

A influência digital e a responsabilidade publicitária: análise do depoimento de Virgínia Fonseca na CPI das *bets*¹

Cecília Madruga Filappi²

Marcelo Ruschel Träsel³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Este artigo propõe-se a analisar a participação da influenciadora digital Virgínia Fonseca na Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) das Bets, instaurada em 2024. O objetivo central é investigar a conformidade das declarações e práticas publicitárias referentes à promoção de casas de apostas online, relacionando-as com a legislação vigente e os princípios de responsabilidade publicitária.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; influenciador; CPI das bets; jogos de azar; Virgínia Fonseca.

1. INTRODUÇÃO

Entender os limites entre publicidade e propaganda enganosa se torna essencial diante do crescimento das redes sociais, atrelada ao surgimento e crescimento do número de influenciadores⁴. Nesse contexto, o estudo visa analisar os limites entre publicidade legítima e propaganda enganosa, especialmente quando a comunicação de mercado se entrelaça com a vida cotidiana e os hábitos de consumo informacional dos usuários, focado na análise das falas de uma das influenciadoras mais famosas nas redes sociais do país, Virgínia Fonseca, com mais de 52,8 milhões de seguidores, durante a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI)

¹Trabalho apresentado na IJ05 - Comunicação, Cultura Digital e Tecnologias da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Acadêmica do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - ceciliafilappi@gmail.com

³Orientador do trabalho. Professor Associado do Departamento de Ciências da Comunicação e ao Programa de Pós-Graduação em Redes Sociais, Interações e Sociabilidades da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Doutor em Comunicação Social no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul E-mail: marcelo.trasel@ufrgs.br

⁴ pessoas que recebem dinheiro (ou itens) para postar propaganda sobre.

das ⁵*Bets*, no dia 13 de maio de 2025, para prestar depoimento sobre seu envolvimento na promoção de sites de apostas esportivas online.

A CPI foi instaurada em 12 de novembro de 2024, por iniciativa da relatora Soraya Thronicke⁶, com o objetivo de investigar a divulgação irregular de jogos de azar online por personalidades brasileiras, como jogadores e influenciadores digitais. A prática é considerada problemática, pois há uma insegurança com relação a compatibilidade da audiência que acompanha seu perfil, tanto financeira quanto etária, e as recomendações dos produtos anunciados.

2. OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA

A pesquisa busca identificar possíveis inconsistências, omissões ou informações falsas no discurso da influenciadora, além de discutir o papel da publicidade como instrumento essencial para a transparência e integridade ao consumidor (Kotler, Kartajaya e Setiawan, p.29, 2010). Além disso, este estudo contribui para o fortalecimento do *fact checking*⁷ no jornalismo, auxiliando na educação básica midiática da sociedade, cobrando responsabilidade informativa de figuras públicas.

3. METODOLOGIA

O estudo adota uma abordagem qualitativa e documental, centrando-se na análise comparativa entre o discurso proferido pela influenciadora digital durante seu depoimento no senado e o conteúdo publicitário por ela veiculado em suas redes sociais. A coleta de dados foi realizada por meio da extração de depoimentos e publicações em plataformas digitais da influenciadora, abrangendo um período relevante que antecedeu e sucedeu a instauração da CPI, a fim de estabelecer um panorama abrangente de suas práticas publicitárias.

Concomitantemente, a análise do material foi embasada em um referencial teórico multidisciplinar, dos campos publicitários e jornalísticos, sendo utilizadas, majoritariamente,

⁵ Bets - Palavra em inglês popularizada no Brasil, significa “aposta”

⁶ Soraya Vieira Thronicke é uma advogada e senadora brasileira, filiada ao Podemos (PODE) pelo estado de Mato Grosso do Sul, tendo sido eleita pela primeira vez ao cargo em 2018 pelo Partido Social Liberal (PSL).

⁷ Linha de pesquisa no jornalismo que significa “checagem de fatos”.

as concepções sobre responsabilidade publicitária, conforme preconizado por autores proeminentes na área, tais como; Gracioso, F. (1982), Olivetto, W. (2011)..

4. ANÁLISE E DISCUSSÕES

4.1 Durante a audiência, chamou atenção a forma como Virgínia se comportou. Logo no início, destacou-se as roupas escolhidas por ela - tons de rosa claro, roupa informal com estampa de uma das filhas dela e acessórios rosa - arquétipos visuais e de estilo que, de acordo com uma concepção de imaginário social, reforçada por produtos midiáticos, leva a uma leitura de uma figura jovem, frágil, simples e de temperamento passivo, algo perceptível e diferente do estilo que ela costuma aparecer na internet -com roupas de marca, decotes e tons vibrantes que trazem para ela um tom mais adulto, independente e ativo. No X (antigo Twitter), todo o depoimento, incluindo as roupas e os acessórios escolhidos foram muito debatidos, chegando ao 1º lugar nos ⁸*trending topics* do Brasil.

IMAGEM 1 - Senadora Soraya Thronicke, presidente da Comissão; senador Dr. Hiran; e Virgínia Fonseca no dia 13 de maio de 2025, durante sessão da CPI das Bets



Fonte: Edilson Rodrigues/Agência Senado

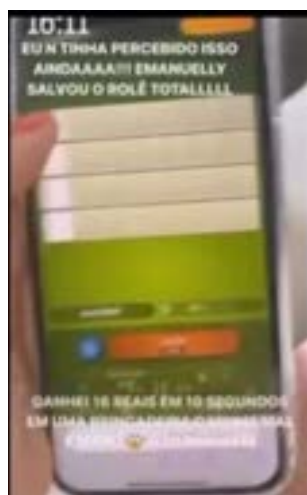
4.2 Segundo o levantamento nacional realizado pelo Instituto DataSenado, 42% dos brasileiros que dizem ter gastado em apostas esportivas ao longo de um mês, estavam endividados. Dado o alcance de sua influência nas redes sociais, e o agravante no cenário de endividamentos por jogos de azar no Brasil, o que está em análise é o discurso da influenciadora durante a sessão. Durante o depoimento, vários assuntos foram abordados,

⁸ Termo em inglês, significa “Tópicos Populares”, área de pesquisa da rede social “X”.

com aprofundamento e maior detalhamentos em pontos específicos solicitados pelos senadores ali presentes, dentre eles os parâmetros que regulamentam a atividade de propaganda do setor. Dentre suas respostas, ao ser questionada sobre o ponto, é notório que Virgínia declara, de forma incisiva, que sempre seguiu a legislação, e teve atenção e compromisso em alertar os seus seguidores sobre os riscos das apostas. A lei atual de regulamentação de apostas, (Lei 14.790), conhecida como “Lei das *Bets*”, foi sancionada em 29 de dezembro de 2023, atendendo à necessidade de regulamentar um setor que, desde 2018, carecia de regras e diretrizes. A lei regula os seguintes tipos de apostas: Apostas virtuais; Apostas físicas; Jogos online; Eventos esportivos reais; e Eventos virtuais de jogos reais.

A norma determina como deve ser o funcionamento das apostas, quais empresas poderão ser autorizadas a atuar no setor, as formas de pagamento permitidas, a tributação, os mecanismos de fiscalização e como devem ser feitas as propagandas. Estas devem conter alertas como: “Jogue com responsabilidade.”, “Não há garantia de ganhos.” e “Apenas para maiores de 18 anos”. Entretanto, ao analisar as publicidades feitas por Virgínia, nem sempre essas exigências estavam presentes.

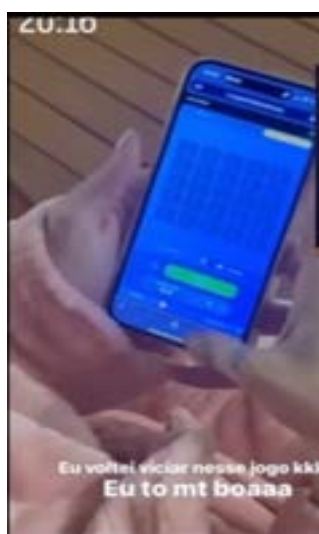
IMAGEM 2: Virgínia afirma no instagram ganhar 16 reais em 10 segundos.



Reprodução: Redes Sociais

Analisando a primeira imagem, é possível notar uma publicidade sem se intitular como publicidade, pois Virgínia compartilha que “Ganhei 16 reais em 10 segundos e uma brincadeiras com minha mãe”, mostrando a facilidade que é ganhar dinheiro, nem que seja aos poucos, com a plataforma.

IMAGEM 3: Post de Virgínia sobre “estar viciada no jogo”.



Reprodução: Redes Sociais

Nessa publicação, Virgínia diz “voltar a viciar nesse jogo”, relatando um costume de apostar nas plataformas também por diversão. Novamente, não há indícios das recomendações previstas na legislação brasileira.

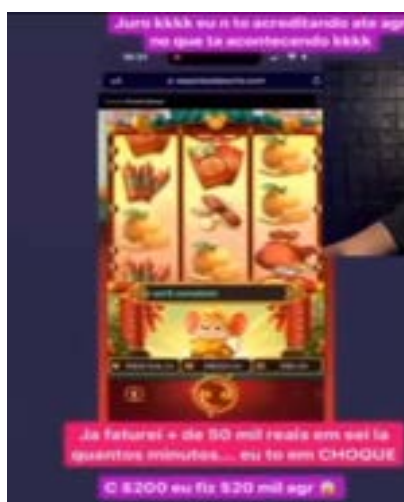
4.3 Durante depoimento a influencer, junto aos advogados, afirmou que os contratos dela não contêm a chamada "cláusula da desgraça" – que prevê o pagamento de percentual sobre as perdas dos apostadores – e sim uma cláusula que prevê um bônus de 30% caso dobrasse os lucros da empresa. Segundo ela, isso não ocorreu. Porém, considerando que o lucro dessas plataformas advém diretamente das perdas dos apostadores, tal cláusula implica, indiretamente, um incentivo ao aumento das perdas dos seguidores influenciados pela Virgínia. Ou seja, a perda dos seguidores poderia sim gerar lucro — mas somente se a meta

fosse atingida, o que ela afirma não ter acontecido. Quando questionada sobre quanto recebeu com publicidades, ela optou por permanecer em silêncio.

4.4 Que não utiliza sua conta pessoal para realizar as apostas mostradas nos vídeos de publicidade. Analisando stories antigos da influenciadora no Instagram, é possível encontrar vídeos em que ela afirma ter “triplicado o dinheiro do jantar”, que “pegou todas as manhas do jogo” e que “ganhou 20 mil com isso”, além de frases como “fiz 8 mil agorinha”. No entanto, durante a CPI, ela declarou que não utilizava sua conta pessoal, mas sim uma conta de “publicidade” fornecida pela própria plataforma, criada especificamente para esse tipo de conteúdo.

Ela ainda afirmou que, apesar de utilizar contas diferentes, os vídeos eram feitos na mesma plataforma disponível para os apostadores comuns. Porém, a confissão levanta o seguinte questionamento: por que apenas os influenciadores têm acesso a uma conta específica e, coincidentemente, são os únicos que “faturam” ou dizem faturar valores tão altos?

IMAGEM 3:



Reprodução: Redes Sociais

Na imagem, já é perceptível que há um aumento das hipérboles como: “eu to em CHOQUE”, nos *stories*⁹ ela afirma ter ganho mais de 50 mil reais, equivalente a, aproximadamente, 33 salários mínimos no Brasil¹⁰, apenas jogando por “alguns minutos”.

4.5 Durante a sessão, ela afirmou que não possui mais contratos de publicidade com a empresa “Esportes da Sorte”, apenas contrato de publicidade com a “Blaze”, afirmação que foi confirmada com as análises, pois não foi possível encontrar postagens associadas a primeira casa de apostas citada.

5. HISTÓRICO DE PUBLICIDADES

Virgínia já era alvo de críticas por supostas “publis”¹¹ enganosas. Um caso emblemático é o da sua marca de cosméticos, WePink. Durante o lançamento de sua base de maquiagem, ela fez propaganda intensiva sobre a resistência à água do produto¹², justificando o preço elevado por se tratar, segundo ela, de uma “Dermomake”¹³. Contudo, a base promovida pela influenciadora, foi aprovada pela Anvisa como de grau 1, classificação que indica produtos com propriedades básicas e sem necessidade de comprovação de eficácia ou detalhes sobre modo de uso e restrições — ou seja, sem comprovação de tratamento para a pele, indo de encontro ao artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), o qual afirma que o uso indevido do termo para um produto sem comprovação de eficácia pode configurar propaganda enganosa.

⁹ Stories - Postagem no instagram que dura 24h.

¹⁰ Salário mínimo atual no Brasil é de R\$1.518,00- Maio de 2025

¹¹ Termo popular que significa ações de publicidade.

¹² Citação retirada do vídeo: <https://www.youtube.com/shorts/1jWtPze6Lbc>

¹³ Termo que combina "dermo" (pele) e "make" (maquiagem), referindo-se a produtos de maquiagem que também oferecem tratamento para a pele.

IMAGEM 6: Influencer postava todos os dias “testes” com a própria maquiagem nos *stories*.



Reprodução: Redes Sociais

Além disso, após o lançamento, influenciadores da área de maquiagem começaram a produzir vídeos de review — um formato comum que avalia produtos antes da compra. A situação ganhou repercussão quando a maquiadora profissional Karen Bachini testou a base com água. Apesar da promessa de ser à prova d'água, o produto não passou nem pela primeira fase do teste, e isso se repetiu com outras influenciadoras.

IMAGEM 7: Maquiadora realiza testes de eficácia na base.



Reprodução: Redes Sociais

Enquanto isso, Virgínia continuou com as campanhas publicitárias, sem citar ou responder as críticas das seguidoras que haviam comprado e reprovado o produto, tanto pelo fato de não ser uma dermomake, quanto pela ineficácia de resistência à água. Nessa perspectiva, Olivetto (2011) afirma que “O publicitário tem de vender, sim, mas sem jamais desrespeitar a inteligência ou a sensibilidade das pessoas”, (OLIVETTO, 2011, p. 104).

6. CONCLUSÃO

Portanto, caso a CPI das Bets venha a considerar Virgínia como ré por propaganda enganosa, essa não seria a primeira vez em que ela faz mau uso da influência que possui nas redes sociais. Após a checagem de suas falas, é possível observar inconsistências em diversos trechos de seu depoimento, o que, no caso das propagandas de casa de aposta, têm mais perigo aos seguidores da depoente devido a compatibilidade - tanto financeira quanto etária - com as recomendações dos produtos anunciados, em sua maioria jogos de azar, que causam dependência e a falsa ideia de “dinheiro fácil”, que pode auxiliar com contas ou a adquirirem o mesmo modelo de vida da influenciadora. Reconhecendo a complexidade desse caso, as análises de Gracioso (1982) são capazes de elucidar alguns pontos-chave, tendo em vista que, para o pesquisador, a publicidade, enquanto instrumento de comunicação social, deve ser exercida com responsabilidade, não se limitando à eficácia comercial, mas também observando princípios éticos, o respeito à dignidade das pessoas e aos valores sociais.

Referências

BRASIL. **Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023.** Dispõe sobre a tributação das apostas de quota fixa e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 29 dez. 2023. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/114790.htm. Acesso em: 24 maio 2025.

G1. **Bets: 42% dos brasileiros que dizem apostar estão endividados e quase um terço está fora do mercado de trabalho, diz pesquisa do Senado.** Rio de Janeiro, 1 out. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2024/10/01/bets-42percent-dos-brasileiros-que-dizem-apostar-estao-endividados-e-quase-um-terco-esta-fora-do-mercado-de-trabalho-diz-pesquisa-do-senado.ghtml>. Acesso em: 9 jul. 2025.

GRACIOSO, Francisco. **Propaganda: teoria, técnica e prática.** São Paulo: Pioneira, 1982.

G1. Virgínia na CPI das Bets: moletom com foto da filha e falas da influenciadora em depoimento são os assuntos mais comentados das redes sociais. 13 maio 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2025/05/13/virginia-na-cpi-das-bets-moletom-com-foto-da-filha-e-falas-da-influenciadora-em-depoimento-sao-os-assuntos-mais-comentados-das-redes-sociais.ghtml>. Acesso em: 24 maio 2025.

HUMANISTA. **Dermocosmético? Médica alerta sobre uso comercial indevido do termo.** 21 mar. 2023. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/humanista/2023/03/21/dermoc Cosmetico-medica-alerta-sobre-uso-comercial-indevido-do-termo-entenda/>. Acesso em: 24 maio 2025.

INFOMONEY. O que Virgínia disse na CPI das Bets? Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/brasil/o-que-virginia-disse-na-cpi-das-bets/>. Acesso em: 24 maio 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

OLIVETTO, Washington. **O que a vida me ensinou.** São Paulo: Saraiva, 2011.

POXA, VIRGÍNIA. 200 reais? Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nbLi-yhjvWY>. Acesso em: 24 maio 2025.

SENADO FEDERAL. CPI das Bets será instalada no Senado nesta terça-feira. 11 nov. 2024. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/11/11/cpi-das-bets-sera-instalada-no-senado-nesta-terca-feira>. Acesso em: 24 maio 2025.

TRANSFEERA. Aposta esportiva: entenda a regulamentação das "bets". Disponível em: <https://transfeera.com/blog/aposta-esportiva-regulamentacao-das-bets/>. Acesso em: 24 maio 2025.

UOL. "Ca\$he da desgraça": Virgínia fez acordo com bet para lucrar milhões com derrotas de fãs. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/celebridades/cache-da-desgraca-virginia-fez-acordo-com-bet-para-lucrar-milhoes-com-derrotas-de-fas-130502>. Acesso em: 24 maio 2025.

UOL. WePink: Virgínia responde a reclamações sobre cosméticos. 21 mar. 2025. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2025/03/21/wepink-virginia-reclamacoes.htm>. Acesso em: 24 maio 2025.

YOUTUBE. O que Virginia disse na CPI das Bets? Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zH7XBwCOCLA>. Acesso em: 24 maio 2025.