UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
FACULDADE NACIONAL DE DIREITO

JOÃO LUIZ OLIVEIRA DE FARIA

O IMPACTO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NAS FINANÇAS DO POVO BRASILEIRO: DE QUE MANEIRA AGEM E COMO ISSO ACARRETA EM UMA PERDA MASSIVA FINANCEIRA DEVIDO A INSEGURANÇA JURÍDICA

RIO DE JANEIRO
2024

JOÃO LUIZ OLIVEIRA DE FARIA

O IMPACTO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NAS FINANÇAS DO POVO BRASILEIRO: DE QUE MANEIRA AGEM E COMO ISSO ACARRETA EM UMA PERDA MASSIVA FINANCEIRA DEVIDO A INSEGURANÇA JURÍDICA

Monografia apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais (Direito), pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade Nacional de Direito.

Orientadora: Dra. Veronica Lagassi

CIP - Catalogação na Publicação

Oliveira De Faria, João Luiz
O62i O IMPACTO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NAS FINANÇAS DO POVO BRASILEIRO: DE QUE MANEIRA AGEM E COMO ISSO ACARRETA EM UMA PERDA MASSIVA FINANCEIRA DEVIDO A INSEGURANÇA JURÍDICA / João Luiz Oliveira De Faria. -- Rio de Janeiro, 2024.
84 f.

Orientadora: Veronica Lagassi.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade Nacional de Direito, Bacharel em Direito, 2024.

1. Influenciadores digitais. 2. Finanças . 3. Perda financeira. I. Lagassi, Veronica, orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

JOÃO LUIZ OLIVEIRA DE FARIA

O IMPACTO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NAS FINANÇAS DO POVO BRASILEIRO: DE QUE MANEIRA AGEM E COMO ISSO ACARRETA EM UMA PERDA MASSIVA FINANCEIRA DEVIDO A INSEGURANÇA JURÍDICA

Monografia apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais (Direito), pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade Nacional de Direito.

Orientadora: Dra. Veronica Lagassi

Data da Aprovação: 05 /12/ 2024.

Banca Examinadora:

_____
Veronica Lagassi
Orientadora

_____
Paola Domingues Jacob
Membro da Banca

_____
Juliana Siqueira
Membro da Banca

RIO DE JANEIRO
2024

"Na história de hoje o esqueleto estava procurando um atalho, um caminho rápido para riquezas e poder. Talvez vocês conheçam gente assim: sempre à procura de um caminho rápido para chegar na frente de todo mundo, mas não funciona dessa maneira. As pessoas que têm sucesso são aquelas que trabalham pelo que querem e, por isso, não se enganem com aqueles que dizem que conhecem o jeito rápido, há sempre dente de coelho. Não se deixe enganar: a maneira certa é a melhor maneira! Até mais tarde minha gente!"

— He-Man (escrito pelo roteirista Paul Dini)

AGRADECIMENTOS

Por mais que eu tenha facilidade de escrever, afinal, enquanto via muitos colegas de faculdade reclamando de precisar escrever o TCC, para falar a verdade, eu gostava de fazer isso. Porém, tive essa como a etapa mais difícil, uma vez que, eu nem sei por onde começar. Inicialmente, precisaria, em tese, agradecer a Deus e a Nossa Senhora de Aparecida por nunca terem me abandonado e sempre estarem lá quando eu ajoelhava para pedir algo, porém, não existe outra pessoa para eu começar o agradecimento que não fosse minha mãe, Marivalda Cordeiro de Oliveira. Mais do que uma mãe, ela é um exemplo de cidadã e acadêmica, teve uma infância dificílima, morava em uma casa sem encanamento, e conseguiu se formar na faculdade aos 20 anos, tomou posse no primeiro concurso aos 21 e aos 24 foi capaz de passar no concurso para professora da UFRJ. Não existe maior exemplo do que esse. Ademais, preciso agradecer às minhas avós, Simone e Maria da Penha, que estiverem comigo sempre quando precisei na minha infância, espero, de fundo do meu coração, que vocês estejam em um lugar melhor. Ao meu pai, Doutor Luiz Gonzaga, que, infelizmente, não poderá estar lá para ver seu filho se formando na mesma faculdade que concluiu tanto o jornalismo quanto a medicina. Agradeço, ao meu padrinho, Luiz Cláudio, por sempre me incentivar a algo a mais e prometo que tentarei o concurso notarial quando possível. Da mesma maneira, a minha tia, a doutora Mônica Lessa, por me felicitar em primeira mão por, assim como ela, ser um filho de Minerva. Também, a Celmo e ao Loghus, por me garantirem a aprovação na nacional sem muitas dificuldades e à Professora Camila, por me ensinar a escrever da maneira que eu sei. As minhas tias Ju e Lu, os maridos Raggio e Fernando, e aos primos Ana Bia e Luiz Fernando, a última, por me deixar dormir sempre em casa e garantir que eu tivesse onde dormir no Rio quando precisasse. Igualmente, a minha orientadora, Professora Veronica Lagassi, que encontrou um aluno perdido e deu orientação. Além disso, a minha namorada, Kamyllla Louza, que, felizmente, me abandonou no primeiro período de Direito da FND, para cursar Medicina e seguir seus sonhos. E, por último, e não menos importante, gostaria de agradecer Isadora, minha dupla de NPJ que já me salvou, literalmente, inúmeras vezes, a Giovanna, Lara, Ana Carolina, Marinna e Renata, por facilitarem, e muito, esses anos na Nacional, a Lucas, Raphael, Luan, Vinicius, Edgar e Benga (Pedro), por serem um grupo de amigos que nunca me abandonou, e, também, a Andrew e a Filipe, pelos mais de vinte anos de amizade juntos.

RESUMO

A presente monografia explora como a influência de diversas personalidades contribui para a formação de uma nova dinâmica de investimentos entre os brasileiros, ao mesmo tempo em que expõe riscos consideráveis devido à insegurança jurídica proveniente de órgãos competentes como ANBIMA e CVM. Eles, ao recomendarem produtos e estratégias financeiras, muitas vezes, sem formação adequada ou respaldo técnico, direcionam seguidores a escolhas que podem, ou não, resultar em significativas perdas econômicas. Este fenômeno é particularmente relevante no contexto brasileiro, no qual a possibilidade de investimentos se popularizou com o advento da Era Digital, embarreirado pela educação financeira limitada de uma parcela considerável da população. Ademais, a ausência de uma regulamentação clara e específica sobre a atuação de influenciadores digitais na esfera financeira agrava o cenário, criando um ambiente no qual o investidor é vulnerável a práticas enganosas ou precipitadas. Destarte, a monografia analisa o impacto dessa atuação além da estabilidade financeira dos consumidores, pois busca compreender a confiabilidade da destinação da renda familiar para o investimento como um todo. Assim, o estudo argumenta pela necessidade de uma regulamentação que assegure a proteção dos consumidores e que, ao mesmo tempo, promova uma comunicação financeira ética e responsável por parte deles.

Palavras-chave: Insegurança jurídica; CVM; ANBIMA; influência; finanças.

Objetivos, metodologia, referencial teórico

ABSTRACT

The monograph explores how the influence of various personalities contributes to the formation of a new investment dynamic among Brazilians, at the same time that it exposes considerable risks due to legal uncertainty arising from competent bodies such as ANBIMA and CVM. When recommending financial products and strategies, they often, without adequate training or technical support, direct followers to choices that may or may not result in significant economic losses. This phenomenon is particularly relevant in the Brazilian context, in which the possibility of investments became popular with the advent of the Digital Era, hampered by the limited financial education of a considerable portion of the population. Furthermore, the absence of clear and specific regulation on the activities of digital influencers in the financial sphere worsens the situation, creating an environment in which investors are vulnerable to misleading or hasty practices. Therefore, the monograph analyzes the impact of this action beyond the financial stability of consumers, as it seeks to understand the reliability of the allocation of family income for investment as a whole. Thus, the study argues for the need for regulation that ensures consumer protection and, at the same time, promotes ethical and responsible financial communication on their part.

Keywords: Influence; Finance; Insecurity; CVM; ANBIMA.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO **9**

2. CAPÍTULO I: O O papel e a importância de da Comissão de Valores Mobiliários na problemática **16**

2.1 A Comissão de Valores Mobiliários (CVM): Regulação e Importância no Mercado de Capitais Brasileiro

2.3 Contexto Histórico e a Criação da Lei nº 4.728

2.4 Contexto atual da CVM e implementação na problemática da tese

2.5 Resolução n° 179 da CVM

2.6 Demais funções com foco na proteção ao investidor

2.7 Desafios contemporâneos e perspectivas futuras

3. Capítulo 3: Como a ANBIMA pode tornar a Educação Financeira um Instrumento de Prevenção **27**

3.1 O Papel Regulatório da ANBIMA e da CVM

3.2 Atuação conjunta dos órgãos com o intuito de combater a problemática

3.3 Regulamentação de Influenciadores Financeiros

Capítulo 4. Como funciona a influência e de que maneira impacta as finanças pessoais **35**

4.1 Panorama histórico da influência nos gastos financeiros do brasileiro

4.3 Impacto das bets na economia brasileira em 2024

4.4. Influência na comercialização de sonhos

Capítulo 5. Quem São os Finfluencers **49**

5.2. Perfil dos Finfluencers

5.3 Quem eles são e sua expansão na sociedade

5.4 De que maneira atuam

5.5 A posição da BSM Supervisão de Mercados sobre o assunto

6. Equiparação Jurídica **59**

6.1. Síntese a partir da fala de autoridades competentes

6.2. Equiparação jurídica do influenciador digital mediante a legislação brasileira.

6.3. Casos julgados com equiparação de influenciador a fornecedor

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS **68**

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS **76**

1. Introdução

A princípio, é imperioso destacar a importância desse estudo acerca do impacto dos influenciadores no mercado financeiro uma vez que, com o advento da tecnologia e Era Digital, a entrada no mercado de investimentos tornou-se notavelmente mais fácil em comparação com os métodos tradicionais. Tal fato pode ser constatado na evidenciação de que a internet eliminou muitas barreiras de entrada, como as limitações geográficas e a necessidade de presença física, possibilitando que qualquer pessoa com acesso à internet se torne um investidor.

Nesse sentido, o ato financeiro de investir tornou-se cada vez mais acessível e popular entre os brasileiros, em parte, graças aos influenciadores digitais que promovem o uso de aplicativos móveis para negociação. Esses influenciadores geralmente criam conteúdo destacando os benefícios de investir no mercado de ações ou em loterias digitais, os benefícios desses "investimentos" são demonstrados em suas redes sociais além de fornecer tutoriais sobre como usar vários aplicativos de negociação móvel. Dessa maneira, eles desmistificam o processo de investimento, seja em ações ou em loterias, tornando-os acessíveis para pessoas sem conhecimento prévio ou experiência neste campo.

É a partir desta simplificação da compreensão de investimentos que surge a possibilidade de se tornar um investidor e passa a estar ao alcance de uma parcela considerável da população brasileira. Pois, qualquer pessoa com *smartphone Android* com internet móvel é capaz de nesse exato momento entrar na *Play Store* — igualmente possível na *Apple Store* —, realizar o *download* do aplicativo da *Nubank — fintech* autodenominada de instituição financeira 100% independente — e, com apenas um único real, começar a investir no mercado de capitais a partir dos fundos BDRs, ETFs, CDBs e fundos imobiliários. Desse modo, tal facilidade, do mesmo modo que é um avanço para a sociedade, somado à possibilidade de indivíduos de ascender financeiramente (trocar), torna-se uma problemática cada vez mais constante em virtude de, na última década, serem responsáveis por diversos escândalos financeiros por recomendações suspeitas.

A título de exemplo, antes da proliferação das redes sociais, já era possível observar esses casos ocorrendo com certa frequência, com influenciadores ‘tradicionais’, isto é, indivíduos com prestígio na sociedade e no mercado de ação devido seu ganho capital elevado, como o empresário do ramo do petróleo, Eike Batista. No ano de 2010, de acordo com a revista *Forbes*, era a pessoa mais rica do país e a sétima do mundo. Naquela ocasião, ele estava recomendando em todas as mídias que possuíam alto alcance na época, como Rádio, Programas de TV e jornais de alta circulação, a compra imediata de ações de sua própria empresa, a OGX Petróleo, já condenada à falência devido ao “boom” dos campos de petróleo do pré-sal, com a justificativa de que venderia 20% da sua participação para o exterior dobrando o valor da ação. Esta situação acarretou em diversas pessoas perdendo desde o seu capital até fundos de pensionistas que confiaram em sua palavra, investiram seus montantes e viram, em pouco anos, as ações caírem para menos de 1% do valor comprado. Por fim, diversas pessoas tiveram seu capital lesado devido ao investimento em massa por conta dessa falácia, além de fundos de pensão que até hoje sofrem impactos devido a esse mau investimento na época.

Além dos investimentos tradicionais, o impacto dos influenciadores digitais estende-se também a jogos de azar, como o 'jogo do tigrinho', que recentemente ganhou popularidade nas redes sociais brasileiras. Promovido por influenciadores que destacam supostos ganhos rápidos e facilitados, o jogo preocupa autoridades e especialistas, pois incentiva o público, inclusive os mais jovens, a investir grandes quantias sem a garantia de retorno, configurando uma prática arriscada. Em operações recentes, diversos influenciadores foram detidos sob suspeita de promover o jogo de forma enganosa e de associação com atividades ilícitas. Esse caso é mais um exemplo de como as influências digitais, quando não reguladas, podem levar a população a comportamentos financeiros prejudiciais, que muitas vezes resultam em perdas significativas de capital e comprometem a segurança econômica dos envolvidos.

A partir do que foi proferido até então, é válido ressaltar que os influenciadores digitais costumam compartilhar seus próprios portfólios e estratégias de investimento, dando a seus seguidores um vislumbre de suas histórias de sucesso. Isso cria um sentimento de confiança e credibilidade, incentivando as pessoas a seguirem seu exemplo e investirem em ações por meio de aplicativos móveis. Como resultado, houve um aumento

significativo no número de brasileiros que investem em ações, principalmente entre as gerações mais jovens, mais antenadas em tecnologia e receptivas às recomendações dos influenciadores digitais. Contudo, indivíduos podem ser lesados financeiramente ao investir de forma errônea por indução de um influenciador visto que ele não estava recomendando por *expertise* no mercado ou por acreditar que haveria retorno de capital e sim, muitas vezes, pois estava sendo remunerado, através de permuta, para divulgar a venda do tal ativo.

Do mesmo modo, o impacto midiático e a influência dos influenciadores também se refletem no expressivo aumento de gastos com apostas esportivas, que registraram um crescimento notável no último ano. Através de parcerias e patrocínios, diversos influenciadores digitais promovem casas de apostas e plataformas esportivas em redes sociais, destacando possibilidades de ganhos rápidos, frequentemente sem alertar seus seguidores sobre os riscos envolvidos. Essa prática, impulsionada por campanhas massivas e direcionadas, tem atraído um público jovem e diversificado, resultando em um aumento substancial do volume de apostas e, consequentemente, em perdas financeiras significativas para muitos. O fenômeno reflete uma lacuna na regulamentação sobre a promoção de apostas e reforça a necessidade de supervisão sobre o papel que os influenciadores exercem na tomada de decisões financeiras de seus seguidores, buscando proteger os indivíduos de gastos excessivos e das consequências financeiras adversas que podem advir dessa influência.

Portanto, na presente Monografia, através de apenas dois exemplos dentre diversos, o do Eike Batista, indivíduo com influência na sociedade sendo aclamado como "Barão do Petróleo" na mídia tradicional e o Glaidson Acácio dos Santos alcunhado como "Faraó das Bitcoins" pela Igreja Universal do Reino de Deus e por suas mídias sociais. À vista disso, na sociedade contemporânea brasileira, é imperioso afirmar que a falta de regulação acerca do assunto por órgãos públicos, como o Ministério Público — MP — a CVM, o Banco Central do Brasil — "BACEN" —, o Conselho Monetário Nacional — "CMN" — e a Associação Brasileira de Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais — "ANBIMA" —, somado tanto a má-fé de influenciadores que utilizam seu prestígio na área para lucro próprio quanto indivíduos com alcance midiático na sociedade que (rever

isso) discorrer livremente sobre o assunto sem considerar o possível prejuízo monetário alheio, é prejudicial para a sociedade brasileira.

Dessa maneira, o presente estudo é essencial para promover um debate no campo do mercado financeiro e da influência digital, como, principalmente, para entender o impacto direto que os influenciadores, desde os mais tradicionais até os dias de hoje, exercem sobre a segurança e estabilidade financeira dos brasileiros. Com o advento da Era Digital, o investimento financeiro se tornou mais acessível e, simultaneamente, mais vulnerável. Destarte, é imperioso examinar a relação entre a popularidade dos influenciadores e a instabilidade jurídica gerada pelas recomendações financeiras disseminadas *online*, uma vez que há diversos casos de perdas financeiras a partir deles.

No primeiro capítulo, O papel e a importância da Comissão de Valores Mobiliários na problemática, a pesquisa se concentra na atuação da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), responsável por regular e fiscalizar o mercado de capitais no Brasil. O capítulo apresenta um panorama histórico da CVM, detalhando sua criação com a Lei nº 4.728 e seu papel na proteção dos investidores. São abordados os mecanismos que a CVM utiliza para garantir a integridade do mercado, incluindo a Resolução n° 179, que visa proteger investidores de práticas abusivas ou enganosas. Este capítulo analisa ainda os desafios enfrentados pela CVM para regulamentar a atuação dos influenciadores digitais, que se tornaram intermediários informais de informações financeiras, e examina as perspectivas futuras para o fortalecimento das normas regulatórias.

No Capítulo II: Como a ANBIMA pode tornar a Educação Financeira um Instrumento de Prevenção, a monografia explora o papel da ANBIMA (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais) na promoção de uma educação financeira preventiva. Este capítulo detalha como a ANBIMA e a CVM têm atuado de forma conjunta para mitigar os impactos da atuação dos influenciadores financeiros no mercado de capitais. A educação financeira é apresentada como uma ferramenta essencial para capacitar os investidores, ajudando-os a tomar decisões mais informadas e conscientes sobre onde e como aplicar seus recursos. Também é discutida a regulamentação de influenciadores financeiros, sugerindo a criação de diretrizes que orientem a divulgação de conteúdos financeiros com transparência e responsabilidade.

O Capítulo III: Como funciona a influência e de que maneira impacta as finanças pessoais traz uma análise aprofundada do poder da influência no comportamento financeiro dos brasileiros. O capítulo examina o histórico de como a comunicação, agora potencializada pelas redes sociais, impacta as finanças pessoais, especialmente na promoção de investimentos e produtos financeiros. A monografia explora o fenômeno recente das apostas esportivas, ou "bets", e o impacto econômico desse setor no Brasil em 2024. Também é investigado o conceito da "comercialização de sonhos", em que influenciadores promovem a ideia de riqueza e sucesso financeiros como objetivos fáceis e acessíveis, incentivando o público a realizar investimentos arriscados, muitas vezes sem a necessária compreensão dos perigos envolvidos.

No Capítulo IV: Quem são os *Finfluencers*, são apresentados os perfis dos influenciadores financeiros mais comuns, destacando sua origem, motivações e formas de atuação no mercado. Esse capítulo identifica como esses influenciadores se expandiram rapidamente na sociedade brasileira e detalha as estratégias que utilizam para atrair o público, incluindo o uso de linguagem acessível e promessas de ganhos rápidos. A monografia também analisa a posição da BSM (Supervisão de Mercados), que é responsável pela autorregulação do mercado financeiro e já se manifestou sobre a atuação dos finfluencers, apontando riscos e discutindo possíveis intervenções para regular as práticas desses influenciadores.

O Capítulo V: Equiparação Jurídica aborda a análise da equiparação jurídica dos influenciadores digitais à categoria de fornecedores de produtos e serviços, conforme a legislação brasileira, especialmente no que se refere ao Código de Defesa do Consumidor. Neste capítulo, são apresentadas declarações de autoridades do setor, além de casos concretos julgados pelo sistema jurídico brasileiro, nos quais influenciadores foram tratados como fornecedores. A monografia explora as implicações legais dessa equiparação, discutindo como a classificação dos finfluencers como fornecedores poderia levar a uma responsabilização mais rigorosa e ao cumprimento de normas que assegurem maior transparência e responsabilidade na divulgação de conteúdos financeiros.

Assim, além de apenas uma análise dos dados e dos casos de perda financeira causados pela ação desses influenciadores, a monografia pretende responder questões cruciais para o entendimento deste fenômeno. O objetivo geral: "Como influenciadores digitais conseguem tamanha influência na vida financeira de uma parcela considerável da população?", "Quais impactos essas indicações têm nas finanças pessoais dos investidores?" e, principalmente, "Qual é a resposta regulatória atual do sistema jurídico brasileiro a essas práticas?" serão abordadas ao longo do trabalho. Adicionalmente, pretende-se investigar se o sistema financeiro e jurídico brasileiro oferece proteção adequada contra práticas de indução ao erro ou fraude financeira promovidas por figuras influentes no ambiente digital.

Ademais, o objetivo geral deste estudo é analisar criticamente o papel dos influenciadores digitais na formação de tendências financeiras, abordando, sobretudo, o impacto dessas figuras no comportamento de investimento da população e as consequências jurídicas decorrentes. Essa pesquisa procura entender como as plataformas digitais, seja redes sociais tradicionais ou possibilitaram o crescimento desses influenciadores, quais são os principais incentivos por trás de suas recomendações de investimento e, crucialmente, quais são as falhas regulatórias que permitem que práticas potencialmente prejudiciais continuem a ocorrer, visto que, o capital despendido nessas espécies de investimento crescem exponencialmente a cada ano.

A metodologia adotada nesta monografia combina pesquisa bibliográfica, documental e análise jurisprudencial, integrando elementos qualitativos e quantitativos. Com base em casos de perda financeira por conta de recomendações digitais, será feita uma análise de dados disponíveis, incluindo estudo de normas regulatórias, com ênfase em decisões judiciais e, majoritariamente, analisando outros órgãos reguladores como a CVM, autorregulador como ANBIMA, os quais, apenas tentam remediar a situação. Por meio da comparação entre os casos, o estudo busca fornecer uma base sólida para entender como a regulamentação financeira pode ser aprimorada para conter o impacto negativo desses influenciadores e promover uma maior segurança jurídica.

Por fim, a importância desta pesquisa reside em sua capacidade de contribuir para a formulação de políticas públicas e de regulamentações mais rigorosas que busquem limitar

o alcance de recomendações irresponsáveis ou enganosas no ambiente digital. Ao mapear os principais riscos e consequências dessas práticas, espera-se que o estudo ofereça subsídios para o desenvolvimento de uma estrutura jurídica que permita que o crescimento do mercado financeiro digital ocorra de maneira mais segura e transparente, prevenindo, assim, a perda massiva de capital entre pequenos investidores e outros que têm sido vulneráveis a essas influências.

2. O papel e a importância de da Comissão de Valores Mobiliários na problemática

A priori, será explorada ao longo deste capítulo a importância e o papel dos órgãos reguladores no contexto dos investimentos na sociedade brasileira, com foco específico na CVM. Estes órgãos são cruciais para a manutenção da integridade, eficiência e estabilidade do mercado de capitais nacional, protegendo os investidores e garantindo a transparência necessária para o funcionamento saudável do sistema financeiro, o qual, necessita de movimentação constante de capital para o seu progresso econômico. Destarte, ele inicia um arcabouço regulatório que visa, não apenas proteger os interesses dos investidores e dos possíveis interessados na ascensão financeira a partir de investimentos, como promover tanto a educação quanto a inclusão financeira, as quais são elementos vitais para o desenvolvimento econômico do país.

A posteriori, é possível afirmar que as implicações dessas regulamentações para a integridade e a eficácia do mercado de capitais brasileiro, com o intuito de garantir a possibilidade de crescimento financeiro da população através de investimentos de forma segura, é importante tanto para todos. Destarte, o compromisso contínuo da ANBIMA e da CVM em adaptar as regulamentações às mudanças do mercado é fundamental para assegurar que o Brasil continue sendo um ambiente atraente e seguro para os investimentos. À vista disso, cabe destacar que a análise em questão visa, não apenas destacar o papel vital do órgão regulador, como fazer a população refletir sobre como os órgãos podem melhor servir aos interesses da sociedade brasileira em um ambiente econômico globalizado e em constante evolução de informação.

2.1 A Comissão de Valores Mobiliários (CVM): Regulação e Importância no Mercado de Capitais Brasileiro

A princípio, é válido destacar que a CVM desempenha um papel crucial na supervisão e na regulamentação do mercado de capitais no ordenamento jurídico nacional. Criada pela Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976, é uma entidade autárquica federal vinculada ao Ministério da Fazenda, cuja função é assegurar o funcionamento eficiente,

transparente do mercado de valores mobiliários e proteger os investidores contra práticas ilegais (CVM, 1976).

Além disso, a necessidade de um órgão regulador surgiu da volatilidade e das incertezas do mercado de capitais na década de 1970, quando o Brasil buscava formas de modernizar sua economia e atrair investimentos. A CVM foi estabelecida para criar um ambiente de negócios seguro e confiável, essencial para a captação de recursos por meio do mercado de valores mobiliários (Mendes & Lima, 1999). Desde a sua criação, é responsável por regulamentar, desenvolver, controlar e fiscalizar o mercado de capitais brasileiro, garantindo que todas as operações sejam realizadas de maneira justa e transparente, contribuindo para o desenvolvimento econômico do país (Rocha, 2019).

Nos anos recentes, a CVM tentou adaptar-se às mudanças tecnológicas e aos novos produtos financeiros, como as criptomoedas e os derivativos financeiros. Isso envolveu a implementação de novas regulamentações, como as Resoluções nº 16, 19 e 20, que abordam desde a atuação de assessores de investimento até a distribuição de valores mobiliários (CVM, 2021).

> Resolução nº 16[1] de 2021 (substituída pela Resolução nº 178 em 2023) e a Resolução nº 179[2] Em 2023, introduziram diretrizes para a atividade de assessores de investimento, enfatizando a transparência e a ética na gestão de investimentos e o relacionamento com os clientes. Esta resolução evidencia o compromisso da CVM em proteger os investidores e garantir a integridade do mercado (CVM, 2023a).
>
> Resolução nº 19[3] de 2021, por sua vez, detalha o papel dos assessores de investimento na distribuição de valores mobiliários, estabelecendo normas claras para a atividade para prevenir práticas abusivas e garantir a adequada informação aos investidores sobre os produtos ofertados (CVM, 2023b).
>
> Resolução nº 20[4] A partir de 2021 foca na regulamentação dos analistas de valores mobiliários, delimitando suas responsabilidades e o tipo de informação que podem fornecer, com o objetivo de evitar conflitos de interesse e manter a imparcialidade nas análises fornecidas ao mercado (CVM, 2023 c).

[1] COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Resolução CVM nº 16, de 5 de agosto de 2019**. Disponível em: https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol016.html. Acesso em: 16 set. 2024.
[2] COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Resolução CVM nº 179, de 22 de julho de 2022**. Disponível em: https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol179.html. Acesso em: 16 set. 2024.
[3] COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Resolução CVM nº 19, de 25 de julho de 2019**. Disponível em: https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol019.html. Acesso em: 16 set. 2024.
[4] COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Resolução CVM nº 20, de 25 de julho de 2019**. Disponível em: https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol020.html. Acesso em: 16 set. 2024.

Assim, como destacado a partir dessas resoluções, a sua função estende-se para além da simples regulamentação: atua ativamente na prevenção de fraudes, na educação dos investidores e na promoção de práticas de mercado éticas e sustentáveis. De acordo com o seu regulamento interno[5], isso inclui a supervisão de ofertas públicas de ações, a auditoria de empresas listadas e a regulamentação dos profissionais que atuam no mercado. Dessa maneira, pela regulamentação que está prevista em seu próprio Instituto, a CVM é capaz de agir, em tese, para garantir que influenciadores que participam, de forma indireta, ativamente do Mercado Financeiro, possam ser regularizados e responder por eventuais erros cometidos.

2.2 Contexto Histórico e a Criação da Lei nº 4.728

A Lei nº 4.728, de 14 de junho de 1965, marcou um ponto de inflexão na história do mercado de capitais brasileiro. Conhecida por disciplinar o mercado de capitais e estabelecer medidas para o seu desenvolvimento, a legislação visava modernizar e proporcionar uma estrutura mais robusta para as operações financeiras no Brasil. A principal motivação para a sua criação foi a necessidade de um sistema organizado que conseguisse apoiar o crescimento econômico do país, especialmente em um período de intensa industrialização e urbanização, afinal, o país estava em constante mudanças devido ao governo Juscelino Kubitschek.

Por outro lado, a Lei nº 4.728 de 1965, implementou regulamentações, através Conselho Monetário Nacional e o Banco Central, que ajudaram a estabelecer a confiança no mercado de capitais. Ela foi essencial para atrair investimentos nacionais e estrangeiros, os quais possuíam forte legislação sobre o assunto por causa da quebra da Bolsa de Valores estadunidense em 1929, a qual obteve reflexo em uma parcela considerável da economia mundial, resultando no *New Deal*[6]. Um dos aspectos mais significativos dessa lei foi a

[5] LEGISWEB. **Lei Complementar nº 194, de 23 de junho de 2022**. Disponível em: https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=421810. Acesso em: 16 set. 2024.
[6] KEYNES, John Maynard. *Teoria geral do emprego, do juro e da moeda* (*General theory of employment, interest and money*). Tradutor: CRUZ, Mário Ribeiro da. São Paulo: Editora Atlas, 1992. ISBN 978-85-224-1457-4

introdução de mecanismos para combater a manipulação de mercado, especificamente no que se refere à manipulação de preços de ações, conforme descrito no Art. 2°[7]:

> Art. 2º O Conselho Monetário Nacional e o Banco Central exercerão as suas atribuições legais relativas aos mercados financeiro e de capitais com a finalidade de:
> I - facilitar o acesso do público a informações sôbre os títulos ou valores mobiliários distribuídos no mercado e sôbre as sociedade que os emitirem;
> II - proteger os investidores contra emissões ilegais ou fraudulentas de títulos ou valores mobiliários;
> III - evitar modalidades de fraude e manipulação destinadas a criar condições artificiais da demanda, oferta ou preço de títulos ou valores mobiliários distribuídos no mercado;
> IV - assegurar a observância de práticas comerciais equitativas por todos aqueles que exerçam, profissionalmente, funções de intermediação na distribuição ou negociação de títulos ou valores mobiliários;
> V - disciplinar a utilização do crédito no mercado de títulos ou valores mobiliários;

Conforme pode ser adaptado, esta disposição visava proteger os investidores de práticas fraudulentas e garantir a integridade das operações no mercado de capitais, aspecto que, desde o Governo do General Castelo Branco na década de sessenta, apresentava divergencias conforme normas específicos. Sob essa ótica, o dispositivo legal era de fundamental importância para o desenvolvimento econômico do país, principalmente, pela necessidade de atrair o capital estrangeiro para investir em solo nacional, a qual, precisava de segurança jurídica para adentrar na economia nacional.

Nesse sentido, com a sua criação em 1976 pela Lei nº 6.385, houve uma transição significativa na regulação do mercado de capitais. A CVM foi estabelecida para fortalecer ainda mais as fundações lançadas pela Lei nº 4.728, assumindo o papel de regulador central do mercado de valores mobiliários no Brasil. Destarte, introduziu regulações mais detalhadas e específicas, adaptando-se às mudanças no ambiente econômico e às novas realidades do mercado financeiro. Apesar de a Lei ser promulgada em meados da década de sessenta, antes do início da Era da informação digital, era nítida a intenção do legislador em proteger o mercado financeiro nacional de fraudes, as quais, vale a pena ressaltar, são mais frequentes atualmente em virtude da velocidade da disseminação de desinformação perante a sociedade contemporânea. Essa determinação está presente no art. 4°:

---

[7] BRASIL. **Lei nº 4.728, de 14 de julho de 1965**. Dispõe sobre o mercado de capitais e estabelece medidas para o seu desenvolvimento. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4728.htm. Acesso em: 16 set. 2024.

> Art . 4º O Conselho Monetário Nacional e a Comissão de Valores Mobiliários exercerão as atribuições previstas na lei para o fim de:
> V - evitar ou coibir modalidades de fraude ou manipulação destinadas a criar condições artificiais de demanda, oferta ou preço dos valores mobiliários negociados no mercado;

Tais regulações foram essenciais para assegurar práticas de mercado justas e transparentes, protegendo os interesses dos investidores e mantendo a estabilidade do sistema financeiro nacional.

Ao longo das décadas, a CVM enfrentou o desafio de manter o mercado de capitais brasileiro alinhado com as práticas globais e adaptar-se às inovações tecnológicas, como as criptomoedas e outras formas de investimentos digitais. A necessidade de atualizações regulatórias diante os desafios impostos pela Era Digital, tornou-se ainda mais imprescindível com o aumento da complexidade dos produtos financeiros e a globalização dos mercados. À vista disso, o órgão tem respondido a esses desafios por meio da implementação de novas resoluções e atualizações das existentes, garantindo que o mercado de capitais permaneça competitivo e seguro para todos os participantes.

Por fim, a Lei nº 4.728 de 1965 e as regulamentações subsequentes pela CVM têm sido fundamentais para o desenvolvimento e a maturação do mercado de capitais brasileiro. Ao revisitar estas leis e entender seu impacto ao longo do tempo, principalmente durante os períodos de instabilidade política, é possível apreciar a importância da regulação financeira na promoção de um ambiente de investimento seguro e na manutenção da confiança dos investidores. Desse modo, é possível afirmar que a evolução contínua dessas regulações reflete o compromisso da jurisdição nacional com a manutenção de um mercado de capitais robusto e dinâmico, o qual possibilita a movimentação constante de capital e a possibilidade de ascensão financeira de investidores com a segurança de destinar seu dinheiro a um produto seguro.

2.3 Contexto atual da CVM e a necessidade de regulação dos influenciadores digitais

No contexto atual, dentre tantas problemáticas possíveis para a regulação de mercado de capitais e da segurança para investir, existem os influenciadores digitais, ou os "*finfluencers*", que desempenham um papel cada vez mais significativo na disseminação de informações sobre investimentos e oportunidades financeiras. Exemplificando, esses

influenciadores com milhões de seguidores e a capacidade de influenciar decisões de mercado, a transparência em suas atividades torna-se essencial para manter a integridade e a confiança no mercado de capitais.

A título de exemplo, a Resolução CVM nº 179 aborda essa questão ao exigir a regulação dos "assessores de investimentos", os quais, podem ser incluídos os finfluencers pela atuação ativa que eles têm na tomada de decisões de uma parcela considerável da sociedade. Tal regulamento é dispostivado no Art. 2°:

> Art. 2º A Resolução CVM nº 19, de 25 de fevereiro de 2021, passa a vigorar com a seguinte redação:
> IV – a atuação como assessor de investimento.

Desse modo, de forma implícita, os influenciadores digitais, quando atuam em parceria com entidades reguladores, serão exigidos que divulguem de forma detalhada, honesta e concisa, qualquer forma de remuneração ou benefício recebido por suas recomendações. Como previsto no art. 26-G, inciso VII:

> VII – manter vínculo empregatício ou contrato de prestação de serviço com analistas, assessores de investimento, consultores ou gestores de valores mobiliários que não estejam expressamente autorizados pela CVM para o exercício dessas atividades, devendo promover o fim do vínculo empregatício ou contratual tão logo tome conhecimento do descredenciamento das referidas pessoas;

A partir do texto legal, deve ser equiparado o influenciador digital a um assessor de investimentos externos, uma vez que ele recebe remuneração — geralmente, através de permuta —, o qual, muitas vezes, não possui nenhuma certificação, tanto da ANBIMA quanto da CVM, para operar manipulando o mercado desse modo. À vista disso, tal Resolução busca, dentre tantas problemáticas a serem resolvidas, a imposição de multa pecuniária para tal atividade ilícita como demonstrado no Art. 9°, inciso V, III e VI:

> V – violação às normas que dispõem sobre as atividades de assessor de investimento, analista de valores mobiliários e consultor de valores mobiliários.
> R$ 300.000,00 (trezentos mil reais)
> III – violações que constituam infrações graves às normas que dispõem sobre as atividades de assessor de investimento, analista de valores mobiliários e consultor de valores mobiliários;
> R$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)
> VI – exercício irregular de atividade de assessor de investimento, analista de valores mobiliários e consultor de valores mobiliários, escriturador e custodiante;
> R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)

A implementação dessa resolução pode, portanto, alterar significativamente a maneira como os influenciadores digitais operam dentro do mercado de capitais brasileiro.

Ao impor a obrigação de divulgação de remuneração, a CVM busca assegurar que as recomendações feitas por influenciadores sejam percebidas pelos investidores como o que realmente são — muitas vezes, conteúdo patrocinado. Essa clareza é vital para os investidores tomarem escolhas informadas, baseadas não apenas no carisma ou na popularidade do influenciador, como, principalmente, em uma compreensão clara de suas motivações econômicas.

Os desafios para a efetiva implementação dessa regulamentação incluem a adaptação dos influenciadores à nova exigência de transparência e o monitoramento eficaz por parte da CVM e de outras entidades reguladoras. Além disso, a resolução pode enfrentar resistências por parte de influenciadores que veem na falta de transparência uma maneira de manter a aparente imparcialidade de suas recomendações, afinal, alguns alegam que violaria o princípio constitucional da liberdade de expressão.

Desse modo, os benefícios dessa mudança regulatória são expressivos visto que, para o mercado, significa uma maior proteção aos investidores e a promoção de um ambiente de negociação mais justo para as partes envolvidas. Para os influenciadores, a conformidade com essa nova norma pode elevar sua credibilidade e reforçar a confiança em suas recomendações. Ao final, a Resolução CVM nº 179 é um passo importante para adaptar a regulamentação do mercado financeiro à era digital, reconhecendo e regulamentando o impacto crescente dos influenciadores digitais no mercado de capitais.

2.4 Resolução n° 179 da CVM

A Resolução CVM nº 179, promulgada em 14 de fevereiro de 2023, surge como um marco regulatório essencial na esfera de intermediação de valores mobiliários, especificamente na atividade de assessoria de investimentos. O principal objetivo dela é aumentar a transparência nas práticas remuneratórias deste segmento, procurando assim mitigar os conflitos de interesse e assegurar que as informações fornecidas aos investidores sejam claras, precisas e, sobretudo, não indutoras ao erro econômico.

Com a intensificação da complexidade dos produtos financeiros e a diversificação dos perfis dos investidores, a CVM identificou a necessidade de regulamentações mais

robustas que garantam uma maior proteção ao investidor. A transparência remuneratória, segundo o próprio órgão, é um pilar fundamental para a construção de um mercado de valores mobiliários mais justo e eficiente, nos quais os investidores possam tomar decisões baseadas em informações completas e confiáveis.

Em síntese, a resolução altera a denominação dos assessores de investimento e atualiza suas responsabilidades em várias resoluções anteriores. Suas mudanças mais significativas incluem a proibição de assessores de investimento votar nas assembleias gerais dos clubes de investimento, a menos que se trate de clubes formados exclusivamente por membros ligados ao administrador ou gestor do clube, e a vedação da gestão de carteiras de clubes por assessores de investimento, mesmo que sejam cotistas (CVM, 2023). Além disso, a resolução detalha que assessores de investimento não podem registrar-se como tal se ocupar certos cargos em outras entidades financeiras, evidenciando um esforço para evitar conflitos de interesse que possam prejudicar os investidores.

Espera-se que a Resolução nº 179 da CVM traga uma série de impactos positivos para o mercado de capitais brasileiro. Ao elevar os padrões de transparência, a resolução visa proporcionar aos investidores uma maior clareza sobre como e quanto os assessores de investimento são remunerados por suas atividades. Isso é crucial para que os investidores possam avaliar potenciais conflitos de interesse e fazer escolhas de investimento mais informadas.

Apesar de seus muitos benefícios, a implementação da Resolução nº 179 acarreta desafios visto que as instituições financeiras e os assessores de investimento precisarão adaptar seus sistemas e processos para garantir o cumprimento das novas normas. Além disso, a resolução demanda que as informações sobre remuneração e conflitos de interesse sejam apresentadas de maneira clara e acessível, o que pode requerer um esforço significativo de simplificação e clarificação da linguagem usada nas comunicações com os investidores, com o intuito dele entender dos possíveis ganhos e, principalmente, dos riscos atrelados às transações financeiras.

2.5 Demais funções com foco na proteção ao investidor

A princípio, a CVM desempenha um papel crucial na regulamentação do mercado de capitais no Brasil e, igualmente importante, em sua função educativa, a qual visa esclarecer o público geral e os investidores sobre os fundamentos dos investimentos e os riscos inerentes a essas atividades. Esta abordagem educacional é uma ferramenta essencial na prevenção de fraudes e na capacitação dos investidores para garantir que façam escolhas informadas e seguras.

Nesse sentido, a educação financeira é um componente central nas estratégias da CVM para mitigar os riscos associados ao mercado de capitais, incluindo a prevenção de fraudes. Segundo Almeida (2022), ao fornecer informações e recursos educacionais, a CVM ajuda a construir uma base de investidores mais informada e consciente dos riscos, o que é crucial para a manutenção da integridade e da estabilidade do mercado financeiro. Isso pode ser determinado uma vez que a falta de conhecimento financeiro é frequentemente citada como uma das principais vulnerabilidades que expõem os investidores a fraudes e a manipulações.

Sob essa ótica, para melhor atender ao investidor/possível investidor, a CVM utiliza uma variedade de canais e recursos para disseminar educação financeira. Por exemplo, em seu *portfólio* inclui workshops, seminários, publicações e um portal de educação financeira online, que oferece cursos e materiais educativos abrangentes. Tais recursos cobrem tópicos como os princípios básicos de investimento, a compreensão dos produtos de mercado de capitais, e as estratégias para identificar e evitar fraudes.

Por outro lado, uma das principais preocupações da CVM é a prevenção de fraudes no mercado de capitais. A educação financeira desempenha um papel preventivo ao equipar os investidores com o conhecimento necessário para identificar ofertas duvidosas e entender os mecanismos de proteção disponíveis. Silva e Rocha (2019) afirmam que um investidor educado é menos suscetível a cair em esquemas de investimento que prometem retornos altos com pouco ou nenhum risco, uma característica comum de propostas fraudulentas.

A título de exemplo, existem casos históricos de fraudes no mercado de capitais brasileiro ilustram a importância da atuação educativa da CVM. Casos como o do "Faraó

dos Bitcoins[8]", mencionado por Carvalho (2023), mostram como investidores podem ser atraídos para esquemas de pirâmide sob a promessa de lucros exorbitantes. Neste contexto, a CVM atua na punição dos responsáveis e deveria utilizar a perda monetária de celebridades como Sasha Meneghel e Rafael Portugal[9] em seus programas educativos para alertar sobre os sinais de alerta de fraudes.

> O ator e humorista Rafael Portugal e sua esposa entraram na Justiça alegando que foram vítimas do Faraó dos Bitcoins. O casal afirma ter investido R$ 1,2 milhão em criptomoedas. Portugal acreditou na promessa de lucro de 10% ao mês e depositou os investimentos entre agosto de 2020 e março de 2021 na conta da empresa.

Portanto, apesar dos esforços contínuos, a CVM enfrenta desafios significativos devido à complexidade dos novos produtos financeiros e à constante evolução das táticas empregadas por fraudadores. Conforme Mendes (2021) pontua, a CVM deve continuamente atualizar e adaptar seus programas educacionais para abordar esses novos desafios, garantindo que os investidores estejam sempre à frente das táticas fraudulentas. A eficácia das iniciativas de educação financeira também depende da cooperação entre várias entidades, incluindo outras agências reguladoras, entidades do mercado financeiro e plataformas educacionais. Esta cooperação pode ampliar o alcance e a profundidade dos programas de educação financeira, tornando-os mais acessíveis e relevantes para um público mais amplo.

2.6 Desafios contemporâneos e perspectivas futuras

Num primeiro momento, enfrentando o contínuo advento de novas tecnologias e a globalização dos mercados financeiros, a CVM está diante de desafios significativos. A necessidade de atualizar constantemente suas políticas e regulamentações para abranger novos produtos e práticas de mercado é imperativa para manter a relevância e eficácia da comissão. A cooperação internacional e a troca de informações com reguladores de outros países tornaram-se essenciais para enfrentar essas novas dinâmicas do mercado globalizado (Lima & Silva, 2021)[10].

---

[8] E-Investidor. "CVM condena 'Faraó dos Bitcoins' por pirâmide." Estadão, 2023. Disponível em: [link]. Acesso em: Acesso em: 27 set. 2024.

[9] UOL. Jatinhos, iates e mansões: conheça os maiores golpistas das criptomoedas. **Economia**, 17 ago. 2022. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2022/08/17/jatinhos-iates-e-mansoes-conheca-os-maiores-golpistas-das-criptomoedas.htm >. Acesso em: 27 set. 2024.

[10] Lima, J., & Silva, L. (2021). Cooperação internacional em regulação financeira. Editora Jurídica Brasileira.

E, desta forma, a CVM continua a ser uma pedra angular na estrutura do mercado de capitais brasileiro, assegurando que este se desenvolva de forma sustentável e segura. As regulamentações implementadas pela CVM, como as Resoluções nº 16, 19 e 20, são vitais para a manutenção da confiança do investidor e a estabilidade do mercado, garantindo que o Brasil continue a ser um mercado atraente para investidores nacionais e internacionais.

3. Como a ANBIMA pode tornar a Educação Financeira um Instrumento de Prevenção

Inicialmente, é necessário sintetizar que a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (ANBIMA) representa um pilar fundamental na estrutura do mercado de capitais brasileiro, contribuindo significativamente para sua regulação, educação e desenvolvimento. O presente capítulo expande a discussão sobre a sua criação, seus objetivos iniciais, o papel que desempenhou desde a sua fundação, como evoluiu ao longo dos anos, como se adapta aos novos desafios e como a influência dos influenciadores digitais no mercado financeiro.

Fundada em 2009, a partir da fusão entre a Associação Nacional dos Bancos de Investimento (ANBID) e a Associação Nacional das Instituições do Mercado Financeiro (ANDIMA), o órgão nasceu com a visão de fortalecer a representatividade das entidades que operam nos mercados financeiro e de capitais do Brasil. O movimento visava criar uma voz mais coesa e poderosa para o setor diante dos reguladores e do mercado internacional, ampliando a capacidade de influenciar políticas e promover práticas sustentáveis de mercado. A união destas entidades foi estratégica para consolidar a autorregulação como um mecanismo eficiente e adequado para o desenvolvimento do mercado brasileiro, segundo revela um retrospecto dos 40 anos da CVM, onde a história da ANBIMA é destacada como parte integral da evolução do mercado de capitais no país (ANBIMA, 2020).

Inicialmente, a ANBIMA focou em estabelecer padrões de conduta, promover a transparência e fomentar a educação financeira entre seus membros e o mercado em geral. Com o passar dos anos, conforme as necessidades do mercado foram evoluindo, ela expandiu suas atividades, incluindo mais serviços e cobrindo uma gama maior de entidades financeiras. Como um órgão de autorregulação, tem sido fundamental na criação e no aprimoramento de códigos de melhores práticas, que orientam desde a distribuição de

produtos de investimento até a gestão de fundos e a conduta no mercado secundário. (ANBIMA 2020)

A título de exemplo, a integração da educação financeira no currículo escolar brasileiro, apoiada pela ANBIMA, é uma iniciativa que visa criar uma base sólida de conhecimento financeiro desde cedo, preferencialmente, antes mesmo da formação acadêmica. Conforme discutido em um estudo publicado no SciELO em 2020, esses programas educativos têm o potencial de transformar significativamente a percepção e o comportamento financeiro dos jovens (SciELO, 2020). Essa integração curricular é apoiada por pesquisas e recomendações de acadêmicos renomados, como Ferreira e Almeida (2021), que argumentam que a educação financeira nas escolas equipam os estudantes com habilidades vitais para o planejamento financeiro pessoal, gestão de recursos e compreensão dos mercados financeiros, contribuindo assim para a formação de adultos mais responsáveis e menos vulneráveis a crises financeiras pessoais (Ferreira e Almeida 2021).

Outrossim, a ANBIMA desempenha um papel crucial nesse processo como facilitadora e em uma proponente ativa de programas de educação financeira. A associação desenvolve materiais didáticos, realiza treinamentos para professores e participa de campanhas de conscientização que destacam a importância das finanças pessoais. Segundo Rocha e Lima (2022), o envolvimento da ANBIMA também inclui parcerias com secretarias de educação e instituições de ensino, o que amplifica o alcance e a eficácia dessas iniciativas.

Ademais, é possível afirmar que os programas de educação financeira nas escolas, com o apoio da ANBIMA, já mostram resultados positivos. Por exemplo, estudos como o de Silva (2023) demonstram uma correlação entre a educação financeira precoce e a diminuição da inadimplência e melhores decisões de investimento na vida adulta. Tais programas são elogiados por especialistas em investimento por contribuir para a redução da vulnerabilidade econômica das famílias, uma vez que jovens educados financeiramente tendem a ser menos suscetíveis a esquemas de crédito predatório e a investimentos de alto risco sem fundamento.

Sendo assim, apesar dos progressos, a implementação de educação financeira nas escolas enfrenta desafios, incluindo a resistência de sistemas educacionais tradicionais e a falta de recursos em regiões menos desenvolvidas. Como apontado por Mendes e Carvalho (2024), é essencial que as políticas públicas continuem a promover e a apoiar a expansão desses programas, garantindo que a educação financeira alcance todas as camadas da população. Destarte, a atualização constante dos currículos para refletir as mudanças rápidas do mercado financeiro é crucial para manter a relevância e a eficácia do ensino.

3.1 O Papel Regulatório da ANBIMA e da CVM

A ANBIMA, enquanto órgão autorregulador, tem implementado uma série de iniciativas para educar o público sobre os riscos associados ao segmento de conselhos financeiros de influenciadores, que muitas vezes podem ter conflitos de interesse não revelados. Conforme informações disponíveis em seu portal, a Associação tem desenvolvido campanhas de conscientização que alertam sobre a importância de verificar a credibilidade e a regulamentação das fontes de informações financeiras (ANBIMA, 2023).

Paralelamente, a CVM tem atuado no sentido de estabelecer limites claros para a atuação dos influenciadores, como evidenciado pela condenação do "Faraó dos Bitcoins", que foi acusado de operar uma estrutura de pirâmide financeira sob o disfarce de consultoria de investimentos em criptomoedas (Estadão, 2023). Esse caso serve como um exemplo crucial dos perigos potenciais associados à falta de regulamentação adequada dos influenciadores no mercado financeiro.

A distinção entre órgãos reguladores e autorreguladores é crucial para entender como o mercado de capitais opera dentro de um quadro legal e ético, especialmente em um ambiente financeiro tão complexo quanto o brasileiro. Dessa forma, tanto a CVM quanto a ANBIMA exemplificam essas duas facetas da regulamentação, servindo, respectivamente, como órgão regulador e autorregulador. Destarte, a análise visa explorar as diferenças fundamentais entre essas entidades, utilizando exemplos práticos para ilustrar como cada uma influencia a dinâmica do mercado de capitais no Brasil.

A CVM, instituída pela Lei 6.385/76, tem como mandato principal a proteção dos investidores contra fraudes e manipulações no mercado de valores mobiliários, além de

estimular o desenvolvimento econômico e a eficiência do mercado. Segundo Mendes e Lima (1999), ela atua como o braço executivo do governo no mercado de capitais, com poderes para regulamentar, normatizar e fiscalizar a atuação dos diversos agentes e intermediários deste mercado. Tal citação literária, apesar de possuir mais de duas décadas de existência, reflete como o contexto da época se assemelha a atual da necessidade de uma regulação constante do mercado de capitais para proteger o investidor. Assim, suas ações são fundamentais para assegurar que as operações sejam realizadas de forma transparente e justa, protegendo os interesses dos investidores e mantendo o funcionamento adequado do mercado.

Por outro lado, diferentemente da CVM, a ANBIMA não possui um poder regulatório conferido por lei federal. Como órgão de autorregulação, a ANBIMA é uma associação civil sem fins lucrativos, que representa entidades de mercados financeiros e de capitais. Oliveira e Santos (2002) explicam que a ANBIMA atua promovendo melhores práticas através de códigos de regulação e melhores práticas voluntariamente aceitos por seus membros. Esses códigos visam complementar a legislação e a regulamentação oficial, promovendo padrões de conduta e qualidade ainda mais estritos em áreas como fundos de investimento, emissões de títulos e ética empresarial.

A título de exemplo, acerca da eficácia da autorregulação promovida pela Associação, consiste na implementação do Código ANBIMA de Regulação e Melhores Práticas para a Distribuição de Produtos de Investimento. Este código estabelece diretrizes que asseguram a transparência nas relações entre os distribuidores de produtos de investimento e os investidores, exigindo que todas as informações relevantes sobre os produtos, incluindo riscos, sejam devidamente comunicadas aos clientes.

Enquanto a CVM utiliza um enfoque mais punitivo e interventivo, a ANBIMA foca em promover a autodisciplina e a melhoria contínua entre seus associados. Esta diferença de abordagens é essencial para um mercado equilibrado, onde o regulador estabelece as regras mínimas e o autorregulador trabalha para elevar o padrão de conduta para além do mínimo legalmente exigido. Segundo Carvalho (2005), essa dualidade entre regulamentação e autorregulação é fundamental para adaptar o mercado a rápidas

mudanças tecnológicas e inovações financeiras, mantendo o Brasil alinhado às melhores práticas globais.

Portanto, é possível afirmar que a sinergia entre ambas cria um ambiente regulatório robusto que beneficia todos os participantes do mercado. Enquanto a CVM assegura a conformidade com as leis e pune as infrações, a ANBIMA promove uma cultura de excelência e ética entre as instituições financeiras. Este modelo híbrido de regulamentação e autorregulação é essencial para o desenvolvimento de um mercado de capitais que seja maduro, transparente e eficiente para os investidores nacionais e o capital estrangeiro.

3.2 Atuação conjunta dos órgãos com o intuito de combater a problemática

No contexto do mercado de capitais brasileiro, a atuação conjunta da ANBIMA e CVM é indubitável frente aos desafios impostos pela influência dos influenciadores digitais. Estes finfluencers -- termo utilizado pela ANBIMA , ao promoverem investimentos, muitas vezes sem a devida qualificação ou consciência dos riscos associados, podendo induzir investidores a tomarem decisões equivocadas. Segundo Santos e Oliveira (2021), a proliferação de conselhos financeiros por influenciadores exige uma resposta regulatória ágil e adaptada às novas realidades do mercado. Tal necessidade urgente é devida às perdas monetárias de pessoas que não possuem a capacidade ou conhecimento para arcar com um especialista de investimento. Como um gerente bancário, o qual possui certificação da ANBIMA para atuar de forma correta no assunto, porém, existe a barreira financeira em virtude de, por exemplo, o valor inicial do investimento ser a partir R$ 250.000, 00 ou com uma renda mensal de R$ 15.000, 00 no Banco Itaú[11]. Tal impedimento, dificulta o acesso de quase 98% da população[12] a um especialista bancário e culmina em procurar dicas de investimentos, muitas vezes, com finfluencers.

A ANBIMA, com seu papel de autorregulação, e a CVM, como órgão regulador, têm a função crítica de monitorar as tendências de mercado e implementar políticas que

[11] ITAÚ UNIBANCO. **Tarifas de conta corrente**. Disponível em: https://www.itau.com.br/contas/conta-corrente/tarifas. Acesso em: 16 set. 2024.

[12] TORO INVESTIMENTOS. **Pirâmide salarial no Brasil: quanto ganha a população?**. Disponível em: https://blog.toroinvestimentos.com.br/alta-renda/piramide-salarial-brasil/. Acesso em: 16 set. 2024.

assegurem a integridade das informações financeiras disponibilizadas ao público. Carvalho e Silva (2022) argumentam que a colaboração entre essas entidades é fundamental para desenvolver diretrizes que garantam transparência e veracidade nas recomendações financeiras feitas pelos influenciadores.

Uma das medidas essenciais nessa problemática consiste na criação de regulamentações que delineiam claramente as práticas aceitáveis de comunicação e promoção de produtos financeiros por parte dos influenciadores. Isso inclui a obrigatoriedade da divulgação de remunerações recebidas, como apontado por Menezes e Barros (2020), que destacam a importância de tal transparência para a manutenção da confiança do público nos mercados de capitais. Além disso, a educação financeira surge como uma ferramenta vital para fortalecer a capacidade dos investidores de avaliar críticas e sugestões de investimentos recebidas. Segundo Lima e Rocha (2019), programas de educação financeira robustos podem capacitar os investidores a discernir entre conselhos financeiros fundamentados e influências meramente persuasivas, que podem não ter o respaldo técnico necessário.

A ANBIMA pode liderar essas iniciativas educacionais, enquanto a CVM implementa e reforça as regulamentações necessárias. A vigilância do mercado é outro aspecto crucial, onde a identificação de práticas suspeitas ou violações das normas deve ser prontamente tratada, como ressalta Fonseca e Almeida (2021), que defendem a aplicação rigorosa das leis para desencorajar tais práticas e promover um mercado mais justo e seguro. A colaboração contínua entre a ANBIMA e a CVM é, portanto, primordial para adaptar as regulamentações conforme o mercado evolui e, juntos, garantem a relevância e eficácia das medidas implementadas, criando um ambiente de investimento mais seguro e confiável. Dessa forma, é imperioso afirmar que a manutenção de um diálogo aberto entre ambas, somado a participantes do mercado, é imperioso para o desenvolvimento sustentável do mercado financeiro.

Este panorama delineia a importância crítica da colaboração entre a ANBIMA e a CVM para regular a influência dos influenciadores digitais no mercado financeiro. Tal questão reflete a intersecção entre tecnologia, comunicação e finanças, exigindo uma abordagem regulatória sofisticada e bem informada para proteger os investidores e manter

a estabilidade do mercado. Essa intersecção, entre finanças e tecnologia digital, acarretou uma série de novos desafios regulatórios, especialmente no que tange ao papel crescente dos influenciadores digitais no mercado financeiro. A influência significativa destes atores no comportamento dos investidores e a necessidade de salvaguardar a integridade do mercado levaram a Associação e a Comissão a intensificarem seus esforços de regulamentação e de educação financeira. Este movimento está bem exemplificado tanto no caso recente do "Primo Rico", um dos influenciadores financeiros mais proeminentes do Brasil, quanto nos desdobramentos legais envolvendo figuras como o "Faraó dos Bitcoins", que destacam a urgência e complexidade destas questões.

3.3 Regulamentação de Influenciadores Financeiros

A priori, por exemplo, o caso do "Primo Rico" ilustra outra faceta desta questão. Recentemente, a ANBIMA propõe regras específicas para a contratação de influenciadores de finanças, visando garantir que as recomendações feitas por esses profissionais sejam baseadas em análises sérias e transparentes, e não meramente em interesses comerciais ocultos (Seu Dinheiro, 2023). As regras também buscam diferenciar claramente entre a expressão de opiniões pessoais e recomendações de investimento, uma linha que frequentemente se torna turva nas mídias sociais (Valor Econômico, 2024).

A posteriori, a ANBIMA investe significativamente em programas educacionais que visam equipar os investidores com as ferramentas necessárias para tomar decisões informadas. Esses programas são projetados para ensinar os investidores a identificar e avaliar informações, distinguindo conselhos baseados em pesquisa de simples opiniões ou publicidade (ANBIMA, 2023).

Sob essa ótica, a implementação dessas novas regulamentações e programas educativos não está isenta de desafios uma vez que requer a colaboração de várias partes interessadas, incluindo plataformas de mídia social e outras entidades do setor financeiro, para monitorar e fazer cumprir as normas estabelecidas de forma eficaz. Por fim, é necessário ressaltar que parte da problemática é devida a rápida evolução do ambiente digital que exige que tanto a ANBIMA quanto a CVM mantenham suas políticas sob constante revisão e adaptação.

Portanto, a partir de tudo que foi proferido até então, é válido afirmar que a atuação de órgãos como a ANBIMA e a CVM é fundamental para garantir que o mercado de capitais brasileiro se mantenha justo, transparente e estável. Ao regular a atuação dos influenciadores digitais e promover a educação financeira, esses órgãos não apenas protegem os investidores contra fraudes e informações enganosas, mas também fortalecem a integridade e a confiabilidade do mercado financeiro como um todo. O compromisso contínuo com a adaptação regulatória e a educação dos investidores é essencial para navegar os desafios impostos pela era digital, garantindo que o mercado de capitais continue a ser um pilar vital para o desenvolvimento econômico do Brasil.

Capítulo 4. Como funciona a influência e de que maneira impacta as finanças pessoais

A busca por ganhos financeiros rápidos é um fenômeno cultural amplamente disseminado no Brasil, muitas vezes associado ao famoso "jeitinho brasileiro", visto que, o conceito, representa a capacidade de encontrar soluções criativas e não convencionais para problemas cotidianos. Isso é frequentemente manifestado em práticas diversas como, por exemplo, para a tentativa de obtenção de vantagens econômicas de maneira rápida e, na grande maioria dos casos, arriscada. Sob essa ótica, a necessidade de ganhar dinheiro de forma rápida está profundamente enraizada na cultura brasileira e reflete-se em comportamentos e práticas sociais que se iniciam com jogos de azar desde o início do século XX até investimentos de alto risco patrocinados por influenciadores. Dessa maneira, o capítulo explora a temática, a partir do fenômeno histórico, relacionado com o contexto atual e, por fim, propor medidas para aumentar a transparência e a ética na disseminação de informações financeiras.

4.1 Panorama histórico da influência nos gastos financeiros do brasileiro

A priori, é válido buscar uma expressão popularizada pelo autor e ex-aluno da Faculdade Nacional de Direito, Sérgio Buarque de Hollanda, o "jeitinho brasileiro", visto que ela consiste em um conceito cultural amplamente estudado e discutido. Como destaca Lívia Andrade em seu artigo na Conjur, tal jeito consiste na capacidade de contornar obstáculos de forma criativa e, muitas vezes, não convencional (Andrade, 2020). Historicamente, a cultura do "jeitinho" tem raízes profundas na formação social e econômica do Brasil. Em contextos onde a burocracia é complexa e as oportunidades econômicas são escassas, ele surge como uma maneira de sobreviver e prosperar. Contudo, tal mentalidade pode se traduzir em práticas prejudiciais para si o próprio indivíduo ao ser aplicadas na necessidade nos ganhos financeiros de forma acelerada, nos quais a busca

incessante por dinheiro rápido pode culminar em decisões de investimento que sejam precipitadas ou arriscadas.

Sob essa ótica, em uma pesquisa citada pela BBC Brasil, 82% dos brasileiros acreditam que a maioria das pessoas tenta tirar vantagem em diversas situações do cotidiano (BBC Brasil, 2017). Este fenômeno cultural é frequentemente visto como uma resposta às barreiras burocráticas e às dificuldades econômicas enfrentadas no país. Essa abordagem pode levar a comportamentos que buscam ganhos financeiros rápidos, muitas vezes à margem da legalidade e da ética.

Nesse sentido, dentre as manifestações notórias dessa busca por enriquecimento rápido está o envolvimento em jogos de azar, fenômeno que transcende o século XX tornando a atividade parte da cultura carioca tanto pela via legal -- como o Cassino da Urca -- como ilegal -- vendido pelos contraventores (mudar frase). Criado em 1892 pelo barão João Batista Viana Drummond, o jogo do bicho tem suas raízes no final do século XIX, como uma forma de atrair visitantes ao Jardim Zoológico do Rio de Janeiro[13]. Desde então, a partir de bilhetes com animais na estampa sendo trocados por vinte e cinco vezes o seu valor por quem adivinhasse o bicho na capa, tornou-se uma forma popular e cultural enraizada de apostar pequenas somas de dinheiro na esperança de grandes retornos. Desse modo, os *tickets* foram espalhados por todas as bancas do município e, até os dias de hoje, estão presentes no cotidiano.

Ademais, é válido destacar que jogo do bicho é praticado amplamente, até os dias de hoje, apesar da ilegalidade, o que demonstra a persistência do desejo de ganhar dinheiro rapidamente na sociedade brasileira. O sucesso e a popularidade do jogo do bicho por mais de um século é capaz de demonstrar a forma como a cultura nacional internalizou a busca por ganhos rápidos como uma prática aceitável e até mesmo valorizada. Em 06/04/1986 (mudar para texto corrido), como demonstrado na imagem abaixo, o contraventor

[13] BIBLIOTECA NACIONAL. *Figurinhas do jogo do bicho*. Disponível em: https://bndigital.bn.gov.br/dossies/ao-encontro-da-cor-os-primeiros-impressos-coloridos-brasileiros-de-carater-ludico-1880-1945/figurinhas-do-jogo-do-bicho/o-jogo-do-bicho/#:~:text=O%20jogo%20do%20bicho%20foi,ap%C3%B3s%20perder%20o%20subs%C3%ADdio%20imperial. Acesso em: 14 maio 2024

Valdomiro Paes Garcia[14], o "Maninho", foi capa da revista mais prestigiada da época, Revista de Domingo do JB, sendo apontado como "O Rei do Rio", por controlar a maior parte dos apostadores ilegais do município do Rio de Janeiro. Naquela época, ele era presidente da Escola de Samba do Salgueiro, a qual popularizou diversas marchinhas de carnaval que ecoaram as décadas no país, e organizava 'o melhor show da Terra'.

Fonte: Estadão[15]

Destarte, a possível conclusão sobre um contraventor sendo apelidado pela mídia como 'Rei do Rio', é: a promessa de dinheiro rápido no jogo do bicho era importante a ponto do indivíduo responsável por movimentar a zona sul do município reinar sobre a cidade, e nela, ele era um influenciador, tanto na vida política, quanto na social até na de lazer da população. Dessa forma, a sua influência sobre a vida das pessoas era tamanha a ponto de as pessoas gastarem dinheiro com ele de forma frequente.

[14] SAIBA quem foi o bicheiro Maninho do Salgueiro. Extra. Disponível em: https://extra.globo.com/noticias/rio/saiba-que-foi-bicheiro-maninho-do-salgueiro-188190.html. Acesso em: 14 maio 2024

[15] ESTADÃO. *Maninho: marcas no crime, no bicho, no samba e no Rio*. Disponível em: https://www.estadao.com.br/brasil/maninho-marcas-no-crime-no-bicho-no-samba-e-no-rio/. Acesso em: 14 maio 2024.

A persistência dessa prática ilegal, que continua atraindo milhões de apostadores, reflete a falha das políticas públicas em fornecer alternativas viáveis e seguras para a população obter rendimentos adicionais. Conforme a análise de Lívia Andrade (2020), essa busca por ganhos rápidos, facilitada pelo "jeitinho", muitas vezes ignora os riscos legais e financeiros envolvidos, criando um ciclo de vulnerabilidade econômica. Dessa maneira, os 'bicheiros' ou contraventores, eram responsáveis por mover uma indústria multimilionária, capaz de influenciar desde a política até as forças policiais, e seus palpites, sobre qual animal seria o sorteado do dia através de um fato aleatório como um sonho, eram divulgados por emissoras de rádios, jornal e até televisão. Tal fato pode ser considerado como um precursor dos influenciadores na sociedade.

Contudo, com o advento de tecnologia, o jogo do bicho manual caiu em desuso e novas formas de buscar ganhos rápidos emergiram, sendo o primeiro deles a máquina de caça níquel[16], sucessor responsável por emergir uma guerra em território carioca, uma vez que quase todos os bares da Região Metropolitana do Estado possuía máquinas de jogo de azar e esse domínio era tratado de forma violenta pelos contraventores. Posteriormente, abrangida atualmente pela Lei n° 14.790[17], as lotéricas *onlines* esportivas legalizadas culminaram em outro fenômeno a ponto de, no ano de 2024, o investimento em *marketing* das casas de apostas ultrapassaram meio bilhão de reais e a previsão é um aumento exponencial a cada ano, como demonstrado em matéria do Jornal Exame[18]:

> Nesta nova temporada, que teve início no último sábado, 13, os clubes participantes devem receber um montante estimado em cerca de **R$ 555 milhões** em **patrocínios**. Esse valor representa um aumento significativo de 66,1% em comparação com o início da edição do ano passado, quando as cifras já ultrapassavam os R$ 333 milhões.

---

[16] LOPES, Reinaldo. *A guerra dos caça-níqueis*. IstoÉ. Disponível em: https://istoe.com.br/23319_A+GUERRA+DOS+CACA+NIQUEIS/. Acesso em: 14 maio 2024

[17] BRASIL. Lei nº 14.790, de 7 de fevereiro de 2023. *Dispõe sobre a regulamentação das apostas esportivas*. Diário Oficial da União. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/l14790.htm. Acesso em: 14 maio 2024

[18] MARINHO, André. *Investimento das casas de apostas em patrocínios ultrapassa meio bilhão por ano na Série A*. Exame. Disponível em: https://exame.com/marketing/investimento-das-casas-de-apostas-em-patrocinios-ultrapassa-meio-bilhao-por-ano-na-serie-a/. Acesso em: 14 maio 2024

Tal aumento exponencial, somado ao fato de a casa esportiva de apostas Betano ter comprado os direitos autorais do maior campo de futebol do país[19], Brasileiro, para alterar seu nome para Brasileirão Betano 2024, demonstra como a possibilidade de ganhos exponenciais, desde o jogo do bicho, até as apostas esportivas, são exemplos de como o "jeitinho" é algo intrínseco a vontade incessante de ganhar dinheiro de forma rápida.

Ademais, é imperioso destacar que existem os influenciadores de apostas esportivas, que movimentam um mercado bilionário com seus palpites e incentivam as pessoas de que é possível multiplicar seus ganhos em dez vezes em questão de apenas duas horas. Por exemplo, o Lucas Tylty[20], que conta com mais de três milhões de seguidores no Instagram, compartilha diariamente dicas de "investimento a curto prazo" em loterias esportivas, patrocinadas por ele:

> Dez anos depois, Lucas Tylty fatura mais de R$1 milhão por mês comercializando produtos na internet e diversificando investimentos, a maioria deles no futebol. Depois de comprar um jatinho, um sonho de infância, agora ele quer realizar mais um: ter o próprio time de futebol.

Além disso, ostenta os bens obtidos com seus ganhos, como o seu jato particular de dez milhões de reais, o qual afirma ser possível comprar a partir de dinheiro de jogo. De mesmo modo, influenciadores digitais que não pertencem a esse ramo indicam igualmente o mesmo tipo de ação ou lotéricas onlines — a exemplo de "jogo do tigrinho" —, as quais, culminam em perdas financeiras massivas a ponto de o Congresso Nacional precisar editar uma medida provisório para proibir tal prática. (Trocar palavra exponencial)

Portanto, somado a tudo que foi proferido até então, é possível realizar uma afirmação: enquanto houver promessa de lucro rápido, haverá tanto o interessado quanto quem vai fazer a pessoa se interessar. Seja no jogo do bicho, nas apostas esportivas, nas lotéricas online ou no mercado financeiro, sempre haverá alguém que o convença de que é boa ideia investir valores monetários na esperança de uma valorização rápida de ativo.

---

[19] BETANO compra os naming rights do Brasileirão; CBF nega acordo. Poder360, 2024. Disponível em: https://www.poder360.com.br/esportes/betano-compra-os-naming-righs-do-brasileirao-cbf-nega-acordo/#:~:text=A%20Betano%20deve%20ser%20o,de%20not%C3%ADcias%20esportivas%20da%20Globo. Acesso em: 06 jun. 2024.

[20] GLOBO, Extra. *Influenciador que foi a todos os jogos da Copa se dá de presente jatinho de R$ 10 milhões: quem é Lucas Tylty*. Extra. Disponível em: https://extra.globo.com/famosos/noticia/2023/10/influenciador-que-foi-a-todos-os-jogos-da-copa-se-da-de-presente-jatinho-de-r-10-milhoes-quem-e-lucas-tylty.ghtml. Acesso em: 14 maio 2024.

Destarte, a conclusão é, o "jeitinho brasileiro", a forma não convencional de tentar se superar no cotidiano rodeia a vida do brasileiro médio, inclusive, quando o assunto é a promessa de retorno financeiro rápido, e, quando não há segurança jurídica para evitar os casos de fraudes ou promessas desastrosos de retorno rápido, as quais, muitas vezes, não possuem embasamento concreto.

4.2 Impacto das bets na economia brasileira em 2024

Nos últimos anos, as apostas online, popularmente conhecidas como "bets", passaram de uma prática marginal para uma atividade de massa no Brasil a ponto de, em 2024, o Banco Central (BC) estimou que os brasileiros gastaram cerca de R$20 bilhões por mês em apostas online[21]. Somado ao crescimento vertiginoso dessa indústria e de outras modalidades de jogos de azar, o impacto econômico tornou-se um ponto central de discussão. Uma vez que, o aumento exponencial dos gastos está causando preocupações sobre os efeitos na saúde financeira dos indivíduos e as possíveis consequências de longo prazo desse setor para a sociedade.

Combinado com uma crescente aceitação cultural dessas práticas, o setor atingiu níveis sem precedentes de participação e volume de negócios. Desse modo, através dos dados do BC[22], estima-se que cerca de 14% da população brasileira já tenha participado de algum tipo de aposta online, número que tende a crescer, à medida que novas plataformas surgem e a publicidade se intensifica em mídias de grande alcance. Desse modo, tais dados estão análogos ao pronunciamento do BC através do seu presidente:

> "Esses resultados estão em linha com outros levantamentos que apontam as famílias de baixa renda como as mais prejudicadas pela atividade das apostas esportivas. É razoável supor que o apelo comercial do enriquecimento por meio de apostas seja mais atraente para quem está em situação de vulnerabilidade financeira", diz o BC.[23]

---

[21] **BRASILEIROS gastam R$ 20 bilhões por mês com apostas online.** *Propmark*, 14 maio 2024. Disponível em: <https://propmark.com.br/brasileiros-gastam-r-20-bi-por-mes-com-apostas-online/#:~:textos%20brasileiros%20gastaram%20em%20 torno,para%20empresas%20 de%20 apostas%20online>. Acesso em: 25 set. 2024.

[22] **BRASILEIROS gastaram cerca de R$ 20 bilhões por mês em apostas online, estima revela BC.** *G1*, 24 set. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2024/09/24/brasileiros-gastaram-cerca-de-r-20-bilhoes-por-mes-em-apostas-online-estima-revela-bc.ghtml>. Acesso em: 25 set. 2024.

[23] **USUÁRIOS do Bolsa Família gastam R$ 3 bi em apostas online em agosto, revela Banco Central.** *Estadão*, 23 set. 2024. Disponível em:

Assim, o impacto econômico direto desse setor é evidente. Além dos R$20 bilhões mensais gastos pelos apostadores, que correspondem, em média, a cerca de R$240 bilhões anuais, as apostas movimentam quantias acima de verbas ministeriais como estimado no PLOA (Projeto de Lei Orçamentária Anual) para o Ministério da Saúde no ano de 2024 -- R$ 218,8 bilhões[24]. Embora a recente regulamentação das apostas esportivas no Brasil tenha possibilitado o aumento da arrecadação de impostos sobre essa atividade, o volume de recursos que sai da economia real em direção às plataformas de apostas, muitas das quais possuem sede fora do Brasil, levanta preocupações sobre o escoamento de capital para o exterior.

Sob essa ótica, é possível afirmar que o crescimento do setor de apostas online está ligado a uma série de questões sociais e econômicas, visto que está ligado diretamente à falsa promessa de retorno financeiro rápido e à ostentação frequente de influenciadores que garantem ter aquele padrão de vida graças às bets. Recentemente, representantes do varejo e do setor financeiro se reuniram com o vice-presidente, Geraldo Alckmin, para discutir o respectivo impacto na economia e sugerir medidas de controle. Dentre as propostas defendidas pelos setores envolvidos foi o bloqueio do uso de cartões de crédito para apostas online e a impossibilidade de apostas com rendimento do programa social "Bolsa Família". Nesse sentido, ela busca conter o crescimento desenfreado do endividamento causado pelo uso irresponsável de crédito nessas plataformas a ponto de declarações da Federação Brasileira de Bancos (Febraban) sugerirem que o bloqueio dos cartões seria uma solução eficaz para mitigar o impacto negativo das apostas no sistema financeiro e proteger os consumidores vulneráveis.

O bloqueio de cartões de crédito para as bets é uma medida que, apesar de sua simplicidade aparente, traz implicações complexas visto que a Febraban e os representantes do setor varejista argumentam que a medida ajudaria a reduzir o número de

<https://www.estadao.com.br/economia/bolsa-familia-bets-apostas-online-agosto-3-bi-banco-central/>. Acesso em: 25 set. 2024.

[24] **SAÚDE no PLOA 2024 cresceu 4,6% em relação ao PLOA 2023.** *IEPS*, 11 set. 2023. Disponível em: <https://ieps.org.br/saude-ploa-2024-cresceu-46-em-relacao-ao-ploa-2023/#:~:text=O%20Projeto%20de%20Lei%20Or%C3%A7ament%C3%A1ria%20Anual%20(PLOA)%20de%202024%20prev%C3%AA,dados%20s%C3%A3o%20do%20Boletim%20n>. Acesso em: 25 set. 2024.

consumidores que utilizam crédito para apostar, diminuindo, assim, os níveis de inadimplência e protegendo financeiramente os mais vulneráveis. Contudo, tal procedimento, por outro lado, fere o princípio da liberdade econômica. Do modo que está atualmente, o uso de cartões de crédito permite que apostadores aumentem exponencialmente suas dívidas, especialmente em um contexto de fácil acesso às plataformas de apostas, através da facilidade promovida pela Era Digital.

Ademais, a implementação de um bloqueio direto aos cartões de crédito levanta tanto questões legais quanto regulatórias. O ordenamento jurídico nacional possui uma legislação de proteção ao consumidor relativamente robusta, e a interferência no direito de utilizar meios de pagamento para transações legais pode ser vista como uma violação de princípios de liberdade econômica. No entanto, dada a natureza específica do mercado de apostas, que se caracteriza por uma alta taxa de risco e potencial dano social, muitos juristas consideram que o bloqueio poderia ser justificado como uma medida de proteção social.

Contudo, para garantir que continue o endividamento rápido o futuro do setor dependerá não apenas de medidas paliativas como de uma regulamentação abrangente, que equilibre a liberdade econômica com a proteção dos consumidores. A criação de políticas que promovam uma educação financeira mais eficaz, juntamente com a imposição de limites claros ao uso de crédito em atividades de alto risco, será crucial para garantir que o mercado de apostas continue a gerar benefícios econômicos sem sacrificar a estabilidade financeira da população.

4.3 Influência na comercialização de sonhos

Em um primeiro momento, é crucial afirmar que a influência é uma força poderosa no mercado financeiro, assim como em qualquer outro mercado. Ela é capaz de moldar decisões de investimento, afetar preços de ativos e direcionar o comportamento do mercado. A título de exemplo, o empresário carismático e ‘visionário’, Eike Batista, utilizou seu prestígio pessoal e sua habilidade de comunicação para promover suas empresas, especialmente a OGX, uma de suas empresas de petróleo e gás, a qual, se

comprometeu a entregar cinquenta milhões barris de petróleo anualmente e sequer chegou a dez mil. (Reformular a frase). O item explora como Eike Batista usou sua influência para impulsionar as ações de sua empresa e os efeitos dessa estratégia no mercado e nos investidores e na economia brasileira a nível nacional.

Nesse sentido, o empresário surgiu no cenário empresarial brasileiro como um dos mais bem-sucedidos e ambiciosos de sua geração, sendo apelidado pela mídia e por pessoas do mundo jurídico na época como: O Barão de Mauá do século XXI. No auge de sua carreira, ele era considerado o homem mais rico do Brasil e a sétima pessoa mais rica do mundo, segundo a revista Forbes (BBC Brasil, 2017). Batista é notável por seu otimismo contagiante e suas previsões audaciosas sobre o potencial de suas empresas, especialmente aquelas no setor de recursos naturais, como a OGX, sua empresa de petróleo, que foi uma das estrelas de seu portfólio empresarial. O trecho de sua autobiografia, publicado na Revista *Infomoney*, reafirma isso:

> Com isso, o megaempresário vivia agora o melhor momento da sua vida empresarial, seu nome e seu passado na TVX (que teve uma história de sucesso, mas com ressalvas) permitiram que Eike tivesse uma excelente entrada no mercado acionário, algo que ele mesmo compreendeu em sua biografia. “Havia um crédito muito farto à minha espera e eu não me refiro a recursos financeiros, mas a uma boa vontade e uma disposição para ouvir o que eu tinha a apresentar”, afirmou, em livro que foi lançado em 2011, quando Eike ainda era tratado como um empreendedor infalível.
> Vendedor nato (que havia trabalhado como vendedor de apólices de seguros), Eike conseguiu capitalizar em cima desse talento: foi, talvez, o melhor “vendedor” de sonhos que a bolsa nacional já teve, tanto para os próprios brasileiros quanto para os estrangeiros. Ele nunca gostou da pecha de “vendedor de sonhos”. “Meus sócios não são loucos, não rasgam dinheiro com sonhos”, disse, publicamente.

Desse modo, a ascensão de Eike como um influenciador foi além de sua capacidade de identificar oportunidades de negócios chegando a sua habilidade de se promover junto de suas empresas. Segundo a *Deutsche Welle*, Batista simbolizou a ascensão do Brasil no cenário econômico global, projetando uma imagem de sucesso e progresso que atraiu muitos investidores (Deutsche Welle, 2013). Ele usa uma combinação de carisma pessoal, comunicação estratégica e uma narrativa convincente para atrair investidores para a OGX e fez promessas ambiciosas sobre o potencial de descoberta de petróleo da empresa, garantindo ao mercado que a OGX estava prestes a descobrir vastas reservas de petróleo. Tal otimismo foi amplamente divulgado em entrevistas, conferências de imprensa e aparições em programas de televisão aberta em horário nobre, no qual Batista reforçava a

confiança no sucesso iminente em sua “mini-Petrobras”, antes mesmo da produção do primeiro barril de petróleo. Como demonstrado abaixo, ele conseguiu valores de arrecadação para a´fundação da OGX próximos a fundação da *Google:*

> Em junho de 2008, a revista britânica *The Economist* fez um perfil do empresário brasileiro com o título: "Imã de dinheiro: Eike Batista, a cara do boom de commodities do Brasil". A reportagem diz que a oferta pública da OGX levantou investimentos na ordem de US$ 3,6 bilhões - um valor semelhante ao obtido pelo gigante da internet Google em 2004.

No início, a estratégia de Batista parecia funcionar. As ações da OGX atraíram um grande número de investidores nacionais e estrangeiros, impulsionados pelas promessas de descobertas significativas de petróleo no pré-sal e pelo carisma do fundador. Porém, em poucos meses, tornou-se perceptível que as promessas de Batista não se materializaram da forma que foi prometida. As perfurações iniciais não resultaram nas grandes descobertas prometidas, e a produção de petróleo da OGX ficou aquém das expectativas do mercado financeiro. Em uma matéria da BBC[25] de 2013, época na qual seu prestígio já decaia, intitulada “Como o mercado não percebeu a fragilidade das empresas de Eike”, demonstra a conclusão momentânea dessa história:

> Segundo o banco UBS, a empresa chegou a ter valor de mercado de US$ 22 bilhões. Hoje é estimada em menos de R$ 1 bilhão. Em 2010, o valor de suas ações chegou a ultrapassar R$ 23. Na semana passada, eram cotadas em torno de R$ 0,15.
> Agora que ficou comprovado que a maioria dos campos de petróleo da OGX é improdutiva e que a empresa tem uma dívida calculada em torno de US$ 5 bilhões – sendo US$ 3,6 bilhões em títulos nas mãos de credores internacionais –, analistas tentam compreender como o mercado se deixou iludir.

Destarte, a desilusão dos investidores foi exacerbada pela percepção de que Eike havia usado sua influência para mascarar a realidade dos fundamentos fracos da empresa. Sob essa ótica, é possível afirmar que ele foi, de certa forma, o maior influenciador da história do mercado financeiro nacional, que no fundo não passou de um “vendedor de sonhos”. Sua condução junto à CVM deveria tê-lo tornado exemplo na época, com o intuito de evitar problemáticas similares, como as que ocorrem hoje com os influenciadores digitais vendendo sonhos de grandes compensações financeiras atualmente.

---

[25] BBC. *Eike Batista é processado por investidores nos EUA*. BBC, 12 nov. 2013. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/11/131112_eike_investidores_ac_dg. Acesso em: 14 maio 2024

Conforme relatado pela InfoMoney, a OGX entrou em recuperação judicial em outubro de 2013, marcando o início do fim da ascensão meteórica de Eike Batista. A empresa acumulou dívidas massivas e não conseguiu cumprir suas promessas de produção de petróleo, resultando em uma das maiores falências da história corporativa brasileira (InfoMoney, 2013). A recuperação judicial da OGX foi um processo complexo e demorado, que envolveu a reestruturação da dívida da empresa e a tentativa de salvar seus ativos mais valiosos.

Posteriormente, a queda de Eike Batista foi acelerada por problemas jurídicos significativos. No ano de 2018, anos após o desastre econômico da OGX, a Sexta Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ) manteve o processo contra Batista pelo crime de *insider trading*, que envolvia o uso de informações privilegiadas para obter vantagem no mercado de ações (STJ, 2018). Como apontado pelo voto do relator, Ministro Rogerio Schietti Cruz[26]:

> É inegável, portanto, a existência de ligação ou interação entre o mercado de capitais e a economia como um todo, de tal sorte que condutas ilícitas praticadas em seu âmbito podem repercutir não só em relação aos investidores, mas também afetar a própria credibilidade e a harmonia do sistema financeiro, com prejuízos econômicos ao país.

Dentre tantos casos, esse demonstrou nitidamente como a influência usada de maneira imprópria para manipular o mercado, acarreta danos significativos aos investidores e à integridade do mercado financeiro.

Como resultado, as ações de Eike Batista tiveram repercussões profundas e duradouras no mercado financeiro brasileiro, uma vez que a confiança dos investidores no mercado de capitais foi significativamente abalada. Dessa maneira, o episódio resultou em um ceticismo generalizado na venda de ações, no Mercado de Capitais, com base em promessas. No caso de Eike, as informações privilegiadas culminaram no ceticismo em relação às empresas emergentes e novas ofertas públicas iniciais (IPOs) no Brasil, o que

[26] STJ. *Sexta Turma nega pedido do empresário Eike Batista e mantém processo por crime de insider trading na Justiça Federal*. Superior Tribunal de Justiça, 27 nov. 2018. Disponível em: https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias-antigas/2018/2018-11-27_19-46_Sexta-Turma-nega-pedido-do-empresario-Eike-Batista-e-mantem-processo-por-crime-de-insider-trading-na-Justica-Federal.aspx. Acesso em: 14 maio 2024.

demonstrou a insegurança jurídica existente na regulação brasileira em virtude da falha da CVM em lidar com a situação.

(Reformular a frase) Consoante ao assunto, assim como afirmado pela professora Kone Cesário Prietto Fortunato da Faculdade Nacional de Direito, durante suas aulas da disciplina Direito Comercial III, no período 2023/2, as IPOs de empresas nacionais são o futuro da base econômica do país, visto que a mudança do panorama do país só ocorre quando os países do hemisfério norte pagarem *royalties* para a Brasil, e não o contrário como acontece atualmente: "A gente não irá crescer enquanto formos pagador de *royalties*". Para tanto, vale destacar que a confiança é um pilar fundamental do mercado financeiro, e a manipulação do mercado e o uso de informações privilegiadas por parte de Batista contribuíram para uma volatilidade excessiva no mercado de ações, especialmente, pela repercussão midiática a nível mundial da saga. As flutuações abruptas nos preços das ações da OGX, resultantes das promessas não cumpridas e das práticas ilegais, criaram um ambiente de incerteza que afetou não apenas os investidores da OGX, mas também a confiança geral no mercado de capitais brasileiro.

A história de Eike Batista e da OGX é o exemplo clássico de como a influência pessoal pode ser usada para manipular as percepções do mercado com consequências desastrosas. Investidores que foram atraídos por suas falsas promessas assistiram o valor de seus investimentos despencar com perdas financeiras significativas. O caso ilustra igualmente a importância da *due diligence* e da avaliação crítica das informações, independentemente da fonte, uma vez que é possível a lesão financeira do investidor. Desse modo, o caso OGX ilustra como a falta dessas práticas pode levar a decisões de investimento precipitadas e a bolhas especulativas.

Ademais, a repercussão jurídica do caso em relação ao órgão regulador CVM, consistiu, dentre diversas condenações, duas que são pertinentes ao Trabalho de Conclusão de Curso: a primeira, por ser "vendedor de sonhos" de uma empresa que não era capaz de produzir o que prometia, como destacado abaixo em artigo do Conjur sobre o assunto[27]:

[27] BRASIL. *CVM multa Eike Batista em R$ 536 mi por omitir informações ao mercado*. Consultor Jurídico, 27 maio 2019. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2019-mai-27/cvm-multa-eike-batista-536-mi-omitir-informacoes-mercado/. Acesso em: 14 maio 2024.

> Ao negociar ações da OGX e da OSX em 2013 e não divulgar informações relevantes ao mercado, o empresário Eike Batista cometeu infração grave. Por isso, o colegiado da Comissão de Valores Mobiliários o condenou, nesta segunda-feira (27/5), a pagar duas multas no valor de R$ 536,5 milhões.

Já a segunda condenação de Eike se justificou no fato de não possuir escolaridade suficiente para assumir a posição que possuía no mercado de capitais e em sua própria empresa[28]. Como destacado abaixo pela Revista Infomoney:

> Acusado de prestar informações desencontradas sobre sua formação acadêmica às empresas X, o empresário Eike Batista foi absolvido por unanimidade pelo colegiado da Comissão de Valores Mobiliários (CVM). O relator do caso, diretor Alexandre Rangel, destacou que não foi demonstrado como a escolaridade de Eike poderia ter desempenhado um papel relevante na tomada de decisão dos investidores ou no exercício de direito de voto dos acionistas.

Ambos os casos, deveriam ser feitos de exemplo pela CVM para auxiliar na regulação dos finfluencers atualmente haja visto que ambas refletem em pilares da problemática: a falta de veracidade das informação dos influenciadores digitais quando prometem um mundo para quem investir com eles e a ausência de escolaridade propriamente dita (formação em economia ou certificações da ANBIMA) para tratar de investimentos. No caso de Eike, ele não foi punido severamente pela lesão financeira que cometeu em diversas pessoas que compraram suas ações e a viram despencar para aproximadamente 3,25% do seu valor original em menos de um ano[29]. Por sinal, vale a pena destacar que, durante a absolvição de Eike pela CVM, o empresário estava no Complexo Penitenciário de Bangu, dividindo cela outros seis presos pela Operação Lava Jato, em virtude de não possuir diploma de ensino superior.

O escândalo envolvendo Eike Batista e a OGX atraiu a atenção internacional e prejudicou a reputação do mercado financeiro brasileiro. Investidores estrangeiros, observando as falhas regulatórias e a extensão das práticas fraudulentas, ficaram mais relutantes em investir no Brasil. Isso resultou em uma diminuição dos investimentos estrangeiros diretos e prejudicou a imagem do Brasil como um destino seguro e atraente para investimentos. Além disso, o colapso da OGX e os escândalos associados levaram a

---

[28] INFOMONEY. *Eike Batista é absolvido pela CVM em processo sobre inconsistências no currículo*. InfoMoney. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/mercados/eike-batista-e-absolvido-pela-cvm-em-processo-sobre-inconsistencias-no-curriculo/. Acesso em: 14 maio 2024.

[29] BBC. *Eike Batista é processado por investidores nos EUA*. BBC, 12 nov. 2013. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/11/131112_eike_investidores_ac_dg. Acesso em: 14 maio 2024.

um aumento na regulamentação e na supervisão do mercado de capitais no Brasil. A CVM e outras autoridades reguladoras intensificaram suas ações de fiscalização e implementaram novas regras para aumentar a transparência e a responsabilidade das empresas listadas. Essa resposta regulatória foi crucial para tentar restaurar tanto a confiança dos investidores quanto para proteger o mercado contra futuras fraudes, o que, na prática, não ocorreu da forma esperada.

Após a explosão midiática que obteve o caso, a saga de Eike e da OGX oferecem diversas lições importantes para investidores, órgãos reguladores e outros *stakeholders* do mercado financeiro. Inicialmente, destaca a necessidade de a CVM regulamentar, de forma mais rigorosa, a divulgação de informações e a comunicação com investidores. De mesmo modo, enfatiza a importância da educação financeira, através de órgãos autorreguladores como a ANBIMA além da capacidade dos investidores de avaliar criticamente as informações que recebem, especialmente de fontes influentes, as quais, necessitam da venda de um ativo para receber compensação monetária. Dessa maneira, é possível afirmar que: no jogo do bicho, na loteria online, na criptomoeda e no mercado financeiro, sempre existem duas figuras: o influenciador e influenciável.

Portanto, a partir de tudo que foi proferido até então, o caso de Eike Batista e da OGX exemplifica como essa influência pode ser usada para manipular percepções e atrair investimentos, muitas vezes com consequências desastrosas. Essa trajetória é um alerta para a importância da transparência, da verificação de informações e da responsabilidade ética. Por isso, órgãos reguladores e investidores devem aprender com essa derrocada para criar um mercado financeiro mais robusto e resiliente, no qual as decisões de investimento sejam baseadas em fundamentos sólidos e informações verificáveis.

Capítulo 5. Quem São os Finfluencers

A priori, é válido catalogar quem são os influenciadores digitais de finanças, ou "finfluencers", uma vez que eles são indivíduos que utilizam plataformas digitais para disseminar informações sobre investimentos e educação financeira. Nos últimos anos, têm ganho notoriedade, à medida que mais pessoas buscam melhorar sua situação financeira e aprender mais sobre o mercado de investimentos, assunto que até a Era Digital era tratado como algo inerente a uma pequena parcela da população. Destarte, no capítulo haverá a definição de quem são esses influenciadores, seus perfis, abordagens e o impacto que têm na vida de seus seguidores, visto que, existem os positivos e os negativos.

5.1 Perfil dos Finfluencers

A princípio, é válido dizer que os influenciadores digitais são personalidades da internet que conquistaram grande audiência por meio de conteúdos atrativos e engajadores. Inicialmente, muitos começaram compartilhando dicas de moda, beleza, estilo de vida e até entretenimento, como cinema e jogos. No entanto, com o crescimento do público, o leque de temas abordados expandiu-se para incluir tópicos que exigem maior responsabilidade diante da mensagem repassada ao seu público-alvo como saúde mental, política e finanças pessoais.

Vale destacar que, inicialmente, a figura do influenciador digital não estava relacionada a uma atividade profissional. Eram simplesmente indivíduos que, devido ao carisma, personalidade ou outros atributos, se sobressaiam nas mídias sociais e ditavam

tendências entre seus seguidores. Contudo, com o avanço das redes sociais, especialmente no que tange ao comércio digital e à sociedade de consumo, esses mundos inevitavelmente convergiram: o da publicidade, do marketing e do comércio digital com o dos influenciadores digitais.

No mesmo sentido, de acordo com Professor Universitário de Psicologia da UFBA, ao abordar em sua obra sobre o impacto causado pelos influenciadores na mentalidade humana, Antonio Bastos[30] afirma que os novos profissionais da web exercem grande poder sobre as massas uma vez que possuem credibilidade diante de seus seguidores agindo como verdadeiros formadores virtuais de opiniões. Desse modo, ele afirma (BASTOS et al., 2017, p. 2):

> Em virtude disso os novos profissionais da web exercem grande poder sobre as massas, pois eles possuem credibilidade diante de seus seguidores. Sendo assim, são verdadeiros formadores virtuais de opiniões. Aplicando estratégias empregadas pelas marcas que os contratam, ou então por eles mesmos, são capazes de atingir possíveis consumidores de forma mais natural/orgânica, promovendo a mudança comportamental e de mentalidade em seus seguidores, os quais, por se identificarem com o digital influencer, também se identificam com o conteúdo que é por ele divulgado."

Embora ainda não seja uma profissão regulamentada, com uma lei específica que discipline as atividades dos influenciadores e as relações entre eles e as empresas que os contratam, bem como com os consumidores dos produtos divulgados nos chamados publiposts, algumas leis esparsas são aplicadas para proteger essas relações. Entre elas estão: o Código Civil, o Código de Defesa do Consumidor, a legislação do CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), o Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção dos Dados.

Contudo, como demonstrado no gráfico abaixo da B3[31], em uma pesquisa acerca das mudanças nos perfis de investimentos no pós pandemia, foi constatado um aumento massivo no número de investidores que iniciaram suas tentativas de proliferação financeira a partir de canais de Youtube e por influenciadores digitais. Sob essa ótica, apesar de existirem canais oficiais de órgãos regulamentados pelo Governo como o Guia de

[30] BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt. Escavador. Disponível em: https://www.escavador.com/sobre/2925436/antonio-virgilio-bittencourt-bastos. Acesso em: 28 jun. 2024.

[31] A Descoberta da Bolsa pelo Investidor Brasileiro – Disponível em: https://www.b3.com.br/data/files/69/75/42/A0/36ECA71068C61CA7AC094EA8/Pesquisa%20PF_vf%20_dez.20_.pdf

Investimentos da ANBIMA[32], a maioria massiva dos investidores inexperientes preferem outros meios:

Fonte: A Descoberta da Bolsa pelo Investidor Brasileiro – B3

Nesse sentido, na mesma pesquisa, conforme gráfico abaixo, foi constatado como a maioria dos investidores costumam se informar sobre o destino do seu capital e, numa maioria não surpreendente, a 'Internet' está com 73% enquanto 'Recomendação de consultor/assessor financeiro' -- alguém que fato estudou e se especializou para informar acerca de investimentos --, aparece com apenas 14%. Tal discrepância pode ser explicada pela sua influência perante as massas, como explicado pelo conceito de Antonio Bastos (2017), pela fácil linguagem de sua comunicação, pela divulgação massiva dos seus produtos ou até mesmo pelas promessas de retorno fácil demonstrado pelos ganhos massivos que possuem com seus investimentos.

[32] ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DOS MERCADOS FINANCEIRO E DE CAPITAIS (ANBIMA). Como Investir. Disponível em: https://comoinvestir.anbima.com.br/. Acesso em: 28 jun. 2024.

Fonte: A Descoberta da Bolsa pelo Investidor Brasileiro – B3

5.2 Quem eles são e sua expansão na sociedade:

Para uma definição formal, é válido ressaltar que os finfluencers vêm de diversas origens e possuem diferentes níveis de experiência e conhecimento no mercado financeiro. Antes de adentrar ao mundo dos "blogueiros", uma parcela deles trabalhavam no ramo e dentre os perfis mais comuns incluíam investidores independentes, analistas financeiros, consultores de investimentos e ex-bancários. Desse modo, eles trazem uma perspectiva única e podem, se bem intencionados, ajudarem seus seguidores a entender melhor o complexo mundo das finanças. Abaixo, uma imagem da ANBIMA de dois anos atrás,

quando a Associação percebeu que a situação estava se exponencializando e precisava de sua intervenção (ANBIMA, 2022).

Em um primeiro momento, os investidores independentes são aqueles que começaram sua jornada no mercado financeiro por conta própria. Geralmente compartilham suas experiências pessoais, estratégias de investimento e aprendizados ao longo do caminho, além de serem transparentes sobre suas conquistas e fracassos, criando conexão mais autêntica com seus seguidores. Por exemplo, Thiago Nigro[33], "O Primo Rico" começou como um investidor independente e atualmente é o finfluencer mais popular do mundo (Infomoney, 2024). Ele compartilha conselhos sobre investimentos em ações, imóveis e empreendedorismo, além de oferecer cursos e workshops para seus seguidores.

Por outro lado, os analistas financeiros são profissionais que possuem formação e certificações específicas na área de finanças, como agente autônomo de investimento -- ANCORD -- ou CFP -- ANBIMA (explicar o que é cada sigla). Eles frequentemente trabalham, ou já trabalharam, para instituições financeiras e possuem uma compreensão profunda do mercado e, dessa maneira, utilizam suas habilidades analíticas para fornecer recomendações detalhadas e baseadas em dados sobre diferentes produtos financeiros. Como o caso de Bruno Perini[34], do canal "Você MAIS Rico[35]", é um militar de reserva e um analista financeiro que aciona sua *expertise* para educar seus seguidores sobre investimentos. Dentre vários produtos, oferece várias análises detalhadas e fundamentadas, baseados na sua vida pessoal por ter virado investidor ao comprar *bitcoin* a "preço de bala", as quais podem ajudar as pessoas a tomar decisões financeiras.

Por último, existem os consultores de investimentos que são profissionais certificados, geralmente com formação em economia, que oferecem aconselhamento personalizado sobre gestão de finanças e de investimentos. Através de seus vídeos, procuram ajudar seus clientes a desenvolver estratégias financeiras que atendam a seus objetivos individuais. Como finfluencers, eles compartilham conselhos e estratégias mais gerais com um público mais amplo, muitas vezes atraindo novos clientes para seus

[33] NIGRO, Thiago. InfoMoney. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/perfil/thiago-nigro/. Acesso em: 28 jun. 2024.
[34] PERINI, Bruno. Suno. Disponível em: https://www.suno.com.br/tudo-sobre/bruno-perini/. Acesso em: 28 jun. 2024.
[35] VOCÊ MAIS RICO. Disponível em: https://vocemaisrico.com/. Acesso em: 28 jun. 2024.

serviços pagos à parte, porém, tudo inicia desde um simples “não compre café na rua, use sua garrafa térmica para economizar” até “utilize esse banco com esse pacote de tarifa para o dinheiro render a mais”. A título de exemplo, a Nathalia Arcuri[36], do canal "Me Poupe!", é uma consultora financeira que se tornou conhecida por sua abordagem prática e acessível à educação financeira, oferecendo dicas sobre economia doméstica, investimentos e empreendedorismo, além de promover uma série de conteúdos educacionais, função que é, em tese, da ANBIMA.

5.3 De que maneira atuam

A princípio, é imperioso destacar que os finfluencers utilizam diversas abordagens para se conectar com seus seguidores e transmitir suas mensagens, dentre as quais, variam de acordo com o perfil do influenciador, a plataforma utilizada e o público-alvo. Por exemplo, pode ser sua abordagem central a educação financeira visto que produzem conteúdos informativos que explicam conceitos financeiros complexos de maneira simples e acessível, podendo incluir vídeos tutoriais, e-books, webinars e artigos de blog. Tal tática é fundamental para, em tese, capacitar os seguidores a tomarem decisões informadas e seguras sobre seus investimentos de forma consciente, algo que, muitas vezes, não ocorre na prática.

Segundo Alberto Valle (2019), diretor da Academia do Marketing[37], um influenciador digital é, tecnicamente, alguém que, por meio de seu conteúdo, tem a capacidade de moldar as opiniões ou percepções de seus seguidores sobre certos temas ou ideias. Valle afirma que qualquer pessoa é capaz de atingir o patamar de finfluencer desde que tenha a habilidade de exercer influência sobre outros na internet, ou seja, seja capaz de gerar engajamento nas redes sociais (VALLE, 2019).

---

[36] ME POUPE! MAIS. Disponível em: https://vendas.mepoupemais.com.br/2/?utm_source=google&utm_medium=cpa&utm_campaign=convert_me-poupe_conversion_lp-vendas_google_cpa_search-brand&utm_content=all_me-poupe_all_br&utm_term=all_texto_mp-mais-cursos_sem-oferta_generico&gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMIwdqvtJSIhwMVUlpIAB13xgBVEAAYASAAEgJUQ_D_BwE. Acesso em: 28 jun. 2024.

[37] VALLE, Alberto. Academia do Marketing. Disponível em: https://academiadomarketing.com.br/author/alberto/. Acesso em: 28 jun. 2024

Nessa perspectiva, Gasparotto, Freitas e Efing (2019) ressaltam que influenciadores digitais ganham a confiança de seus seguidores ao compartilharem aspectos de suas vidas, como preferências, experiências e estilos de vida. Assim, eles se tornam figuras de grande impacto, cuja capacidade de engajamento pode alterar o comportamento e a visão de mundo de seus seguidores (GASPAROTTO; FREITAS; EFING, 2019, p. 11).

Ademais, alguns finfluencers utilizam a exibição de um estilo de vida luxuoso como parte de sua estratégia para atrair seguidores demonstrando, diariamente, carros de luxo, mansões, viagens internacionais e outras ostentações para ilustrar os benefícios potenciais de seguir suas dicas financeiras. Embora essa abordagem possa ser eficaz para atrair atenção, ela levanta questões sobre a sustentabilidade e a ética dessas práticas.

Fonte: Instagram[38]

Por exemplo, o Thiago Nigro com frequência ostenta seu sucesso financeiro em suas redes sociais, exibindo carros de luxo, mansões e grandes quantidades de dinheiro,

[38] NIGRO, Thiago. Instagram. Disponível em: https://www.instagram.com/thiago.nigro/?hl=pt-br. Acesso em: 28 jun. 2024.

como demonstrado na imagem acima[39], quando ele afirmou ter conquistado a quantia de R$10.000.000,00 em apenas um minuto com um único investimento (ISTOÉ, 2023). Tal propaganda, que por sinal acompanhava o curso dele de 'como enriquecer', serve como imagem aspiracional que motiva seus seguidores a seguir suas recomendações de investimento.

Nesse contexto, os seus seguidores, muitas vezes jovens e financeiramente inexperientes, vêem os finfluencers como figuras de autoridade e confiam, muitas vezes de forma cega, nas recomendações feitas por eles, as quais, não possuem diversas vezes embasamento. Esse tipo de influência na vida financeira de um indivíduo é particularmente perigoso uma vez que há a possibilidade de impactar em decisões financeiras impulsivas e mal-informadas. Dessa forma, muitos seguidores investem grandes somas de dinheiro para a renda deles baseados apenas na confiança depositada nos influenciadores, frequentemente sem compreender os riscos envolvidos.

A título de exemplo, a promoção de produtos financeiros por influenciadores digitais levanta várias questões legais e éticas. A transparência e a honestidade são fundamentais visto que diversas vezes os finfluencers não demonstram claramente que estão sendo pagos para promover certos produtos, violando normas de transparência. Nesse sentido, a proteção ao consumidor é essencial uma vez que a ausência de regulação tanto pela CVM, quanto pela auto regulação da ANBIMA permitem que os finfluencers promovam atividades potencialmente prejudiciais sem enfrentar consequências imediatas. Para mitigar os impactos negativos da influência digital nas finanças, é crucial a implementação de regulamentações mais rígidas e medidas preventivas. Desse modo, as regras de transparência devem requerer que influenciadores divulguem claramente quando uma promoção é paga, além de existir uma fiscalização extremamente rigorosa com o intuito de prevenir, e punir, atividades ilegais promovidas por influenciadores.

[39] NIGRO, Thiago. *Thiago Nigro ostenta R$ 10 milhões em rede social e afirma: '1 minuto para fazer'*. IstoÉ. Disponível em: https://istoe.com.br/thiago-nigro-ostenta-r-10-milhoes-em-rede-social-e-afirma-1-minuto-para-fazer/#:~:text=Thiago%20Nigro%20usou%20o%20Instagram,1%20minuto%20de%20seu%20tempo. Acesso em: 14 maio 2024.

Portanto, os influenciadores digitais têm um impacto significativo nas finanças pessoais de seus seguidores, podendo influenciar tanto decisões positivas quanto negativas. A promoção de produtos financeiros exemplifica como a falta de transparência e a busca por lucro podem levar a consequências prejudiciais. Regulamentações mais rígidas, educação financeira e fiscalização eficaz são essenciais para proteger os consumidores e garantir a integridade do mercado financeiro.

5.4 A posição da BSM Supervisão de Mercados sobre o assunto

(Explicar quem é BSM, poder lmitiado a associados) A priori, é necessário descrever quem é a BSM Supervisão de Mercados é uma entidade autorreguladora independente vinculada à B3 (Brasil, Bolsa, Balcão), uma vez que, ela, dos entes, é a que mais se posiciona sobre o assunto. Foi criada com o propósito de assegurar a integridade, a transparência e a eficiência do mercado financeiro brasileiro. Sua missão principal é supervisionar e regular as atividades dos mercados administrados pela B3, garantindo a conformidade com normas e regulamentos estabelecidos. Para tanto, a BSM realiza auditorias, investigações e monitoramentos contínuos, além de desenvolver ações educativas para promover boas práticas entre os participantes do mercado, contribuindo para a confiança dos investidores e o desenvolvimento sustentável do mercado de capitais no Brasil. Portanto, possui como principal objetivo estabelecer um sistema de autorregulação que complementasse a atuação da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), promovendo uma supervisão mais próxima e especializada.

Em sua Nota de Orientação 20/2023, a associação visa fornecer diretrizes claras e práticas para a atuação dos influenciadores digitais no contexto do mercado financeiro uma vez que reconhece a crescente importância e impacto significativo dos influenciadores digitais, especialmente na disseminação de informações financeiras e de investimento, e sublinha a necessidade de regulamentar essa atividade para proteger os investidores e preservar a integridade do mercado. A título de exemplo, a Nota Informativa[40] destaca:

> I.exercício de atividade regulada sem autorização da CVM 3 (“Atividade Regulada”);

[40] BSM Supervisão. Influenciadores Digitais. Disponível em: https://www.bsmsupervisao.com.br/assets/file/NO-BSM-20-2023-Influenciadores-Digitais.pdf. Acesso em: 28 jun. 2024.

> II. conflitos de interesses relacionados aos deveres fiduciários que norteiam o exercício da atividade de intermediação; e
> III. ilícitos de mercado, tais como a criação de condições artificiais de demanda, oferta ou preço de ativos, manipulação de preços, realização de operações fraudulentas, uso de práticas não equitativas e outros ilícitos.

(Reconstruir frase) Nesse sentido, destaca a importância da transparência na divulgação de informações pelos influenciadores digitais através de *Due Diligence* para os *finfluencers*. Estes devem ser explícitos ao revelar se estão recebendo qualquer tipo de compensação financeira por promover determinados produtos ou serviços financeiros. Qualquer relação financeira ou patrocínio que possa influenciar a recomendação feita pelo influenciador deve ser claramente divulgada para evitar conflitos de interesse e possíveis enganos aos investidores.

Além disso, a BSM enfatiza que os influenciadores devem agir em conformidade com princípios éticos, fornecendo informações precisas, completas e compreensíveis para o público. A disseminação de informações incompletas ou enganosas pode comprometer a credibilidade do mercado financeiro e resultar em perdas significativas para os investidores. Nesse sentido, os influenciadores devem possuir um nível adequado de conhecimento financeiro para fornecer recomendações responsáveis e fundamentadas visto que a promoção de uma educação financeira robusta é vista como essencial para capacitar tanto os influenciadores quanto os investidores.

Por último, a nota recomenda que os influenciadores incluam *disclaimers* claros em todas as suas comunicações, especificando se estão sendo remunerados por suas recomendações, os quais precisam ser visíveis e compreensíveis para o público. Além disso, os influenciadores devem garantir que o conteúdo que compartilham seja baseado em análises técnicas e fundamentadas, evitando a promoção de produtos financeiros de alto risco sem a devida explicação dos riscos envolvidos.

Capítulo 6. Equiparação jurídica

Em um primeiro momento é imperioso destacar a fala do chefe da Superintendência de Análise de Sistemas de Autorregulação (ASA) da CVM, Bruno Luna[41], acerca da crescente presença de influenciadores digitais no mercado financeiro brasileiro, o que levanta preocupações significativas sobre a transparência e a assimetria informacional.

> O Chefe da ASA/CVM, Bruno Luna, destacou que "o tema é relevante e requer atenção no âmbito da regulação e da autorregulação, por conta do avanço e crescimento do número de influenciadores digitais no mercado. Parte importante desse grupo tem relação contratual com participantes regulados pela CVM e o investidor muitas vezes não sabe isso. Esse estudo, somada às discussões junto aos autorreguladores, é um esforço da CVM para ampliar a transparência ao público investidor e reduzir a assimetria informacional ao se consumir conteúdo produzido em parceria com participantes regulados.

Desse modo, a partir do seu pronunciamento oficial, é válido ressaltar que, somado ao aumento expressivo no número de influenciadores atuando no setor, é imprescindível para uma transparência com os investidores que esses comunicadores mantenham relações contratuais explícitas com participantes regulados, como corretoras, gestoras de fundos de investimento e bancos, o que, caso não ocorra, pode gerar conflitos de interesse não explícitos para o público.

6.1 Síntese a partir da fala de autoridades competentes

Nesse sentido, Luna (GOV, 2024) destaca que uma parcela considerável dos *fincuencers* possui contratos comerciais com empresas reguladas pela CVM, sem que o investidor esteja devidamente ciente dessas relações. Esse cenário acentua um problema crítico: a assimetria informacional. De acordo com esse conceito, há uma disparidade entre o volume e a qualidade da informação disponível para os diferentes agentes econômicos, neste caso em questão, entre os influenciadores digitais, os quais possuem acesso privilegiado a informações e a parcerias, e os possíveis investidores, uma vez que

[41] COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). CVM divulga estudo sobre possível regulamentação envolvendo influenciadores digitais e o mercado de capitais. 2023. Disponível em: https://www.gov.br/cvm/pt-br/assuntos/noticias/2023/cvm-divulga-estudo-sobre-possivel-regulamentacao-envolvendo-influenciadores-digitais-e-o-mercado-de-capitais#:~:text=A%20Comiss%C3%A3o%20de%20Valores%20Mobili%C3%A1rios%20%28CVM%29%20publica%20hoje%2C,do%20mercado%20de%20valores%20mobili%C3%A1rios%20regulados%20pela%20CVM.. Acesso em: 25 set. 2024.

consomem o conteúdo sem a devida clareza sobre as motivações ou possíveis interesses envolvidos.

Sob essa ótica, ao encarar a disparidade da problemática e a possível insegurança jurídica causada por sua ausência, a CVM, ao realizar estudos e promover discussões com entidades autorreguladoras, está buscando enfrentar esse problema por meio da ampliação da transparência no mercado de capitais. A proposta é que, ao consumir conteúdo de influenciadores digitais, o investidor tenha clareza sobre eventuais relações contratuais entre o influenciador e os participantes regulados pela CVM. Isso seria alcançado com mecanismos que exigem a divulgação de parcerias comerciais e conflitos de interesse potenciais.

Portanto, a busca por maior transparência nas relações entre influenciadores digitais e participantes regulados é uma questão central para o futuro do mercado financeiro. Por exemplo, a CVM, ao promover estudos e discussões sobre o tema, visa mitigar os riscos associados à falta de transparência e reduzir a assimetria informacional que atualmente permeia as interações com os investidores e aqueles que buscam investir. Caso seja possível ampliar a transparência, ela, com o auxílio de outros órgãos autorreguladores, poderá proteger o pequeno investidor, com o intuito de garantir que ele tenha acesso às informações necessárias para tomar decisões conscientes e bem fundamentadas.

6.2. Equiparação jurídica do influenciador digital mediante a legislação brasileira

A princípio, a necessidade de equiparação jurídica dos influenciadores a fornecedores de serviços é reforçado pela importância da transparência e da ética nas relações de consumo mediadas por plataformas digitais. Eles, ao se tornarem intermediários entre consumidores e fornecedores, devem garantir que as informações fornecidas sejam corretas e completas, sob possível pena de responderem civilmente pelos danos causados. Dessa maneira, a legislação consumerista brasileira, especialmente o CDC, tem se mostrado eficaz na proteção do consumidor nesses novos cenários de consumo digital, responsabilizando todos os envolvidos na cadeia de fornecimento, uma vez que a constante remuneração e profissionalização justificam essa equiparação.

Além disso, devido a crescente atuação na Era Digital, promovendo produtos e serviços, acarreta importantes questões sobre sua responsabilidade civil frente aos consumidores. Quando eles recomendam, divulgam ou avaliam um produto ou serviço, eles devem ser enquadrados como fornecedores de serviços, no CDC, e, dessa forma, responder solidariamente pelos danos causados ao consumidor conforme argumentos que serão prestados abaixo. Este capítulo examina essa responsabilidade à luz da legislação e jurisprudência, com foco na propaganda enganosa e abusiva, conforme disciplinado pelo CDC.

Inicialmente, é imperioso destacar o artigo 3º do CDC[42], o qual define que fornecedor é "toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada [...] que desenvolve atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços." Por assimetria, é válido dizer que, ao promover produtos e serviços em suas plataformas, eles passam a integrar a cadeia de fornecimento, equiparando-se juridicamente aos fornecedores. Igualmente, conforme estabelece o artigo 14 do CDC[43], os fornecedores de serviços respondem objetivamente pelos defeitos relativos à prestação dos serviços, independentemente de culpa, o que inclui influenciadores que recomendam ou avaliam produtos e serviços. A responsabilidade objetiva exige que o influenciador, enquanto fornecedor indireto, preste informações claras e precisas sobre o produto ou serviço, sob pena de responder por eventuais danos ao consumidor.

Consoante ao estabelecido no artigo 14 do CDC, os fornecedores de serviços respondem objetivamente pelos defeitos relativos à prestação dos serviços, independentemente de culpa, o que inclui influenciadores que recomendam ou avaliam produtos e serviços. A responsabilidade objetiva exige que o influenciador, enquanto fornecedor indireto, preste informações claras e precisas sobre o produto ou serviço, sob pena de responder por eventuais danos ao consumidor. Nesse caso em questão de publicidade de apostas online, os influenciadores que promovem o enriquecimento rápido

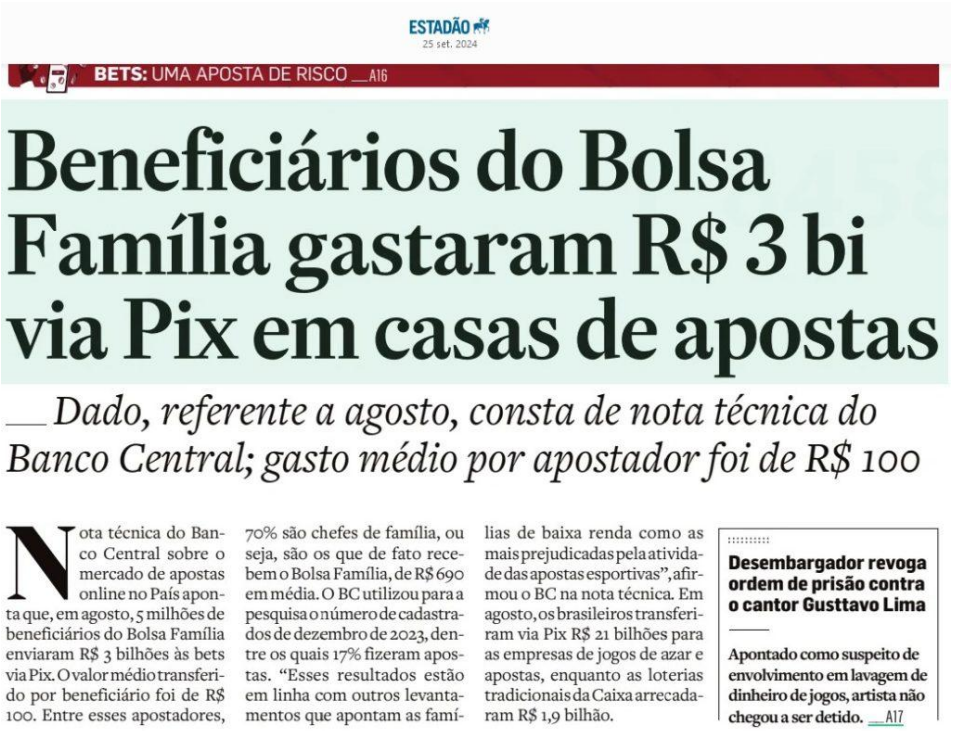
[42] BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 25 set. 2024.
[43] BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 25 set. 2024.

ou promessas infundadas de ganhos estão, em muitos casos, agindo como facilitadores da venda de um serviço especulativo, o que os coloca em posição de potencial responsabilização.

Já o artigo 37 do CDC é claro ao proibir a publicidade enganosa ou abusiva.

> "É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.
> § 1° É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços."

Destarte, a publicidade enganosa é aquela que contém informações falsas ou omitir dados relevantes, induzindo o consumidor a erro enquanto a publicidade abusiva é aquela que, de forma excessiva, explora a vulnerabilidade do consumidor, em especial nos casos em que ele é levado a acreditar em promessas irreais de lucro fácil, como ocorre frequentemente no mercado de apostas. Nesses casos, é rotineiro que haja exploração acentuada tanto da inexperiência quanto da necessidade do consumidor, o que configura explícita exploração de vulnerabilidade, uma vez que muitos estão nessa situação, como demonstrado em manchete abaixo:



ESTADÃO
25 set. 2024

BETS: UMA APOSTA DE RISCO __A16

Beneficiários do Bolsa Família gastaram R$ 3 bi via Pix em casas de apostas

__Dado, referente a agosto, consta de nota técnica do Banco Central; gasto médio por apostador foi de R$ 100

Nota técnica do Banco Central sobre o mercado de apostas online no País aponta que, em agosto, 5 milhões de beneficiários do Bolsa Família enviaram R$ 3 bilhões às bets via Pix. O valor médio transferido por beneficiário foi de R$ 100. Entre esses apostadores, 70% são chefes de família, ou seja, são os que de fato recebem o Bolsa Família, de R$ 690 em média. O BC utilizou para a pesquisa o número de cadastrados de dezembro de 2023, dentre os quais 17% fizeram apostas. "Esses resultados estão em linha com outros levantamentos que apontam as famílias de baixa renda como as mais prejudicadas pela atividade das apostas esportivas", afirmou o BC na nota técnica. Em agosto, os brasileiros transferiram via Pix R$ 21 bilhões para as empresas de jogos de azar e apostas, enquanto as loterias tradicionais da Caixa arrecadaram R$ 1,9 bilhão.

Desembargador revoga ordem de prisão contra o cantor Gusttavo Lima

Apontado como suspeito de envolvimento em lavagem de dinheiro de jogos, artista não chegou a ser detido. __A17

Imagem: Valor econômico.[44]

6.3. Casos julgados com equiparação de influenciador a fornecedor:

No caso julgado pelo Tribunal de Justiça de Minas Gerais (TJ-MG) (AC: 10708100037926001)[45], foi reconhecida a prática de propaganda enganosa ao induzir consumidores a acreditarem que teriam chances especiais de ganho em um concurso, o que configura violação ao artigo 37 do CDC.

> APELAÇÃO CÍVEL – AÇÃO DE INDENIZAÇÃO – PROPAGANDA ENGANOSA E ABUSIVA – DANO MORAL CONFIGURADO – VALOR – PRINCÍPIOS DA RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE – É proibida a utilização de propaganda enganosa ou abusiva de acordo com o artigo 37, do Código de Defesa do Consumidor – A veiculação de campanha publicitária que induza o consumidor a adquirir produtos, sob a crença de que tem chances especiais de se tornar ganhador de concurso, caracteriza propaganda abusiva e enganosa por parte do fornecedor, ensejando a reparação dos danos morais sofridos em razão da falsa expectativa criada." (TJ-MG – AC: 10708100037926001 MG, Relator: Aparecida Grossi, Data de Julgamento: 21/08/2020)

A decisão reconheceu que a falsa expectativa criada pela campanha publicitária gerou danos morais ao consumidor, cabendo ao fornecedor a reparação. Esse precedente reforça que influenciadores que divulgam produtos e serviços de forma enganosa também podem ser responsabilizados, ainda que indiretamente.

Outrossim, a jurisprudência brasileira tem consolidado o entendimento de que influenciadores digitais, ao promoverem produtos e serviços, assumem a responsabilidade pela veracidade das informações divulgadas. No Recurso Inominado nº 5063213-27.2023.8.21.0001[46], julgado pelo Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul (TJ-RS), ficou estabelecido que o influenciador que promoveu a venda de um produto, sem garantir a entrega, é responsável pelo ressarcimento dos danos ao consumidor. No caso,

---

[44] VALOR ECONÔMICO. **Dinheiro para bets sai da poupança e é desafio ao varejo**. 26 jan. 2024. Disponível em: https://valor.globo.com/empresas/noticia/2024/01/26/dinheiro-para-bets-sai-da-poupanca-e-e-desafio-ao-varejo.ghtml. Acesso em: 25 set. 2024.

[45] MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça. Apelação Cível: Ação de Indenização – Propaganda Enganosa e Abusiva – Dano Moral Configurado. Processo nº 10708100037926001. Relator(a): Aparecida Grossi. Data de Julgamento: 21 ago. 2020. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-mg/931186999. Acesso em: 25 set. 2024.

[46] JUSBRASIL. **Jurisprudência: compra de celulares iPhone em aplicativo de rede social**. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/busca?q=compra+de+celulares+iphone+em+aplicativo+de+rede+social. Acesso em: 25 set. 2024.

ele, que se declarou sócio de uma empresa que vendia produtos, além de publicamente se comprometer a ressarcir os consumidores, teve sua responsabilidade civil reconhecida com base no artigo 14 do CDC, que estabelece a responsabilidade objetiva dos fornecedores de serviços.

> RECURSO INOMINADO. CONSUMIDOR. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS. Compra pela internet. Produto não entregue. Iphone. Negócio realizado através de mídia social. (…) Responsabilidade civil independente da criminal. Incidência do art. 935 do Código Civil. Legitimidade passiva. Réu influenciador digital que se declarou sócio da empresa tadizuera, além de ter se comprometido pessoalmente com o ressarcimento dos consumidores prejudicados. (…). Dever de ressarcimento. Valor comprovadamente pago e mercadoria não entregue. Sentença mantida. Recurso desprovido. *(JECRS; RInom 5063213-27.2023.8.21.0001; Porto Alegre; Primeira Turma Recursal Cível; Rel. Juiz José Ricardo de Bem Sanhudo; Julg. 03/09/2024; DJERS 04/09/2024)*
>
> Aplicação da teoria da aparência. Divulgação da jornada realizada pela recorrente. Responsabilidade civil do influenciador digital. Recorrente que, ao efetuar a publicidade da viagem, avalizou o serviço. Recurso conhecido e desprovido. (JECPR; RInomCv 0031564-51.2019.8.16.0182; Curitiba; Quinta Turma Recursal dos Juizados Especiais; Relª Juíza Manuela Tallão Benke; Julg. 08/04/2021; DJPR 14/04/2021)

Outro exemplo é o Recurso Inominado nº 0031564-51.2019.8.16.0182[47], julgado pelo Tribunal de Justiça do Paraná (TJ-PR), em que a responsabilidade civil do influenciador digital foi reconhecida por promover uma viagem que não ocorreu como prometido. O tribunal aplicou a teoria da aparência, entendendo que, ao promover o serviço, o influenciador avalizou a prestação de serviço e, portanto, deveria responder solidariamente pelos danos causados aos consumidores.

> EMENTA: RECURSO INOMINADO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. ALEGAÇÕES DE VIOLAÇÃO AO PRINCÍPIO DA DIALETICIDADE, DE INOVAÇÃO RECURSAL E DE NULIDADE DA SENTENÇA AFASTADAS. PRINCÍPIO DO JUIZ NATURAL QUE NÃO SE APLICA AOS JUÍZES LEIGOS. CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS. VIAGEM PARA O EGITO EM JORNADA ESPIRITUAL. CANCELAMENTO DA VIAGEM SEM RESTITUIÇÃO DOS VALORES ADIANTADOS. RECURSO INTERPOSTO PELA GUIA ESPIRITUAL CONVIDADA. PRELIMINAR DE ILEGITIMIDADE REJEITADA. APLICAÇÃO DA TEORIA DA APARÊNCIA. DIVULGAÇÃO DA JORNADA REALIZADA PELA RECORRENTE. RESPONSABILIDADE CIVIL DO INFLUENCIADOR DIGITAL. RECORRENTE QUE, AO EFETUAR A PUBLICIDADE DA VIAGEM, AVALIZOU O SERVIÇO. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO. (TJPR - 5ª Turma Recursal dos Juizados Especiais - XXXXX-51.2019.8.16.0182 - Curitiba - Rel.: JUÍZA DE DIREITO DA TURMA RECURSAL DOS JUIZADOS ESPECIAIS MANUELA TALLÃO BENKE - J. 08.04.2021)

[47] TJPR - Tribunal de Justiça do Paraná. Jurisprudência. Apelação Cível n. 1249568-308. JusBrasil. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-pr/1249568308 >. Acesso em: 27 set. 2024.

Além disso, o artigo 935 do Código Civil[48] estabelece que a responsabilidade civil independe da criminal, o que significa que o influenciador será responsabilizado civilmente pelos danos causados, ainda que não haja comprovação de dolo ou culpa em sua conduta. A jurisprudência tem reforçado esse entendimento, impondo aos influenciadores o dever de cautela ao promover produtos e serviços, sobretudo quando suas ações induzem consumidores a expectativas irreais, como no mercado de apostas e jogos de azar.

Essas decisões indicam que, em contextos de publicidade enganosa ou abusiva, os influenciadores digitais são responsabilizados de forma objetiva pelos danos que ajudaram a causar. O artigo 14 do CDC, combinado com o artigo 37, serve de fundamento para imputar responsabilidade aos influenciadores que atuam como facilitadores ou promotores de serviços defeituosos ou com informações falsas. O avanço das relações de consumo na era digital trouxe consigo desafios que ultrapassam as fronteiras tradicionais do direito, exigindo uma releitura da responsabilidade civil no contexto das novas dinâmicas comerciais. Neste cenário, influenciadores digitais emergem como protagonistas, não apenas na promoção de produtos e serviços, mas também na mediação de expectativas que, muitas vezes, são frustradas.

Assim, como destacado por Cláudia Lima Marques (Marques, 2019), o mercado de consumo moderno demanda uma proteção mais robusta ao consumidor, especialmente diante da assimetria de informações. Por isso, a atuação dos influenciadores digitais, que se apresentam frequentemente como consumidores comuns, oculta a verdadeira natureza publicitária de suas ações e induz o público ao consumo sem plena consciência. Essa opacidade tem sido considerada pela jurisprudência um fator agravante, justificando a aplicação da responsabilidade objetiva conforme o artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

De mesmo modo, autores como Stolze e Pamplona (2021) ressaltam que a responsabilidade civil é essencial para equilibrar as relações sociais e econômicas,

[48] BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 25 set. 2024.

assegurando consequências jurídicas para ações ou omissões que causem danos a terceiros. No caso dos influenciadores digitais, a jurisprudência, conforme demonstram os julgados dos Tribunais de Justiça de Minas Gerais e do Paraná, reforça que, ao promoverem produtos e serviços, eles assumem a responsabilidade objetiva pelos danos, independentemente de dolo ou culpa.

A aplicação da teoria da aparência, como se observa em julgados do TJ-PR, revela um movimento de adaptação dos tribunais à realidade digital. Tradicionalmente empregada em contextos empresariais, essa teoria se mostra eficaz na proteção dos consumidores que depositam sua confiança nas figuras públicas digitais. Como argumenta Benjamin (2015), a tutela do consumidor vai além da proteção econômica, abrangendo a confiança e a dignidade, elementos essenciais nas relações de mercado.

Ademais, a confiança depositada pelos consumidores nos influenciadores exige desses últimos um cuidado redobrado, uma vez que a linha entre aconselhamento e propaganda enganosa é tênue. Como disposto, o jurista Cavalieri Filho (2020) reforça que a responsabilidade civil tem uma dimensão pedagógica: além de reparar o dano, incentiva práticas mais éticas e transparentes, contribuindo para um mercado mais justo e equilibrado, que impacta diretamente no cotidiano do consumidor.

Diante disso, conclui-se que a jurisprudência brasileira está alinhada com a necessidade de atualizar o direito frente às novas formas de consumo. A responsabilização dos influenciadores não apenas garante a reparação dos danos causados, mas também fortalece a transparência e a ética nas relações digitais. Espera-se, com este estudo, contribuir para a conscientização dos influenciadores digitais e para a promoção de uma cultura de consumo mais justa e sustentável. Como afirma Cavalieri Filho (2020), a responsabilidade civil é um instrumento fundamental para a construção de uma sociedade mais justa e equilibrada.

Em síntese, este estudo demonstrou que o cenário digital requer uma atuação responsável e cuidadosa por parte dos influenciadores, cuja influência nas escolhas dos consumidores é significativa. A jurisprudência brasileira tem adotado uma postura firme e protetiva, impondo a esses agentes a responsabilidade objetiva e aplicando conceitos como

a teoria da aparência. A convergência entre doutrina e prática judicial aponta para a construção de um mercado digital mais ético e transparente, no qual o consumidor possa confiar e, ao mesmo tempo, estar protegido contra abusos e práticas enganosas. A responsabilidade civil, assim, é reafirmada como uma ferramenta indispensável para a promoção do equilíbrio e da justiça nas relações de consumo contemporâneas.

7. Considerações finais: (tirar as citações)

Para o início de uma conclusão, é imperativo estabelecer uma distinção clara entre o que constitui uma opinião pessoal de um finfluencer e uma recomendação financeira. Afinal, a distinção verbal na comunicação é fundamental para garantir que o público compreenda a natureza das informações recebidas. Por isso, em um ambiente no qual as linhas entre opinião e recomendação são facilmente borradas, a transparência na definição é essencial para todas as partes do mercado financeiro, desde o investidor, o que recebe o investimento e o influenciador.

A posteriori, a prática comum de influenciadores em misturar recomendações pessoais com conteúdo patrocinado sem a devida transparência induz os desavisados a tomar decisões baseadas em informações incompletas ou enganosas. Dessa maneira, a solução prática para isso envolve a implementação de diretrizes específicas que exijam que influenciadores incluam disclaimers explícitos quando fizerem recomendações financeiras pagas. Por exemplo, um influenciador deve claramente declarar: "Esta é uma recomendação financeira paga" ou "Fui compensado por promover este produto financeiro". Essas declarações devem ser obrigatórias em todas as comunicações, sejam vídeos, postagens de blog ou redes sociais.

A transparência exige que os influenciadores divulguem todas as relações financeiras e patrocínios, permitindo que os investidores avaliem a imparcialidade das recomendações e tomem decisões informadas. Boatright (2010) argumenta que a divulgação completa é essencial para manter a confiança e a integridade no mercado financeiro. Nesse sentido, é indubitável que existe no contexto atual a necessidade de desenvolver programas de educação financeira para influenciadores é essencial para garantir que apenas indivíduos qualificados possam influenciar decisões de investimento.

Para implementar isso de forma prática, pode-se criar um registro público no qual finfluencers listem todas as suas parcerias financeiras e compensações recebidas. Este registro deve ser acessível aos investidores, permitindo-lhes verificar rapidamente quaisquer possíveis conflitos de interesse. Além disso, os influenciadores devem ser obrigados a atualizar esse registro regularmente e a incluir links para o registro em suas

plataformas digitais. A citação direta de Boatright (2010) reforça essa necessidade: "A transparência na divulgação de conflitos de interesse é fundamental para preservar a integridade do mercado e garantir que as decisões de investimento sejam baseadas em informações completas e precisas" (p. 112).

A título de exemplo, os programas de certificação para influenciadores devem incluir módulos sobre finanças básicas, ética em investimentos, e regulamentações do mercado financeiro. Tais recomendações seriam aptas para garantir, de forma mínima, que os influenciadores possuam um entendimento sólido das informações que estão compartilhando e sejam capazes de comunicar essas informações de maneira responsável. Ademais, as certificações devem ser renovadas periodicamente para garantir que os influenciadores permaneçam atualizados com as últimas mudanças e práticas no mercado financeiro.

Sob essa ótica, o impacto de influenciadores digitais no comportamento dos investidores é um fenômeno complexo que requer uma abordagem multifacetada para ser compreendido e regulado. Segundo Zuboff (2019), em sua obra a Era do Capitalismo da Vigilância: A Luta por um futuro Humano na Nova Fronteira do Poder[49], a economia de vigilância que caracteriza a era digital tem levado a uma mudança na forma como as informações são disseminadas e consumidas, tornando a transparência e a educação ainda mais cruciais.

Por exemplo, a prática de influenciadores como Nathalia Arcuri[50], que frequentemente destaca a importância da educação financeira e transparência em suas recomendações, serve como um exemplo positivo. Ela, fundadora do canal "Me Poupe!", promove, de forma aparente, uma abordagem educativa e ética ao aconselhar seus seguidores sobre finanças pessoais, ao tornar explícito quando um conteúdo é patrocinado e quais são as suas fontes de rendimento. Apesar de ainda não ser o ideal para não haver

[49] ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. Disponível: https://www.intrinseca.com.br/upload/livros/1%C2%BACap-AEraDoCapitalismoDeVigilancia.pdf

[50] BANCO 24 HORAS. **Comece a investir com Nathalia Arcuri**. Disponível em: https://www.banco24horas.com.br/blog/comece-a-investir-com-nathalia-arcuri. Acesso em: 16 set. 2024.

confusão para o possível investidor, bastou um simples "#publi" em seus *posts* pagos para demonstrar a sua intenção com o conteúdo postado.

A partir do que foi estudado na presente monografia, é possível, a partir dos meses de estudo sobre a problemática, uma série de propostas de políticas, com o intuito de atenuar a situação:

I) Implementar uma política de disclaimers obrigatórios, através de autoridades competentes como a CVM ou ANBIMA, ajudaria a garantir que o público esteja ciente de qualquer compensação recebida por influenciadores ao promover produtos financeiros, seja investimentos do mercado, como COE ou ações da bolsa, ou loteria esportiva. Essa transparência é essencial para o público compreender a natureza comercial de certos conteúdos e possa distinguir recomendações legítimas de anúncios pagos. Exemplos como o da influenciadora Nathalia Arcuri, que utiliza o marcador "#publi" para identificar publicações patrocinadas, mostram como práticas claras e consistentes ajudam a informar o consumidor. A título de exemplo, o *disclaimer* precisa aparecer no início da publicação ou vídeo e incluir a explicação de que se trata de uma permuta ou parceria, e não uma recomendação de investimento profissional. Desse modo, a implementação dessa política pode ocorrer através de regulamentações que exigem que todos os influenciadores financeiros apliquem essas etiquetas visuais em todas as plataformas.

II) Registro Público de Compensações: A criação de um banco de dados público e acessível de compensações financeiras recebidas por influenciadores no setor financeiro é capaz de promover um ambiente de maior transparência e confiança. Este registro poderia funcionar como uma extensão das políticas de disclosure que já são implementadas em plataformas financeiras, como as praticadas pela ANBIMA. Influenciadores, ou "finfluencers", teriam que declarar todas as fontes de receita vinculadas à promoção de produtos financeiros, seja em valores monetários, ações ou qualquer tipo de permuta. Esse registro seria atualizado regularmente e disponibilizado para consulta pública, permitindo que o consumidor saiba sobre potenciais conflitos de interesse e tome decisões mais bem informadas. Esse banco de dados pode ser administrado pela própria CVM ou por uma entidade independente regulada.

III) Certificação e Educação Contínua: Estabelecer uma certificação obrigatória para influenciadores financeiros garantiria que eles possuam um mínimo de conhecimento técnico para oferecer conteúdo responsável e seguro aos consumidores. Essa certificação poderia se assemelhar aos exames CPA-10 e CPA-20, exigidos pela ANBIMA para profissionais do setor bancário. Esse programa hipotético abordaria conceitos básicos de mercado financeiro, ética profissional, riscos e regulamentações vigentes. Ademais, poderia incluir a exigência de educação continuada, para os influenciadores se manterem atualizados com as novas normas e práticas do mercado. O tipo de formação disponibilizada garantiria um padrão de qualidade mínima na comunicação financeira e mitigaria riscos de disseminação de informações incorretas ou simplificadas.

IV) Monitoramento e Fiscalização: Com o intuito de garantir a eficácia dessas políticas, é primordial fortalecer os mecanismos de monitoramento e fiscalização por parte dos órgãos reguladores, como a CVM. Resoluções como a 179/2023 podem ser estendidas para incluir diretrizes específicas para a atuação de influenciadores financeiros, com sanções claras para casos de descumprimento. Por exemplo, a fiscalização deveria incluir a criação de uma equipe especializada para monitorar atividades e ser capaz de, através de observância de padrões, identificar práticas abusivas ou enganosas nas redes sociais e outras plataformas digitais. Outrossim, seria importante implementar um sistema de denúncia acessível, por meio de um site ou de um aplicativo, para os consumidores conseguirem reportar casos de possível má-conduta ou violação das diretrizes estabelecidas. Dessa maneira, com um monitoramento constante, a CVM contribuiria para a proteção do investidor e para a preservação da integridade do mercado de capitais.

V) Alerta de Aplicativos de Banco para esse tipo de transação: Os alertas dos aplicativos de bancos representam uma medida preventiva significativa para proteger os usuários contra transações de risco, especialmente no ambiente das apostas digitais e transações financeiras incertas. As instituições bancárias passaram a incluir alertas de segurança para que seus clientes saibam, em tempo real, sobre operações incomuns em suas contas, permitindo intervenção rápida. Essa função visa mitigar impactos financeiros negativos ao alertar os usuários sobre transações atípicas, muitas vezes associadas a golpes e apostas de risco elevado. Como parte dessa estratégia, os bancos investem em campanhas educativas que promovem o entendimento e o uso seguro das plataformas digitais, protegendo a

clientela da falta de regulamentação em certos setores, como o de apostas. Além disso, a comunicação clara nos aplicativos facilita o entendimento do cliente sobre os riscos, colaborando para uma maior conscientização e controle financeiro.

VI) Bloqueio de cartão de crédito para loterias online no país: A Febraban e diversas instituições financeiras brasileiras defendem o bloqueio de cartões de crédito para apostas e loterias online, visando reduzir o endividamento descontrolado e proteger usuários de práticas arriscadas. Segundo Isaac Sidney, presidente da Febraban, essa medida ajudaria a barrar transações que envolvem plataformas de apostas, onde o risco financeiro é alto e o impacto no orçamento familiar pode ser significativo. Dado o aumento no número de transações voltadas a esse segmento, o bloqueio evitaria que indivíduos com pouco controle financeiro caíssem em armadilhas de crédito fácil para apostas, cujo retorno financeiro é incerto. Essa iniciativa busca limitar o acesso rápido e desprotegido a recursos para apostas, diminuindo o volume de perdas financeiras e estimulando o uso responsável do crédito.

VII) Mais atenção da mídia à problemática: A mídia tem desempenhado papel central na conscientização pública sobre os riscos financeiros associados a apostas digitais e influenciadores que promovem investimentos de alto risco. Ao destacar as histórias de perda financeira com frequência e divulgar alertas de especialistas sobre a falta de regulamentação e segurança jurídica nesse meio, a mídia contribui para a conscientização da população sobre o impacto dessas práticas no orçamento das famílias brasileiras. A cobertura midiática impulsiona a demanda por uma regulamentação mais rigorosa, evidenciando a necessidade de políticas preventivas e práticas educativas que orientem o público. Esse foco atua do mesmo modo como pressão para o sistema financeiro e legisladores, encorajando a criação de medidas que protejam consumidores em um ambiente de influências digitais, muitas vezes pouco transparente.

VIII) Educação financeira como forma preventiva: A educação financeira surge como um dos principais meios preventivos para evitar que a população caia em armadilhas financeiras associadas a influenciadores e apostas online. Programas como o de voluntariado da Anbima, que leva conceitos de finanças para jovens em organizações sociais, são essenciais para formar cidadãos conscientes e preparados para lidar com

transações de risco. A disseminação do conhecimento financeiro visa capacitar indivíduos a reconhecer as consequências de cada escolha econômica e a identificar práticas de alto risco promovidas, muitas vezes, por influenciadores nas redes sociais. Essa base educativa fortalece o controle pessoal sobre o próprio orçamento, reduzindo as chances de prejuízos financeiros e incentivando um comportamento cauteloso ao lidar com investimentos e consumo de produtos financeiros amplamente divulgados na mídia.

IX) Aplicação de Multa Monetária para Influenciadores que Divulgarem Práticas de Risco: A aplicação de multas para influenciadores que promovem práticas financeiras de risco, como apostas online e investimentos não regulamentados, tem sido discutida como medida para conter o impacto negativo dessa publicidade sobre o público. Com o crescimento do marketing digital e o alto alcance dos influenciadores, o conteúdo promovido por eles afeta diretamente as decisões financeiras de seus seguidores, muitas vezes sem a devida transparência sobre os riscos envolvidos. A aplicação de penalidades financeiras visa desestimular a divulgação irresponsável e proteger o consumidor, reforçando a necessidade de responsabilidade social dos influenciadores. Além disso, tal medida propõe uma responsabilização jurídica sobre o impacto dessas campanhas, aumentando a segurança jurídica para o consumidor e promovendo um ambiente digital mais ético. A regulamentação dessas práticas ajudaria a impedir que seguidores sejam levados a decisões financeiras precipitadas, garantindo que os influenciadores assumam maior compromisso com a veracidade e a segurança dos produtos e serviços financeiros que promovem.

X) Programa de Certificação Digital para Influenciadores Financeiros: Uma proposta prática seria a criação de um programa nacional de certificação digital específico para influenciadores do setor financeiro. Esse programa ofereceria módulos de estudo focados em ética de mercado, transparência, responsabilidade e compliance regulatório, sendo exigido um exame final para a obtenção da certificação. A certificação validaria que o influenciador possui conhecimentos mínimos sobre o mercado financeiro e sobre as implicações éticas e jurídicas de suas recomendações, o que pode contribuir para uma comunicação mais responsável e clara para o público.

XI) Auditoria Externa e Avaliação Anual dos Influenciadores Certificados: Para garantir que influenciadores certificados mantenham práticas alinhadas com as diretrizes de

transparência, seria recomendada uma auditoria anual de suas práticas de comunicação e parceria financeira. Um comitê independente, composto por especialistas em regulação de mercado e proteção ao consumidor, poderia realizar essa avaliação, permitindo que investidores e o público verifiquem a conformidade contínua dos influenciadores com as políticas de transparência e ética.

XII) Campanhas de Conscientização em Parceria com Grandes Plataformas Digitais: A parceria entre órgãos reguladores, como CVM e ANBIMA, e plataformas digitais (Instagram, YouTube e TikTok, por exemplo) seria uma estratégia eficiente para promover campanhas de conscientização sobre os riscos associados aos investimentos divulgados online. Essas campanhas educativas apareceriam nos perfis dos usuários, ajudando a orientá-los a identificar conteúdos pagos e a discernir entre recomendações imparciais e parcerias comerciais.

XIII) Regulamentação de Conteúdo Pago em Investimentos de Alto Risco: Como medida preventiva adicional, a regulamentação do conteúdo patrocinado em setores de investimento de alto risco, como criptomoedas e apostas, exigiria que influenciadores destacassem um aviso de risco adicional para o público. Essa sinalização poderia ser padronizada para ser facilmente identificada pelo usuário e incluiria, além do disclaimer usual, uma breve explicação sobre a natureza do risco e a necessidade de consulta a um especialista financeiro antes de investir.

XIV) Incentivo à Criação de Comitês de Proteção ao Investidor Digital: A criação de comitês específicos para a proteção de investidores digitais, compostos por representantes do setor financeiro, influenciadores e especialistas em proteção ao consumidor, facilitaria a formulação de políticas de proteção ao investidor. Esses comitês seriam responsáveis por monitorar as tendências e práticas do mercado, emitindo recomendações periódicas de boas práticas para influenciadores, ajudando a mitigar potenciais conflitos de interesse e a promover um ambiente de investimento mais seguro e ético.

Portanto, a partir do que foi proferido até então, é válido afirmar que a implementação dessas propostas não apenas aumentaria a transparência e a ética na disseminação de informações financeiras como, igualmente, protegeria os investidores de

decisões mal informadas e potencialmente prejudiciais. A ANBIMA, com o auxílio de órgãos reguladores, têm um papel crucial na promoção e na fiscalização dessas práticas, garantindo que o mercado financeiro brasileiro continue a crescer de forma sustentável e responsável.

8. Referências:

A Descoberta da Bolsa pelo Investidor Brasileiro – Disponível em: https://www.b3.com.br/data/files/69/75/42/A0/36ECA71068C61CA7AC094EA8/Pesquisa%20PF_vf%20_dez.20_.pdf

ALMEIDA, T. **A importância da educação financeira no Brasil.** São Paulo: Editora FGV, 2022.

ALMEIDA, T. **Educação financeira e a prevenção de fraudes no mercado de capitais.** São Paulo: Editora Financeira, 2022.

ANBIMA. **Autorregulação comemora 20 anos com modelo consolidado no mercado**. 2020. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/institucional/publicacoes/informativo/autorregulacao-comemora-20-anos-com-modelo-consolidado-no-mercado.htm . Acesso em: 14 de maio 2024.

ANBIMA. Disponível em: https://www.anbima.com.br/. Acesso em: 14 maio 2024.

ANBIMA. **Começam a valer hoje as regras para contratação de influenciadores para publicidade**. 2023. Disponível em:https://www.anbima.com.br/pt_br/noticias/comecam-a-valer-hoje-as-regras-para-contratacao-de-influenciadores-para-publicidade.htm#:~:text=Entraram%20em%20vigor%20nesta%20segunda,para%20o%20bi%C3%AAnio%202023%2F2024. . Acesso em: 14 de maio 2024.

ANBIMA**. Influenciadores de investimentos superam a marca de 176 milhões de seguidores.** Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/noticias/influenciadores-de-investimentos-superam-a-marca-de-176-milhoes-de-seguidores.htm. Acesso em: 14 maio 2024.

ANBIMA. **Regras para a contratação de influenciadores digitais são publicadas**. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/noticias/regras-para-a-contratacao-de-influenciadores-digitais-sao-publicadas.htm. Acesso em: 14 maio 2024.

ANBIMA. **Regulamentação dos Influenciadores Digitais de Finanças.** Disponível em: https://www.migalhas.com.br/amp/depeso/398720/anbima-e-a-regulamentacao-dos-influenciadores-digitais-de-financas. Acesso em: 28 de maio 2024.

ANBIMA. **Retrospecto dos 40 anos da CVM revela muito da história do mercado de capitais**. 2020. Disponível em: https://www.anbima.com.br/en_us/pt_br/noticias/retrospecto-dos-40-anos-da-cvm-revela-muito-da-historia-do-mercado-de-capitais.htm . Acesso em 28 de maio 2024.

ANBIMA sugere que CVM defina limite entre opinião e recomendação de influenciador. ***Valor Econômico***, 2024. Disponível em:

<https://valor.globo.com/financas/noticia/2024/03/01/anbima-sugere-que-cvm-defina-limite-entre-opiniao-e-recomendacao-de-influenciador.ghtml >. Acesso em: 10 maio 2024.

(Mudar para maisuculo) Assessoria de Análise Econômica e Gestão de Riscos (ASA). I**nfluenciadores Digitais e o Mercado de Capitais Brasileiro.** Abril 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DOS MERCADOS FINANCEIRO E DE CAPITAIS (ANBIMA). Como Investir. Disponível em: https://comoinvestir.anbima.com.br/. Acesso em: 28 jun. 2024.

BANCO 24 HORAS. **Comece a investir com Nathalia Arcuri**. Disponível em: https://www.banco24horas.com.br/blog/comece-a-investir-com-nathalia-arcuri. Acesso em: 16 set. 2024.

BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt. Escavador. Disponível em: https://www.escavador.com/sobre/2925436/antonio-virgilio-bittencourt-bastos. Acesso em: 28 jun. 2024.

BASTOS, S.; SILVA, J.; ALMEIDA, P.; FREITAS, R.; MELO, T (2017). I**nfluência Digital.** São Paulo: Editora XYZ, 2017.

B3. **Diferenças entre Diretoria, CVM e BSM**. Disponível em: https://www.b3.com.br/pt_br/regulacao/regulacao-de-emissores/sobre-a-regulacao/diferencas-entre-diretoria-cvm-e-bsm.htm. Acesso em: 14 maio 2024.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

BETANO compra os naming rights do Brasileirão; CBF nega acordo. Poder360, 2024. Disponível em: https://www.poder360.com.br/esportes/betano-compra-os-naming-righs-do-brasileirao-cbf-nega-acordo/#:~:text=A%20Betano%20deve%20ser%20o,de%20not%C3%ADcias%20esportivas%20da%20Globo. Acesso em: 06 jun. 2024.

BIBLIOTECA NACIONAL. ***Figurinhas do jogo do bicho*.** Disponível em: https://bndigital.bn.gov.br/dossies/ao-encontro-da-cor-os-primeiros-impressos-coloridos-brasileiros-de-carater-ludico-1880-1945/figurinhas-do-jogo-do-bicho/o-jogo-do-bicho/#:~:text=O%20jogo%20do%20bicho%20foi,ap%C3%B3s%20perder%20o%20subs%C3%ADdio%20imperial. Acesso em: 14 maio 2024

BOATRIGHT, J. R. **Ethics in Finance**. 2. ed. Oxford: Blackwell Publishing, 2010.

BOATRIGHT, J. R. **Finance Ethics: Critical Issues in Theory and Practice.** Wiley, 2010.

BBC. *Eike Batista é processado por investidores nos EUA*. BBC, 12 nov. 2013. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/11/131112_eike_investidores_ac_dg. Acesso em: 14 maio 2024.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de responsabilidade civil**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). CVM divulga estudo sobre possível regulamentação envolvendo influenciadores digitais e o mercado de capitais. 2023. Disponível em: https://www.gov.br/cvm/pt-br/assuntos/noticias/2023/cvm-divulga-estudo-sobre-possivel-regulamentacao-envolvendo-influenciadores-digitais-e-o-mercado-de-capitais#:~:text=A%20Comiss%C3%A3o%20de%20Valores%20Mobili%C3%A1rios%20%28CVM%29%20publica%20hoje%2C,do%20mercado%20de%20valores%20mobili%C3%A1rios%20regulados%20pela%20CVM.. Acesso em: 25 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 4.728, de 14 de julho de 1965**. Dispõe sobre o mercado de capitais e estabelece medidas para o seu desenvolvimento. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4728.htm. Acesso em: 16 set. 2024.

BRASIL. *CVM multa Eike Batista em R$ 536 mi por omitir informações ao mercado*. Consultor Jurídico, 27 maio 2019. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2019-mai-27/cvm-multa-eike-batista-536-mi-omitir-informacoes-mercado/. Acesso em: 14 maio 2024.

BRASIL. Lei nº 4.728, de 14 de julho de 1965. Disciplina o mercado de capitais e estabelece medidas para o seu desenvolvimento. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 14 jul. 1965. Disponível em: https://legislacao.presidencia.gov.br/atos?tipo=LEI&numero=4728&ano=1965&ato=bbcITWq1UeZRVT68b . Acesso em: 21 de julho 2024.

BRASIL. Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976. Dispõe sobre o mercado de valores mobiliários e cria a Comissão de Valores Mobiliários. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 7 dez. 1976. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6385compilada.htm . Acesso em: 21 de julho 2024.

BRASIL. Lei nº 14.790, de 7 de fevereiro de 2023. *Dispõe sobre a regulamentação das apostas esportivas*. Diário Oficial da União. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/l14790.htm. Acesso em: 14 maio 2024.

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 25 set. 2024.

BRASILEIROS gastam R$ 20 bilhões por mês com apostas online. *Propmark*, 14 maio 2024. Disponível em: <https://propmark.com.br/brasileiros-gastam-r-20-bi-por-mes-com-apostas-online/#:~:text

os%20brasileiros%20gastaram%20em%20torno,para%20empresas%20de%20apostas%20online >. Acesso em: 25 set. 2024.

BRASILEIROS gastaram cerca de R$ 20 bilhões por mês em apostas online, estima revela BC. *G1*, 24 set. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2024/09/24/brasileiros-gastaram-cerca-de-r-20-bilhoes-por-mes-em-apostas-online-estima-revela-bc.ghtml >. Acesso em: 25 set. 2024.

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 25 set. 2024.

BSM Supervisão de Mercados. Disponível em: https://www.bsmsupervisao.com.br/. Acesso em: 14 maio 2024.

BSM Supervisão. Influenciadores Digitais. Disponível em: https://www.bsmsupervisao.com.br/assets/file/NO-BSM-20-2023-Influenciadores-Digitais.pdf. Acesso em: 28 jun. 2024.

CARVALHO, J. **O impacto das fraudes no desenvolvimento do mercado de capitais**. São Paulo: Editora Econômica, 2023.

CARVALHO, P. **Regulação e Autorregulação no Mercado de Capitais**. Revista de Economia e Finanças, vol. 12, n. 3, 2005, p. 58-77.

COFFEE, J. C. **Law and the Market: The Impact of Enforcement.** University of Pennsylvania Law Review, v. 156, n. 2, 2007 p. 229-311.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). **Resolução CVM nº 19, de 2021.** Regula a atuação dos assessores de investimento. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 2021. Disponível em: https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol019.html Acesso em: 22 de maio 2024

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Resolução CVM nº 16, de 5 de agosto de 2019**. Disponível em: https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol016.html. Acesso em: 16 set. 2024.

CVM. **Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976.** Disponível em:https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/leis-decretos/lei6385.html . Acesso em: 16 maio 2024.

CVM. **Resolução nº 178, de 14 de fevereiro de 2023**. Disponível em: https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol178.html . Acesso em: 16 maio 2024.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Resolução CVM nº 179, de 22 de julho de 2022**. Disponível em: https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol179.html. Acesso em: 16 set. 2024.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Resolução CVM nº 19, de 25 de julho de 2019**. Disponível em: https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol019.html. Acesso em: 16 set. 2024.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Resolução CVM nº 20, de 25 de julho de 2019**. Disponível em: https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol020.html. Acesso em: 16 set. 2024.

E-Investidor. CVM condena 'Faraó dos Bitcoins' por pirâmide. Estadão, 2023. Disponível em: https://einvestidor.estadao.com.br/ultimas/cvm-condena-farao-dos-bitcoins-piramide/ . Acesso em: 14 maio 2024.

ESTADÃO. *Maninho: marcas no crime, no bicho, no samba e no Rio*. Disponível em: https://www.estadao.com.br/brasil/maninho-marcas-no-crime-no-bicho-no-samba-e-no-rio/ . Acesso em: 14 maio 2024.

FENWICK, M.; KAAL, W. A.; VERMEULEN, E. P. M. **Regulation Tomorrow: What Happens When Technology Is Faster Than the Law?** American University Business Law Review, v. 8, n. 3, p. 561-593, 2019.

GASPAROTTO, V.; FREITAS, L.; EFING, J (2019). **A Nova Era dos Influenciadores Digitais.** Rio de Janeiro: Editora ABC, 2019.
GLOBO, Extra. *Influenciador que foi a todos os jogos da Copa se dá de presente jatinho de R$ 10 milhões: quem é Lucas Tylty*. Extra. Disponível em: https://extra.globo.com/famosos/noticia/2023/10/influenciador-que-foi-a-todos-os-jogos-da-copa-se-da-de-presente-jatinho-de-r-10-milhoes-quem-e-lucas-tylty.ghtml. Acesso em: 14 maio 2024.

HEGEL, G. W. F. **Elements of the Philosophy of Right.** Cambridge: Cambridge University Press, 1991.

INFOMONEY. *Eike Batista é absolvido pela CVM em processo sobre inconsistências no currículo*. InfoMoney. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/mercados/eike-batista-e-absolvido-pela-cvm-em-processo-sobre-inconsistencias-no-curriculo/. Acesso em: 14 maio 2024.

ITAÚ UNIBANCO. Tarifas de conta corrente. Disponível em: https://www.itau.com.br/contas/conta-corrente/tarifas. Acesso em: 16 set. 2024.

JUSBRASIL. Jurisprudência: compra de celulares iPhone em aplicativo de rede social. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/busca?q=compra+de+celulares+iphone+em+aplicativo+de+rede+social. Acesso em: 25 set. 2024.

KEYNES, John Maynard. ***Teoria geral do emprego, do juro e da moeda* (*General theory of employment, interest and money*).** Tradutor: CRUZ, Mário Ribeiro da. São Paulo: Editora Atlas, 1992. ISBN 978-85-224-1457-4

LEGISWEB. **Lei Complementar nº 194, de 23 de junho de 2022.** Disponível em: https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=421810. Acesso em: 16 set. 2024.

LIMAS, J.; SILVA, L (2021). **Cooperação internacional em regulação financeira.** Editora Jurídica Brasileira, 2021.

LIMA MARQUES, Cláudia. **Confiança no comércio eletrônico e proteção do consumidor: o impacto da declaração de direitos digitais na União Europeia e no Brasil**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

LOPES, Reinaldo. ***A guerra dos caça-níqueis*.** IstoÉ. Disponível em: https://istoe.com.br/23319_A+GUERRA+DOS+CACA+NIQUEIS/. Acesso em: 14 maio 2024.

MARINHO, André. *Investimento das casas de apostas em patrocínios ultrapassa meio bilhão por ano na Série A*. Exame. Disponível em: https://exame.com/marketing/investimento-das-casas-de-apostas-em-patrocinios-ultrapassa-meio-bilhao-por-ano-na-serie-a/. Acesso em: 14 maio 2024

MENDES, L. **Desafios na educação financeira em mercados emergentes**. Brasília: Editora DF, 2021.

MENDES, R.; LIMA, S. **História do mercado de capitais no Brasil**. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

ME POUPE! MAIS. Disponível em: https://vendas.mepoupemais.com.br/2/?utm_source=google&utm_medium=cpa&utm_campaign=convert_me-poupe_conversion_lp-vendas_google_cpa_search-brand&utm_content=all_me-poupe_all_br&utm_term=all_texto_mp-mais-cursos_sem-oferta_generico&gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMIwdqvtJSIhwMVUlpIAB13xgBVEAAYASAAEgJUQ_D_BwE. Acesso em: 28 jun. 2024.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça. Apelação Cível: Ação de Indenização – Propaganda Enganosa e Abusiva – Dano Moral Configurado. Processo nº 10708100037926001. Relator(a): Aparecida Grossi. Data de Julgamento: 21 ago. 2020. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-mg/931186999. Acesso em: 25 set. 2024.

MOORE, G. **Corporate Scandals: The Many Faces of Greed**. Nova Iorque: Routledge, 2005.

MOORE, G. E. **Principia Ethica.** Dover Publications, 2005.

NIGRO, Thiago. InfoMoney. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/perfil/thiago-nigro/. Acesso em: 28 jun. 2024.

NIGRO, Thiago. Instagram. Disponível em: https://www.instagram.com/thiago.nigro/?hl=pt-br. Acesso em: 28 jun. 2024.

NIGRO, Thiago. *Thiago Nigro ostenta R$ 10 milhões em rede social e afirma: '1 minuto para fazer'*. IstoÉ. Disponível em: https://istoe.com.br/thiago-nigro-ostenta-r-10-milhoes-em-rede-social-e-afirma-1-minuto-para-fazer/#:~:text=Thiago%20Nigro%20usou%20o%20Instagram,1%20minuto%20de%20seu%20tempo. Acesso em: 14 maio 2024.

OLIVEIRA, M.; SANTOS, J. **Autorregulação no mercado financeiro.** Rio de Janeiro: Editora Financeira, 2002.

PAMPLONA FILHO, Rodolfo; STOLZE, Pablo. **Novo curso de direito civil: responsabilidade civil**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

PERINI, Bruno. Suno. Disponível em: https://www.suno.com.br/tudo-sobre/bruno-perini/. Acesso em: 28 jun. 2024.

ROCHA, S (2019). Fraudes financeiras no Brasil e o papel da regulação. São Paulo: Editora Senac, 2019.

SAÚDE no PLOA 2024 cresceu 4,6% em relação ao PLOA 2023. *IEPS*, 11 set. 2023. Disponível em: <https://ieps.org.br/saude-ploa-2024-cresceu-46-em-relacao-ao-ploa-2023/#:~:text=O%20Projeto%20de%20Lei%20Or%C3%A7ament%C3%A1ria%20Anual%20(PLOA)%20de%202024%20prev%C3%AA,dados%20s%C3%A3o%20do%20Boletim%20n>. Acesso em: 25 set. 2024.

SAIBA quem foi o bicheiro Maninho do Salgueiro. **Extra**. Disponível em: https://extra.globo.com/noticias/rio/saiba-que-foi-bicheiro-maninho-do-salgueiro-188190.html. Acesso em: 14 maio 2024

SciELO. **Como ocorre a construção da educação financeira nas escolas brasileiras.** 2020. Disponível em: https://humanas.blog.scielo.org/blog/2020/05/20/como-ocorre-a-construcao-da-educacao-financeira-nas-escolas-brasileiras/ . Acesso em: 14 junho 2024.

Seu Dinheiro. Primo Rico na mira, ANBIMA propõe regras para contratação de influenciadores de finanças. Seu Dinheiro, 2023. Disponível em: https://www.seudinheiro.com/2023/economia/primo-rico-na-mira-anbima-propoe-regras-para-contratacao-de-influenciadores-de-financas-flal/ . Acesso em: 5 julho 2024.

SILVA, M.; ROCHA (2019), A. **Estratégias para combater fraudes no mercado financeiro.** Rio de Janeiro: Editora Mercado, 2019.

SILVA, P (2020). **Criptomoedas e regulação no Brasil: desafios para a CVM**. Revista de Finanças Públicas e Direito Fiscal, 12(1), 89-107, 2020.

Supervisão de Mercados. Nota de Orientação 20/2023: Influenciadores Digitais. Disponível em: https://www.bsmsupervisao.com.br/assets/file/NO-BSM-20-2023-Influenciadores-Digitais.pdf. Acesso em: 14 maio 2024.

STJ. **Sexta Turma nega pedido do empresário Eike Batista e mantém processo por crime de insider trading na Justiça Federal.** Superior Tribunal de Justiça, 27 nov. 2018. Disponível em: https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias-antigas/2018/2018-11-27_19-46_Sexta-Turma-nega-pedido-do-empresario-Eike-Batista-e-mantem-processo-por-crime-de-insider-trading-na-Justica-Federal.aspx. Acesso em: 14 maio 2024.

TJPR - Tribunal de Justiça do Paraná. Jurisprudência. **Apelação Cível n. 1249568-308. JusBrasil.** Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-pr/1249568308>. Acesso em: 27 set. 2024.

TORO INVESTIMENTOS. **Pirâmide salarial no Brasil: quanto ganha a população?**. Disponível em: https://blog.toroinvestimentos.com.br/alta-renda/piramide-salarial-brasil/. Acesso em: 16 set. 2024.

TUFEKCI, Z. **Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest**. Yale University Press, 2017.

UOL. **Jatinhos, iates e mansões: conheça os maiores golpistas das criptomoedas. Economia,** 17 ago. 2022. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2022/08/17/jatinhos-iates-e-mansoes-conheca-os-maiores-golpistas-das-criptomoedas.htm >. Acesso em: 27 set. 2024.

USUÁRIOS do Bolsa Família gastam R$ 3 bi em apostas online em agosto, revela Banco Central. *Estadão*, 23 set. 2024. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/economia/bolsa-familia-bets-apostas-online-agosto-3-bi-banco-central/ >. Acesso em: 25 set. 2024.

VALLE, A**. Influência Digital: Teoria e Prática**. São Paulo: Academia do Marketing, 2019.

VALLE, Alberto. Academia do Marketing. Disponível em: https://academiadomarketing.com.br/author/alberto/. Acesso em: 28 jun. 2024

Valor Econômico. ANBIMA sugere que CVM defina limite entre opinião e recomendação de influenciador. 2024. Disponível em: https://valor.globo.com/financas/noticia/2024/03/01/anbima-sugere-que-cvm-defina-limite-entre-opiniao-e-recomendacao-de-influenciador.ghtml . Acesso em: 24 setembro 2024.

VALOR ECONÔMICO. Dinheiro para bets sai da poupança e é desafio ao varejo. 26 jan. 2024. Disponível em: https://valor.globo.com/empresas/noticia/2024/01/26/dinheiro-para-bets-sai-da-poupanca-e-e-desafio-ao-varejo.ghtml. Acesso em: 25 set. 2024.

VOCÊ MAIS RICO. Disponível em: https://vocemaisrico.com/. Acesso em: 28 jun. 2024.

YAZBEK, O. ***Regulação do mercado financeiro e de capitais*.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.** Disponível: https://www.intrinseca.com.br/upload/livros/1%C2%BACap-AEraDoCapitalismoDeVigilancia.pdf