

# A RESPONSABILIDADE CIVIL E CRIMINAL DE INFLUENCIADORES DIGITAIS NA DIVULGAÇÃO DE JOGOS DE AZAR ONLINE

Sarah Azevedo Botelho

Mariana Rezende Mantovani

**CENTRO UNIVERSITÁRIO UNA**

Direito, campus Linha Verde/BH, natalia.marra@ulife.com.br



## INTRODUÇÃO

Com a ascensão dos influenciadores digitais e seu impacto no público, aumenta a preocupação com a divulgação de plataformas de apostas online nas mídias sociais, atividade sem regulamentação específica no Brasil. Embora a Lei nº 3.688/1941 proíba os jogos de azar, a modalidade online ainda não é regulamentada, o que favorece parcerias entre plataformas de apostas e influenciadores. Esses acordos podem gerar de riscos aos consumidores, como o jogo patológico e o endividamento.



## OBJETIVOS

O trabalho analisa a responsabilidade civil e penal dos influenciadores digitais na promoção de jogos de azar online e avalia se o sistema jurídico brasileiro atual é suficiente para responsabilizá-los por danos causados a terceiros.

## METODOLOGIA

O trabalho adota uma abordagem qualitativa para analisar a responsabilidade dos influenciadores digitais segundo a legislação brasileira, utilizando pesquisa bibliográfica em doutrinas, artigos, Google Acadêmico, plataforma Ulife e sites de Tribunais.

## RESULTADOS

Muitas plataformas de apostas online estão sediadas no exterior e, devido a isso, não estão sujeitas à jurisdição brasileira. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) permite a responsabilização objetiva dos influenciadores como "fornecedores por equiparação", por influenciarem a cadeia de consumo. No âmbito penal, a falta de regulamentação específica impede a aplicação direta de avaliações criminais, devido ao princípio da legalidade.

## CONCLUSÕES

A edição de uma lei específica para regulamentar as atividades dos influenciadores digitais é essencial. Os Códigos já vigentes no ordenamento jurídico brasileiro apresentam uma base limitada para a responsabilização. Em um cenário digital em constante transformação, a legislação especializada forneceria diretrizes precisas sobre as atividades e obrigações dos criadores de conteúdo, bem como contribuiria para a redução de práticas enganosas.

## BIBLIOGRAFIA

BRASIL. **Lei nº. 3.688, de 3 de outubro de 1941.** Lei das Contravenções Penais. Brasília-DF, 1941. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del3688.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del3688.htm). Acesso em: 22 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília-DF, 1990. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm). Acesso em: 22 set. 2024.

GASPARATTO, Ana Paula Gilio; FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra; EFING, Antônio Carlos. Responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Revista Jurídica Cesumar** - Mestrado, v. 19, n. 1, p.65-87, 9 abr. 2019. Centro Universitario de Maringá. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.17765/2176-9184.2019v19n1p65-87>. Acesso em: 19 out. 2024.

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus que nos capacitou e permitiu que o nosso sonho de cursar Ensino Superior fosse concretizado. Aos nossos pais, Patrícia Mantovani e José Antônio Mantovani, bem como Adélia Botelho e Wellington Botelho, pelo apoio durante a graduação. Aos professores que nos acompanharam ao longo do curso e que, com empenho, se dedicaram à arte de ensinar e contribuir para a nossa vida profissional.