

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

Sarah Azevedo Botelho, Centro Universitário Una (campus Linha Verde/BH),
sarahbotelho21@gmail.com; Mariana Rezende Mantovani, Centro Universitário Una (campus
Linha Verde/BH), marimant6@gmail.com; Natália Cardoso Marra (Dra.),
natalia.marra@ulife.com.br.

RESUMO

O trabalho analisa a responsabilidade civil e penal dos influenciadores digitais que promovem jogos de azar online no Brasil. Através de uma pesquisa qualitativa e bibliográfica debruçada em doutrinas, artigos acadêmicos e jurisprudências, verifica-se se influenciadores podem ser responsabilizados com a legislação vigente, visto que não há norma específica sobre o tema. Os resultados mostram que, por obterem benefícios financeiros e influenciarem a demanda, os influenciadores integram a cadeia de consumo, sujeitando-se à responsabilidade objetiva pelo Código de Defesa do Consumidor. Todavia, quanto à responsabilidade penal, a legislação brasileira ainda é omissa, uma vez que jogos de azar online, operados fora do país, não se enquadram na Lei de Contravenções Penais. Conclui-se que a criação de uma regulamentação específica para a atuação de influenciadores é essencial, pois a legislação atual não fornece uma base sólida para responsabilizar esses profissionais e proteger os consumidores em um ambiente digital em constante evolução.

Palavras-Chave: Influenciador digital, jogos de azar online, responsabilidade.

INTRODUÇÃO

Com o advento da internet e a popularização das redes sociais, ascendeu a figura do influenciador digital, o qual exerce influência nas vidas de indivíduos por terem muitos seguidores e serem considerados especialistas naquilo que divulgam. Conforme a Lei nº 3.688, os jogos de azar são proibidos no Brasil desde o ano de 1941, enquadrando-se como contravenção penal. No entanto, o desempenho de jogos de azar online tem aumentado há alguns anos no Brasil, uma vez que a modalidade online ainda não é regulamentada. As plataformas de apostas online são sites ou aplicativos que permitem aos usuários realizar apostas em atividades de jogos de azar através da internet. Nesse sentido, essas plataformas realizam parcerias pagas com os influenciadores digitais para que estes divulguem os ambientes online em suas redes sociais e influenciem seu público a apostar. A prática de publicidade de

jogos de azar online pode acarretar danos relacionados ao jogo patológico e endividamento a terceiros. Dessa forma, o presente trabalho objetivou discorrer sobre a responsabilização no âmbito civil e penal de influenciadores digitais divulgadores de jogos de azar online e verificar se o ordenamento jurídico brasileiro, sem a previsão da prática de jogos online de azar e da responsabilização de criadores de conteúdo, são suficientes para garantir a responsabilização dos influenciadores digitais em relação aos danos causados a terceiros.

MÉTODO

O trabalho utiliza uma abordagem qualitativa para analisar a responsabilidade dos influenciadores digitais frente à legislação brasileira. Os métodos incluem pesquisa de tipo bibliográfica em doutrinas e artigos de periódicos devido à atualidade do tema. As pesquisas foram realizadas no Google Acadêmico, na plataforma de pesquisa do Ulife, bem como nos ambientes online de Tribunais.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O referido trabalho apresenta uma análise sobre a responsabilidade dos influenciadores digitais, ressaltando os aspectos legais e doutrinários nos quais os criadores de conteúdo poderiam ser incluídos, bem como comparações com normas estrangeiras que tratam especificamente sobre o tema. Foi verificado que muitas plataformas de apostas online que operam no Brasil são empresas sediadas em outros países. Elas são as fornecedoras e desenvolvem sua atividade a partir de jurisdições estrangeiras. Os cassinos online possuem infraestrutura e localizada em outros países, o que lhes permite burlar as leis brasileira, ficando fora do alcance das autoridades, o que prejudica o controle, fiscalização e restrição do acesso aos sites. Nesse contexto, buscou-se entender qual é o papel do criador de conteúdo que divulga as plataformas de azar online nas mídias sociais. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) prevê implicitamente o conceito de fornecedor por equiparação no art. 3º e 7º, parágrafo único. Nessa perspectiva, o fornecedor por equiparação, ainda que não esteja diretamente relacionado com a produção do produto ou prestação do serviço, contribui indiretamente para a cadeia de consumo através da influência na oferta ou no consumo. Isto posto, os influenciadores digitais, ao promoverem produtos e serviços por meio das redes sociais, desempenham um papel na cadeia de consumo e estão sujeitos aos dispositivos do código consumerista. Já de acordo com

o art. 14, do CDC, a responsabilidade do fornecedor de serviços é objetiva e independe da existência de culpa, bem como que ele responde pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços e por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos. Assim, entende-se que a responsabilidade civil dos influenciadores digitais é objetiva, ou seja, independente de culpa, uma vez que percebem benefícios financeiros e integram o fluxo de consumo através da influência que exercem em seus seguidores. Já no âmbito da responsabilidade criminal, não há que se falar em responsabilidade penal referente à operação de jogos de azar online fora do território brasileiro, considerando o art. 2º da Lei de Contravenção Penal (LCP). É notória a omissão legislativa no que se refere à responsabilidade criminal pela facilitação da prática de jogos de azar online no que se refere à divulgação pelos influenciadores digitais. A lacuna legislativa pode abrir precedente para possível aplicação da LCP, todavia deve-se evitar a utilização da analogia que desfavorece o réu *in malam partem*, tendo em vista a previsão do princípio constitucional da legalidade disposto no art. 5º, XXXIX, da Constituição Federal de 1988, que garante que não há crime sem lei anterior que o defina.

CONCLUSÕES

A edição de uma lei específica para regulamentar as atividades dos influenciadores digitais é essencial, pois a atuação desses profissionais afeta um grande público e pode gerar riscos para os seguidores. Os Códigos já vigentes no ordenamento jurídico brasileiro apresentam uma base limitada para a responsabilização, o que representa lacunas na aplicação de casos concretos. Em um cenário digital em constante transformação, a legislação especializada forneceria diretrizes precisas sobre as atividades e obrigações dos criadores de conteúdo, contribuiria para a redução de práticas enganosas, bem como promoveria um ambiente digital transparente e seguro.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Marina Barbosa; MAGALHÃES, Vanessa de Pádua Rios. A Responsabilidade Civil dos Influenciadores Digitais Pelos Produtos e Serviços Divulgados nas Redes Sociais. **Revista Eletrônica do Ministério Público do Estado do Piauí**, Piauí, 2ª Ed., Ano 01, Jul/Dez 2021. Disponível em: <https://www.mppi.mp.br/internet/wp-content/uploads/2022/06/A->

responsabilidade-civil-dos-influenciadores-digitais-pelos-produtos-e-servic%CC%A7os-divulgados-nas-redes-sociais.pdf. Acesso em: 22 set. 2024.

BIGAS, Bárbara. **França: primeiro país europeu a regulamentar marketing de influenciadores digitais. E no Brasil?** Jornal da USP, 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/franca-primeiro-pais-a-regulamentar-marketing-de-influenciadores-digitais-e-no-brasil/>. Acesso em: 19 out. 2024.

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. 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. Acesso em: 22 set. 2024.

DE FAVERI, D. **Cassinos online hospedados no exterior e suas operações dentro do mercado brasileiro: desafios legais e regulatórios.** Disponível em: <https://adelpha-api.mackenzie.br/server/api/core/bitstreams/6541d131-f610-4549-9e05-5e9320047184/content>. Acesso em: 18 out. 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 Maringa. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.17765/2176-9184.2019v19n1p65-87>. Acesso em: 19 out. 2024.

NAKAMURA, João. **Setor de apostas online cresceu 734% desde 2021, aponta pesquisa.** CNN, 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/setor-de-apostas-online-cresceu-734-desde-2021-aponta-pesquisa/>. Acesso em: 20 out. 2024.

NUCCI, Guilherme de S. **Manual de Direito Penal - Volume Único.** Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2024. E-book. ISBN 9786559649303. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559649303/>. Acesso em: 22 set. 2024.

STRINGARI, C.; MANFROI, G. Jogos de azar e de apostas de quota fixa on-line: reflexões sobre a proteção do consumidor-apostador. **Revista Digital Constituição e Garantia de Direitos**, [S. l.], v. 17, n. 1, p. 176–193, 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/constituicaoegarantiadedireitos/article/view/37770>. Acesso em: 23 out. 2024.