fraudulento, o efetivo prejuízo da vítima e a obtenção de vantagem ilícita. Não obstante, a responsabilização penal desses agentes não pode ser presumida com base apenas na existência de vínculo contratual com empresas do setor de apostas.

A análise deve ser conduzida de forma individualizada, levando em consideração o contexto em que se deu a divulgação, a linguagem empregada, o grau de intencionalidade do agente e o



VII CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITOS HUMANOS E NOVOS PARADIGMAS

12 a 15 de Maio de 2025



conhecimento que este detinha acerca da natureza da plataforma promovida. Importa observar se a mensagem veiculada apresentava características de publicidade genérica, informativa e lícita, ou se adotava estratégias emocionais, enganosas ou manipulativas, aptas a induzir o seguidor ao erro.

Espera-se, ainda, identificar critérios objetivos que possam servir de referência à atuação do Ministério Público, da advocacia de defesa e do Poder Judiciário na análise de casos semelhantes. Esses critérios envolvem a distinção entre influência publicitária legítima e prática fraudulenta, o grau de envolvimento do influenciador com a atividade-fim da plataforma, e a verificação do impacto efetivo de sua conduta na decisão do consumidor. Também deve ser considerada a autonomia da vontade do seguidor, ponderando se a decisão de apostar decorreu de livre arbítrio informado ou de manipulação baseada em confiança e emoção.

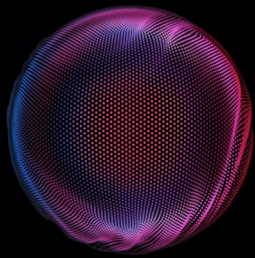
O trabalho também pretende contribuir para o debate acerca da regulamentação da atividade de influência digital, notadamente no contexto da promoção de jogos de azar e apostas esportivas. A ausência de normas específicas sobre a publicidade de plataformas de apostas, somada à informalidade do setor e à atuação de empresas sediadas fora do território nacional, dificulta o controle estatal e aumenta os riscos de práticas abusivas, incluindo a associação a esquemas ilícitos, como o *match-fixing*, que consiste na manipulação de resultados para beneficiar apostas previamente direcionadas.

Dessa forma, espera-se que os resultados obtidos sirvam como subsídio para a formulação de propostas legislativas, interpretações doutrinárias e entendimentos jurisprudenciais mais precisos e adequados à realidade tecnológica. O estudo busca contribuir com a construção de um marco interpretativo que permita distinguir a atuação lícita, ainda que economicamente incentivada, da conduta penalmente relevante, reforçando os princípios da legalidade, da segurança jurídica e da proteção ao consumidor em ambientes digitais.

Por fim, pretende-se oferecer elementos teóricos que auxiliem não apenas no controle punitivo, mas também na conscientização dos próprios influenciadores digitais quanto aos limites éticos e jurídicos de sua atuação, principalmente em um campo sensível como o das apostas online.

REFERÊNCIAS:

In: CONGRESO INTERNACIONAL DE DIREITOS HUMANOS E NOVOS PARADIGMAS, 7., 2025, Paranavaí. **Anais Eletrônicos** [...]. Paranavaí: UniFatecie, 2025, e084, ISSN: 2965-5560



VII CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITOS HUMANOS E NOVOS PARADIGMAS

12 a 15 de Maio de 2025



ALMEIDA, Ruanh Neres de. Estelionato virtual no direito brasileiro. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) — Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/6205>. Acesso em: 26 mar. 2025.

BRASIL. Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940. Código Penal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm. Acesso em: 23 mar. 2025.

DE ARAÚJO, Magno Pereira. Análise do perfil dos apostadores em jogos esportivos e cassinos online: um estudo quantitativo. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) — Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande. Disponível em: <https://repositorio.ufms.br/jspui/retrieve/20eaca7d-8d8f-4617-a49e-3ec18bf0a0e0/6153.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2025.

DINIZ, Felipe Ferreira; CARDOSO, Jacqueline Ribeiro; PUGLIA, Eduardo Henrique Pompeu. O crime de estelionato e suas implicações na era contemporânea: o constante crescimento dos golpes via internet. *Libertas Direito*, v. 3, n. 1, 2022. Disponível em: <https://www.periodicos.famig.edu.br/index.php/direito/article/view/215>. Acesso em: 22 mar. 2025.

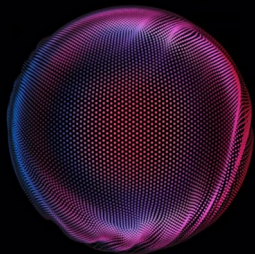
FAZOLIN, Dayse Karoline Vieira Catellane; ALMEIDA, Andreia Alves de. A importância da regulamentação sobre os jogos de azar online. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, v. 9, n. 12, p. 711–727, 2023. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/12805>. Acesso em: 06 abr. 2025.

OLIVEIRA, Douglas Santa Rosa de; et al. Práticas de *match-fixing* em casas de apostas: impactos éticos e jurídicos no direito penal brasileiro. *Revista Foco*, v. 17, n. 11, p. e6955–e6955, 2024. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/6955>. Acesso em: 23 mar. 2025.

PROENÇA, Filomena Ferreira. O perfil e as motivações do consumidor de apostas desportivas online. 2024. Dissertação (Mestrado) — Instituto Politécnico de Lisboa, Lisboa. Disponível em: <https://repositorio.ipl.pt/entities/publication/160454a0-9ae9-458b-bcc6-096a459832ed>. Acesso em: 05 abr. 2025.

SANTOS JUNIOR, J. P. D. Evolução do mercado de apostas online: impactos financeiros positivos. 2021. Tese (Doutorado) — Centro Universitário Fametro, Fortaleza. Disponível em: <https://repositorio.unifametro.edu.br/handle/123456789/1115>. Acesso em: 22 mar. 2025.

SOMOGY, Bruna Heringer. As implicações da responsabilidade civil de influenciadores digitais sob a perspectiva do induzimento à apostas em cassinos virtuais. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) — Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/items/84fd1fce-0130-4646-80c5-ccb44baf5667>. Acesso em: 23 mar. 2025.



VII CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITOS HUMANOS E NOVOS PARADIGMAS

12 a 15 de Maio de 2025



KARHAWI, Issaaf; et al. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. *Communicare*, v. 17, n. 12, p. 46–61, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Issaaf-Karhawi-2/publication/341983923_Influenciadores_digitais_conceitos_e_praticas_em_discussao/links/5edc396245851529453facb9/Influenciadores-digitais-conceitos-e-praticas-em-discussao.pdf. Acesso em: 24 mar. 2025.