

O ALGORITMO COMPORTAMENTAL DAS BETS.¹

Vinicius da Silva Felipe²

Marcela Tessarolo Bastos³

Universidade de Vila Velha, Vila Velha, ES.

Resumo

Este artigo examina a influência dos algoritmos das mídias sociais como mecanismos de monitoramento e indução comportamental dos usuários, com foco nas plataformas de apostas online. Como referência, analisa-se a atuação da influenciadora Virginia Fonseca durante o primeiro dia da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) das Bets, investigando seu papel no debate sobre os impactos sociais e psicológicos dessas plataformas sobre os consumidores. O estudo também explora como as ações promovidas evidenciam a desconexão entre as plataformas e seus usuários, destacando argumentos presentes na obra *Marketing 4.0: do tradicional ao digital* (Kotler, Kartajaya e Setiawan, 2017.). Por fim, discute-se como essa falta de alinhamento comprometeu a credibilidade da influenciadora enquanto figura pública e reforçou a ausência de compromisso social por parte das instituições envolvidas.

PALAVRAS-CHAVE: Bets; algoritmo; influenciadores; CPI; apostas online.

Introdução

Este artigo analisa os efeitos do depoimento da influenciadora Virginia Fonseca durante e após a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) das Bets, no dia 13 de maio de 2025, transmitida no canal oficial da TV Senado no YouTube, explorando as implicações desse evento para o debate sobre transparência e compromisso social por parte dos influenciadores e das plataformas de apostas online. A investigação aborda as repercussões desse depoimento na legitimidade da estratégia de comunicação da influenciadora, considerando como as respostas e posicionamentos adotados influenciaram a percepção pública.

Além disso, o estudo examina o papel dos algoritmos na amplificação das controvérsias relacionadas às práticas dessas plataformas, dentro e fora do ambiente

¹ Trabalho apresentado na IJ02 – Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior– 19ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação, 4º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Vila Velha. E-mail: viniciusfelipe.contato@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Vila Velha. E-mail: marcela.bastos@uvv.br.

digital, reforçando questionamentos sobre sua ética e responsabilidade social. Também analisa o impacto direto das práticas de apostas online no comportamento dos consumidores, abordando a crescente disseminação desse modelo de negócio em diversas mídias. Discute-se como a normalização dessas práticas por meio dos veículos de comunicação contribui para a falta de reconhecimento dos impactos gerados por essas plataformas, ampliando o debate sobre a legitimidade do discurso adotado pelos envolvidos. Além disso, investiga-se o papel da influenciadora Virginia Fonseca no contexto das apostas online, explorando seu possível envolvimento no sistema lucrativo das Bets, conforme apontado pelos parlamentares durante a sessão da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI). Por fim, analisa-se como sua atuação permitiu a manutenção de sua imagem pública, mesmo diante das controvérsias suscitadas.

A relevância de estudo está em investigar o impacto da atuação da influenciadora Virginia Fonseca nas plataformas de mídia sociais, analisando sua responsabilidade na transmissão de esclarecimentos durante o período avaliado. Também explora-se seu papel como referência no debate acerca do compromisso dos influenciadores diante dos malefícios associados às apostas online e da falta de transparência das casas de aposta no Brasil. A pesquisa busca compreender de que forma sua influência e posicionamento contribuíram para a discussão sobre ética, responsabilidade social e regulação desse setor.⁴ De acordo com dados da plataforma Social Blade, a influenciadora digital registrou uma expressiva perda de capital social nas redes sociais, totalizando aproximadamente 239.311 seguidores a menos em um intervalo de 48 horas. No dia anterior ao depoimento, já havia sido observada uma redução de 29.493 seguidores, enquanto nas primeiras 24 horas após o pronunciamento oficial, o número de perdas chegou a 209.818.⁵ Esses dados evidenciam uma reação massiva do público, potencialmente atribuída à desaprovação de sua conduta ou discurso, o que pode gerar impactos significativos em sua reputação e no relacionamento com marcas patrocinadoras.

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=DqXKpxalF8E..%20Acesso%20no%20dia%2016%20de%20Mai.2025>. Acesso no dia 16 de Mai.2025.

⁵

<https://www.terra.com.br/diversao/gente/queda-do-imperio-virginia-fonseca-perde-meio-milhao-de-seguidores-apos-depoimento-na-cpi-das-bets,f063d414434a1646805d79b8c6b212cfffkvja1sm.html>. Acesso no dia 16 de Mai.2025.

A presente análise examina a relação entre influenciadores digitais e empresas de apostas, considerando os aspectos econômicos e algorítmicos envolvidos na definição dos resultados. Inicialmente, parlamentares questionaram a influenciadora Virgínia Fonseca sobre sua parceria publicitária com uma casa de apostas, levantando preocupações quanto à vinculação de seus ganhos às perdas dos jogadores, fenômeno referido como “clausura da desgraça”. Em resposta, a influenciadora negou essa correlação, alegando que lhe foi oferecida uma bonificação de 30% sobre a arrecadação da empresa, mas que tal modelo não foi implementado.⁶

Contudo, ao examinar a estrutura de negócios das casas de apostas, observa-se que a probabilidade estatística favorece sistematicamente a lucratividade dessas empresas. Os algoritmos empregados nos sistemas de apostas são programados para monitorar e definir os resultados, o que levanta questões sobre a aleatoriedade dos eventos e a real influência da sorte frente à lógica matemática subjacente. Dessa forma, torna-se essencial investigar se os apostadores, ao insistirem na busca por ganhos, compreendem plenamente os mecanismos operacionais do sistema ou se operam sob uma percepção distorcida das probabilidades envolvidas.⁷

Esse estudo sugere que uma análise aprofundada dos impactos psicológicos e econômicos das apostas, associada a uma avaliação dos algoritmos empregados, poderia esclarecer melhor o caráter probabilístico e sistemático das casas de apostas, diferenciando o fator sorte do cálculo estatístico empregado para garantir a margem de lucro dessas empresas. Para estruturar esse processo de análise do caso, será abordado os seguintes aspectos principais: a postura da influenciadora como figura Pública e Marca após a CPI do dia 13 de maio de 2025, a relação dos algoritmos para o seu faturamento e os impactos sociais e psicológicos dos casinos online. Para embasar a análise da imagem da influenciadora como marca, será adotada a perspectiva desenvolvida na obra *Marketing 4.0: Do Tradicional ao Digital*, de Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017). Essa abordagem permitirá exemplificar os impactos negativos decorrentes da ausência de uma gestão empática voltada às reais necessidades do

6

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/o-que-e-cache-da-desgraca-alheia-citado-em-depoimento-de-virginia-fonseca>. Acesso no dia 16 Mai.2025.

⁷ <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c981g2n1dm5.9o>. Acesso no dia 16.Mai.2025

público, bem como discutir a responsabilidade inerente ao poder de influência. Nesse contexto, destaca-se a relevância dos princípios que sustentam o marketing, conforme afirmam os autores: “o marketing reside em criar produtos, serviços e culturas empresariais que adotem e reflitam valores humanos” (Kotler, Kartajaya e Setiawan, 2017, p. 9).

Além disso, para aprofundar a compreensão sobre a estrutura das plataformas digitais e seu papel na construção da influência, serão utilizadas as contribuições teóricas da obra *Pesquisando plataformas online*, de D’Andréa (2020). Essas referências permitirão uma análise crítica dos mecanismos que sustentam a dinâmica das interações online e sua influência na percepção da marca pessoal das influenciadoras.

Do tradicional para o digital

No contexto da sociedade digitalizada, a democratização da informação torna-se uma realidade, permitindo que diferentes indivíduos produzam conteúdos alinhados aos seus interesses e participem ativamente de discussões sobre esses temas. Essas características evidenciam a natureza das relações horizontais na sociabilidade contemporânea, que reestruturam o poder das grandes potências e abrem espaço para uma proposta mais inclusiva. Nesse sentido, podemos destacar que “a mudança do poder também tem influência sobre as pessoas comuns. Agora o poder não reside nos indivíduos, mas nos grupos sociais” (Kotler, Kartajaya e Setiawan, 2017, p. 19). Essas novas condições não apenas suscitam questionamentos sobre as transformações nos aspectos comunicacionais, culturais, sociais e econômicos, mas também sobre como a acessibilidade contribui para a criação de cenários que impactam a credibilidade desse fluxo constante de informação. Dentro dessa realidade, todos compartilham suas perspectivas, reforçando a descentralização do poder, sem, contudo, desconsiderar a necessidade da busca contínua pela veracidade dos fatos.

Os espaços conectados contemporâneos fundamentam-se na padronização de comportamentos para a formação de comunidades que compartilham interesses e promovem debates. Essas interações sustentam a dinâmica social ativa, exigindo a

constante atualização dos temas de interesse coletivo. Esse fenômeno, frequentemente denominado "tendência" dentro desse ambiente, reflete os assuntos em destaque no momento e evidência como o fluxo de informações influencia a relevância das referências estabelecidas. Dessa forma, a manutenção contínua das discussões e a adaptação às mudanças no panorama informacional tornam-se essenciais para a consolidação e evolução dessas comunidades. Dentro dessas comunidades, os influenciadores digitais desempenham um papel central na manutenção e direcionamento dos debates, atuando como mediadores dos temas em discussão. Para isso, empregam uma linguagem que aproxima o público-alvo de sua imagem, além de realizar atividades que reforçam o paradigma construído em torno de sua identidade digital. Esses métodos se intensificam no mercado publicitário, onde, de forma estratégica, os influenciadores utilizam elementos relacionais para promover produtos e serviços.

A análise do comportamento dos influenciadores digitais permite compreender como suas práticas podem ser utilizadas para estabelecer relações cognitivas, ao mesmo tempo, em que se configuram como ferramentas estratégicas dentro do sistema econômico contemporâneo.

“Dada a conectividade em que vivemos atualmente, o peso da conformidade social está aumentando de forma generalizada. Os consumidores se importam cada vez mais com as opiniões dos outros. Eles também compartilham suas opiniões e compilam enormes acervos de avaliações. Juntos, pintam o próprio quadro de empresas e marcas, que muitas vezes é bem diferente da imagem que as empresas e marcas pretendem projetar. A internet, sobretudo a mídia social, facilitou essa grande mudança fornecendo as plataformas e as ferramentas”(Kotler, Kartajaya e Setiawan, 2017, p. 27).⁸

Esses aspectos são fundamentais para compreender a responsabilidade associada à influência comportamental exercida pelos indivíduos que se consolidam como pilares na formação dessas comunidades. No contexto desta investigação, essa influência é representada pela imagem da influenciadora analisada, cuja atuação reflete diretamente na construção e manutenção dos paradigmas socioculturais que orientam a dinâmica desses espaços conectados. Para uma análise crítica do tema, é pertinente considerar a

⁸ *Marketing 4.0: Do Tradicional ao Digital*, de Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017).

perspectiva apresentada por D'Andréa (2020) que discute a estrutura das plataformas digitais e sua influência sobre práticas sociais.

"Compreender o funcionamento das plataformas a partir de lógicas de programabilidade é central para uma abordagem contemporânea e crítica do tema. De modo cada vez mais evidente e intenso, as plataformas online tornam mensuráveis e armazenáveis as diversas práticas sociais e rotinas computacionais que se dão nas suas interfaces e a partir de suas arquiteturas. A recomendação de conteúdos de modo personalizado, a oferta, para anunciantes, de perfis bastante segmentados de potenciais clientes, e o constante aperfeiçoamento das aplicações são algumas das atividades resultantes do processamento de dados por algoritmos em diferentes circunstâncias." (D'Andréa, 2020, p.26).⁹

Análise dos depoimentos

Para iniciar as análises sobre as ponderações abordados no período de 13 de maio de 2025, será analisado as narrativas de Virginia Fonseca e o sua da sua imagem como figura pública, referenciando também os aspectos presentes na estratégia mercadológica da casa de aposta. O cenário em que se debate os efeitos das plataformas de cassino online em relação aos possíveis vícios gerados e a distribuição de conteúdos que não se responsabilizam sobre essas controvérsias, mesmo sobre seu conhecimento, levaram a justificativa dos diferentes questionamentos pelos parlamentares.

O debate em torno da atuação de influenciadores digitais na promoção de casas de apostas evidencia questões fundamentais relacionadas à responsabilidade social, credibilidade publicitária e impactos financeiros sobre os apostadores. O cerne da discussão reside na relação entre os ganhos financeiros obtidos por figuras públicas e as perdas financeiras dos usuários, bem como na negligência quanto à responsabilidade social associada a essa prática. Observa-se que, do ponto de vista comercial, a projeção midiática do fato tende a ser mais valorizada do que os esclarecimentos sobre os riscos envolvidos, aspecto que se reflete no discurso inicial da influenciadora, ao afirmar: "Deus abençoe nossa audiência e bora pra cima.", como dito na abertura da transmissão.

A relevância dessa abordagem está no alcance que a influenciadora Virgínia possui sobre a necessidade de uma análise crítica de suas declarações, especialmente no

⁹ *Pesquisando plataformas online*, de D'Andréa (2020).

que diz respeito à credibilidade de sua associação publicitária com plataformas de apostas. Inicialmente, a influenciadora justificou sua participação nesse segmento e sua posição diante das críticas. No entanto, ao ser questionada sobre as perdas financeiras dos apostadores, limitou-se a afirmar que sempre deixou clara a possibilidade de prejuízo, sem reconhecer outros fatores determinantes, como a gestão das plataformas por algoritmos e o impacto desse mecanismo sobre os usuários.

Dessa forma, torna-se essencial aprofundar a discussão sobre a influência de figuras públicas na normalização das apostas e os efeitos dessa prática sobre o público, considerando não apenas a transparência na comunicação, mas também os aspectos éticos e sociais envolvidos na promoção desse tipo de atividade.

No contexto do debate sobre a responsabilidade social de influenciadores digitais, Virgínia Fonseca declarou que não se arrepende de ter promovido casas de apostas e que não dispõe de meios para auxiliar seguidores afetados pelo vício em jogos. Em resposta às críticas, argumentou que, caso os impactos das apostas fossem de fato tão prejudiciais, caberia ao governo proibir completamente a atividade, afirmando: “Se realmente faz tão mal para a população, proíbe tudo”. Essa declaração suscitou discussões acerca do papel de figuras públicas na divulgação de conteúdos potencialmente nocivos e da necessidade de regulamentação mais rigorosa sobre a publicidade de jogos de azar. A lógica algorítmica das redes sociais permite que influenciadores alcancem públicos altamente segmentados, potencializando a publicidade de casas de apostas e ampliando seus efeitos sobre os usuários. Dessa forma, a ausência de regulamentação específica para a promoção de jogos de azar por influenciadores digitais pode contribuir para a normalização dessas práticas, sem considerar os riscos associados ao vício e às perdas financeiras.

Além disso, um episódio de grande repercussão ocorreu durante seu depoimento à CPI das Bets, quando a influenciadora confundiu o microfone com o canudo de seu copo. O gesto foi amplamente interpretado como um sinal de descaso diante da gravidade do tema, gerando críticas intensas e resultando na perda de mais de 239.311 mil seguidores em sua conta no Instagram(@virginia). Esse episódio reforçou o debate sobre a postura de influenciadores diante de questões sensíveis e os impactos de suas

declarações na percepção pública. Portanto, a interseção entre a responsabilidade social dos influenciadores e a lógica de funcionamento das plataformas digitais deve ser objeto de estudos que busquem compreender os impactos dessa dinâmica sobre os consumidores e as implicações para a formulação de políticas públicas.

Reflexão sobre as parcerias

Ao final da sessão da CPI, após diversas abordagens sobre seu envolvimento na promoção das casas de aposta, Virgínia Fonseca declarou que refletiria sobre futuras parcerias, mas reafirmou que não se arrepende das campanhas publicitárias realizadas. Embora tenha reconhecido seu papel como figura de referência para seu público, a influenciadora enfatizou que não considera ter responsabilidade direta sobre os impactos das apostas na vida dos usuários. Entretanto, dados apresentados durante a investigação contradizem essa perspectiva. Conforme a pesquisa sobre o endividamento e inadimplência da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o crescimento expressivo das casas de apostas online em 2024 levou aproximadamente 1,3 milhão de brasileiros à inadimplência. Esse estudo foi submetido ao Supremo Tribunal Federal (STF) em 11 de novembro de 2024 como parte de um esforço para alertar sobre os efeitos negativos dessa indústria na economia nacional.¹⁰

A relação entre publicidade digital e o aumento do número de apostadores inadimplentes reforça a necessidade de regulamentação mais rigorosa do setor, bem como de maior responsabilidade por parte dos influenciadores na divulgação desses serviços. A CPI evidenciou que a normalização das apostas por meio de campanhas publicitárias pode contribuir para a expansão do problema, tornando essencial a implementação de políticas públicas que protejam os consumidores e mitiguem os impactos socioeconômicos dessa prática. No dia 21 de maio de 2025, a CPI das casas de aposta aprovou um requerimento para que o Conselho de Controle de Atividades Financeiras (COAF) analise as movimentações financeiras de Virgínia Fonseca entre janeiro de 2023 e abril de 2025. A decisão foi tomada como parte da investigação sobre

10

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/11/26/a-cpi-cnc-aponta-impactos-negativos-das-casas-de-apostas-na-economia>. Acesso no dia 12 de Mai.2025.

a relação entre influenciadores digitais e plataformas de apostas online, buscando esclarecer os ganhos obtidos por meio de contratos publicitários no setor¹¹

Considerações finais

A análise do depoimento de Virgínia Fonseca na CPI das apostas online revela a complexa interseção entre influência digital, publicidade e responsabilidade social, evidenciando como a promoção de plataformas de apostas por figuras públicas pode contribuir para a normalização dessas práticas sem a devida explicitação dos riscos envolvidos. A investigação demonstra que a atuação de influenciadores transcende a simples divulgação de produtos, afetando diretamente o comportamento do consumidor, especialmente em contextos marcados por opacidade algorítmica e ausência de regulamentação. A repercussão do caso, incluindo a perda de seguidores e o questionamento ético da influenciadora, reforça a crescente vigilância do público quanto à conduta dessas personalidades e destaca a urgência de políticas públicas que assegurem maior transparência e responsabilidade na comunicação digital, sobretudo em setores que envolvem riscos financeiros e psicológicos.

Referências

BBC NEWS BRASIL. Por que você quase sempre vai perder dinheiro com bets, segundo a matemática. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c981g2n1dm9o>. Acesso em: 16 maio 2025.

CNN BRASIL. “Cachê da desgraça alheia” em depoimento de Virgínia Fonseca. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/o-que-e-cache-da-desgraca-alheia-citado-em-depoimento-de-virginia-fonseca>. Acesso em: 16 maio 2025.

D’ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. Salvador: EDUFBA, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/32043/7/4b44582c-ef3d-4c0a-b8b1-d8d5d1df2762.pdf>. Acesso em: 16 maio 2025.

G1. Por que Virgínia foi à CPI das Bets. 13 maio 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2025/05/13/entenda-em-5-pontos-por-que-virginia-fonseca-na-cpi-das-bets-e-o-que-ela-disse.ghml>. Acesso em: 16 maio 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 4.0: do tradicional ao digital*. São Paulo: Alta Books, 2017.

REVISTA QUEM. Defesa de Virgínia Fonseca reage a indiciamento. 10 jun. 2025. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/noticias/noticia/2025/06/advogado-de-virginia-fonseca-diz-que-recebeu-com-surpresa-e-espanto-indiciamento-da-influenciadora-digital.ghml>. Acesso em: 10 jun. 2025.

SENADO FEDERAL. Impactos negativos das apostas na economia. 26 nov. 2024. Disponível em: [os-das-casas-de-apostas-na-economia](#). Acesso em: 12 maio 2025.

TERRA. Virgínia perde seguidores após CPI. Disponível em: [o-de-seguidores-apos-depoimento-na-cpi-das-bets,f063d414434a1646805d79b8c6b212cffkvja1sm.html](#). Acesso em: 16 maio 2025.

YOUTUBE. Sessão da CPI das Bets. Publicado por: TV Senado. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=On-gy_GOh14. Acesso em: 16 maio 2025.