

**II CONGRESSO INTERNACIONAL DE
DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS,
TECNOLOGIA E INTERNET**

RESPONSABILIDADE CIVIL E TECNOLOGIA

R434

Responsabilidade civil e tecnologia [Recurso eletrônico on-line] organização II Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet: Faculdade de Direito de Franca – Franca;

Coordenadores: Liton Lanes Pilau Sobrinho, Alisson Jose Maia Melo e Marcelo Toffano – Franca: Faculdade de Direito de Franca, 2024.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-014-4

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Regulação do Ciberespaço.

1. Responsabilidade Civil. 2. Tecnologia. 3. Relações de Consumo. 4. Políticas Públicas de Desenvolvimento. 5. Efetividade do Direito. I. II Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet (1:2024 : Franca, SP).

CDU: 34

II CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS, TECNOLOGIA E INTERNET

RESPONSABILIDADE CIVIL E TECNOLOGIA

Apresentação

Entre os dias 27 e 30 de agosto de 2024, a Faculdade de Direito de Franca recebeu o Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet. O evento reuniu acadêmicos, profissionais, pesquisadores e estudantes, promovendo o debate interdisciplinar sobre o impacto das inovações tecnológicas no campo jurídico e nas políticas públicas. A programação envolveu Grupos de Trabalho (GTs) organizados para aprofundar temas específicos, abordando desde o acesso à justiça até as complexidades da regulação tecnológica, com ênfase na adaptação do sistema jurídico aos avanços da inteligência artificial e da automação.

O GT 10 – Responsabilidade Civil e Tecnologia dedicou-se ao estudo das interfaces entre responsabilidade civil e tecnologia, abordando os princípios que orientam a responsabilidade civil no contexto contemporâneo. Foram discutidos temas como a responsabilidade subjetiva e objetiva, tanto em contratos quanto fora deles, e a responsabilidade das pessoas jurídicas e de seus administradores em um ambiente cada vez mais influenciado por tecnologias. As discussões também se aprofundaram na responsabilidade por fato de outrem e nas implicações tecnológicas nas relações de consumo, enfatizando como as novas tecnologias desafiam e reconfiguram os conceitos tradicionais da responsabilidade civil. Este GT trouxe reflexões essenciais sobre a adaptação dos marcos jurídicos para responder às exigências de uma sociedade digital e conectada.

A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS DIANTE DA PUBLICIDADE DOS JOGOS DE AZAR.

THE CIVIL LIABILITY OF DIGITAL INFLUENCERS IN THE FACE OF GAMBLING ADVERTISING.

**Flavia Fernanda da Silva Souza
Júlia Pícolo Micali**

Resumo

O presente estudo discorre sobre a responsabilidade civil dos influenciadores digitais sobre o prisma da publicidade dos jogos de azar, relacionando sua crescente no meio digital com a falta de regulamentação adequada, impactando nos atos de imprudência pelos supracitados. É notável que a divulgação irrestrita e irresponsável pelos influenciadores, somado a falta de uma regulamentação que imponha limites, faz com que as vítimas, influenciadas, sofram danos, sem que alguém seja responsabilizado. A pesquisa objetiva a criação de uma regulamentação adequada diante os influenciadores digitais. Finalmente, a metodologia utilizada nesta pesquisa será a dedutiva, também foram utilizados métodos comparativos e bibliográficos.

Palavras-chave: Responsabilidade, Influenciadores digitais, Meios digitais, Jogos de azar

Abstract/Resumen/Résumé

This study discusses the civil liability of digital influencers through the prism of gambling advertising, relating its growth in the digital environment to the lack of adequate regulation, impacting on acts of recklessness by those mentioned above. It is notable that the unrestricted and irresponsible dissemination by influencers, coupled with the lack of regulations that impose limits, means that the victims who are influenced suffer damage, without anyone being held responsible. The research aims to create appropriate regulations for digital influencers. Finally, the methodology used in this research will be deductive, and comparative and bibliographic methods will also be used.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Responsibility, Digital influencers, Digital media, Gambling

1 INTRODUÇÃO

No contexto da sociedade nos dias atuais há a verificação da plena ascensão das plataformas digitais como meio de divulgação de produtos e serviços em detrimento dos meios anteriores, como propagandas nas televisões ou rádios. Dessa forma, ante a inovação dessa presente era, há o surgimento dos chamados influenciadores digitais, que se tornaram modelos a serem seguidos pelas novas gerações; tal influência chamou a atenção dos fornecedores, de modo a torná-los os novos atores publicitários dessa geração.

Percebe-se que propagandas veiculadas no ambiente digital por influenciadores com inúmeros seguidores, possuem uma maior amplitude de propagação, tanto no âmbito da velocidade quanto no de alcance das informações, impondo, deste modo, assimetria de informações ao consumidor na relação de consumo, assim como essas figuras, ao apresentarem produtos e serviços, despertam a confiança do consumidor, agregando valor à marca e potencializando as suas vendas.

Na busca por meios inovadores de desenvolvimento econômico, político, cultural e social, a inserção das redes sociais tornou-se uma estratégia capitalista. Apesar dos altos investimentos necessários, as redes sociais provaram serem os meios mais lucrativos, rentáveis e de crescimento mais ágil no mundo atual. Apesar da evidente evolução da tecnológica e a indiscutível preponderância dos meios digitais nas atuais relações sociais, a sociedade, no entanto, demonstrou falta de preparo para os avanços das últimas duas décadas. Esse despreparo se manifesta na velocidade e na extensão das mudanças, com impactos negativos consideráveis, estando intrinsecamente ligado ao consumo exacerbado, tornando os indivíduos vulneráveis às influências e dependências, muitas vezes em detrimento de seu bem-estar. (Somogy, 2023).

A pesquisa consistirá, preambularmente, acerca da possibilidade de responsabilização civil dos influenciadores digitais dentro das normas preexistentes no ordenamento jurídico, com a premissa no Código de Defesa do Consumidor, assim como a latente necessidade de regulamentações específicas vindas do Direito Digital.

Questiona-se então se, no contexto apresentado, seria possível a responsabilização dos influenciadores digitais em função da produção e propagação de publicidades ilícitas, como os jogos de azar, além de enfatizar que o direito digital, com sua escassez em criar regulamentações mais específicas, necessita formular legislações que abranjam os delitos citados, estes que ocorrem nos meios digitais, indagando qual a medida que pode ser adotada

em face desse dilema, tendo-se em mente que o influenciador digital tem o dever de agir com responsabilidade e ética em suas atividades publicitárias.

Ademais, analisar-se-á também nesta pesquisa a relevância dos influenciadores na sociedade atual, qual papel essas figuras desempenham na cadeia de consumo; explorar o funcionamento dos jogos de apostas e sua posição atual no Brasil, esmiuçar o PL2.347/22 que pretende regularizar e regulamentar a profissão de influenciador; o PL 3.915/23, que discute sobre a proibição da divulgação de empresas de jogos de azar, ou quaisquer atividades relacionada às apostas por parte dos influenciadores digitais e artistas; assim como também, a lei francesa sobre o tema; por fim, verificar como se dará a responsabilização dos influenciadores e das plataformas que abrigam os jogos de azar.

A metodologia utilizada na presente pesquisa será a dedutiva, cujo processo de análise da informação que utiliza o raciocínio lógico e a dedução para obter uma conclusão a respeito de um determinado assunto. Além disso, utilizar-se-á a pesquisa bibliográfica, uma vez que será necessária a análise dos Projetos de Lei n° 2347/22 e n° 3915/23, dados do CONAR e algumas legislações previstas no Código Civil, Código do Consumidor e Código Penal. Outrossim também será aplicada a pesquisa comparativa, visto que será analisar uma Lei francesa publicada a respeito do assunto tratado nesta pesquisa.

2 A RESPONSABILIDADE DOS INFLUENCIADORES

Com o advento das novas formas de comunicação, pessoas comuns passaram a ter espaço para crescer como produtores de conteúdo ou formadores de opinião através da internet, sendo denominadas “digital influencers”, estes que, por meio de suas redes sociais, passam a produzir vídeos, textos e opiniões, enquanto outras pessoas a acompanham, os chamados como “seguidores”, que se identificam de alguma forma com os influenciadores, e passam a acompanhar os conteúdos produzidos por eles constantemente, sendo por meio destas, influenciados.

Traz-se também à baila o conceito presente no PL 2.347/22, que visa a regulamentação da atividade profissional de influenciador digital profissional no âmbito Federal, em seu art. 2º: “Compete ao Influenciador Digital Profissional criar e publicar conteúdo na Internet, em redes sociais, blogs e sites, na forma de vídeos, imagens ou textos, capaz de influenciar opiniões, comportamentos e manifestações de seus seguidores e afins, além de informar a população sobre temas que julga relevantes.”

Ademais, segundo pesquisa da Nielsen Media Researc, que contabilizou postagens feitas entre novembro de 2021 e abril de 2022 nas plataformas Instagram, TikTok e YouTube, o Brasil é campeão mundial em número de influenciadores digitais, principalmente na categoria Instagram, são 10,5 milhões, com pelo menos 1 mil seguidores cada um, em média. Já no ano de 2023, de acordo com um estudo da mesma multinacional, o dado obtido é de que mais de 500 mil pessoas atuam como influencers no país, com no mínimo 10 mil seguidores cada.

Uma vez conceituada a profissão e atividade do influenciador digital, ressalta-se que sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor e Código Civil, é evidente que os influenciadores digitais desempenham uma função vital na cadeia de fornecimento, podendo ser equiparados aos fornecedores, ao fazerem publicidades para empresas, serviços e produtos. Desta forma, é importante ressaltar a responsabilidade civil objetiva dos influenciadores, uma vez que possuem conhecimento do funcionamento dos cassinos virtuais, apresentam o processo de apostar nestas plataformas de forma enganosa, e ainda assim, criando uma percepção falsa da realidade das apostas, conduzindo o público a equívocos, com o fim de se beneficiar economicamente. Nesse cenário, o art. 37, parágrafo 1º do Código de Defesa do Consumidor é claro em sua redação: "É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva", deixando clara a ilicitude do objeto propagado pelos influenciadores.

A Responsabilidade Civil tem previsão legal no Código Civil, Título IX e em seu art. 927 dispõe: "aquele que por ato ilícito, causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo", assim como, segundo o art. 187 deste mesmo Código: "também figura como ato ilícito o titular de direito que, ao exercê-lo excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou bons costumes". Em suma, a responsabilização é fazer um indivíduo reparar os danos causados a terceiros por suas ações ou omissões, podendo ela ser objetiva, independente da comprovação de culpa do infrator, ou subjetiva, não necessitando tal comprovação.

Analisando a consciência por parte dos influenciadores diante da ilicitude do produto ofertado, a responsabilidade civil objetiva dos influenciadores merece reconhecimento por parte dos tribunais, à medida que a doutrina demonstra a possibilidade de aplicação da legislação consumerista aos anúncios que promovem apostas online e ilícitas. Ainda, a atividade profissional gera a responsabilidade civil de indenizar àqueles que sofrerem danos, dessa maneira, sendo verificada a violação dos direitos básicos do consumidor por meio da publicidade enganosa e abusiva, a legislação autoriza uso de medidas sancionatórias em vista da observância do princípio da boa-fé.

3 A REGULAMENTAÇÃO E SUAS MOTIVAÇÕES

De antemão, é importante ressaltar que em razão do exposto, processos judiciais em desfavor de cassinos são inviáveis, pois há demasiada dificuldade em localizar qualquer representante legal, tendo em vista que as sedes das referidas empresas são em países estrangeiros, tal atitude é proposital, com o fim de inviabilizar o andamento dos procedimentos legais. Em contrapartida, de certa forma, ainda há a questão dos influenciadores e o motivo pelo qual não são responsabilizados devidamente pelos seus atos.

A responsabilidade civil objetiva dos influenciadores digitais está intrinsecamente relacionada, à medida em que esses comunicadores estão plenamente cientes das diretrizes estabelecidas pelo Conselho Nacional Autorregulamentação Publicitária (CONAR). É possível observar a Representação nº 233/22 no CONAR, no qual o relator do caso Conselheiro Vitor Moraes de Andrade elenca a prática da denominada *dark patterns*, consistente em técnicas utilizadas por plataformas digitais a fim de manipular os consumidores a fazerem escolhas que são enganosas. Ainda, em seu voto, o relator (2023) é sucinto ao dizer que "são ações abusivas utilizadas no desenvolvimento de atividades comerciais relacionadas [...] às interfaces online de navegação, que podem prejudicar a capacidade de escolha e a decisão do consumidor". (Somogy, 2023).

A título de exemplificação, toma-se que em 2023 o parlamento francês aprovou uma lei que regulamenta a atividade de influenciadores de mídias sociais, tal medida foi tomada devido a preocupações com a promoção de produtos e tendências perigosas na internet, tendo como exemplo serviços de jogos de sorte, tema deste projeto, o que faz com que seja possível questionar a necessidade de que uma lei de tal espécie, a comparar com o cenário habitual da carência de regulamentação no Brasil e a funcionalidade desta lei francesa. No contexto brasileiro, a respeito do tema tratado, há o PL2.347/22, que busca reconhecer como profissão o trabalho de influenciadores digitais, e o PL 3.915/23, que tem como objetivo proibir a divulgação irresponsável de empresas de apostas por parte de influenciadores.

No âmbito da regulamentação, traz-se à tona os primeiros artigos presentes no PL 3.915/23, *in verbis*: "Art. 1º Fica proibida a divulgação, promoção ou endosso de empresas de apostas, cassinos em geral, jogos de azar ou quaisquer atividades relacionadas a apostas, por parte de digital influencers e artistas." "Art. 2º Digital influencers e artistas são responsáveis por garantir que seus conteúdos não contenham referências ou incentivos a atividades de

apostas.” “Art. 3º A responsabilidade se estende a publicações, vídeos, lives, stories e qualquer outra forma de comunicação com seu público.”.

Segundo o Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária, CONAR, as reclamações sobre publicidade irregular veiculada na internet foram crescendo ao longo dos anos, como exemplo nos anos de 2017, 2018 e 2019, respectivamente, que totalizaram 53,7%; 63,6% e 69,5%. É notável, desta forma que, com o passar dos anos e o maior acesso às mídias sociais digitais, houve uma crescente ao número de reclamações, o que mostra a necessidade de uma maior visibilidade ao problema, e a carência de uma regulamentação dentro das normas do direito digital. A insatisfação do público tornou-se cada vez mais recorrente e notória, visto que as promessas exageradas de lucros e garantias feitas pelos influenciadores são falsas, alimentando uma percepção enganosa sobre a facilidade de ganhar dinheiro com apostas, através de um baixo orçamento.

Segundo dados do Reclame Aqui, nos últimos 06 meses, a empresa que possui apostas e casinos online, Blaze, recebeu mais de 3.839 reclamações a respeito de suas atividades. É importante ressaltar que a empresa supracitada gerou um escândalo de nível nacional, sendo até mesmo investigada, ganhando matéria em canais de televisão com o foco nas propagandas que eram realizadas justamente por grandes influenciadores, até, por fim, suas atividades serem suspensas.

As queixas geralmente giram em torno da falta de prazos claros para retirada de valores, dinheiro bloqueado por tempo indeterminado nas contas dos apostadores e valores retidos, sem justificativas adequadas. Isso demonstra a falta de compromisso não apenas por parte dos cassinos virtuais, mas, principalmente, dos influenciadores digitais, que se beneficiam economicamente às custas da decepção de seus seguidores.

Portanto, é notório que no ambiente digital, há a necessidade de legislações mais específicas para a sua regulamentação devido ao seu grande alcance e presença no cotidiano das pessoas (Bárbara, 2023), ademais, uma lei específica para a internet pode impor uma responsabilização mais rápida e eficaz ao influenciador que divulga produtos de risco financeiro dos seus seguidores, bem como, à responsabilização da própria plataforma que abriga tais conteúdos. Também há de se falar na necessidade das mídias sociais terem uma política própria para coibir a divulgação de publicação de jogos de azar.

CONCLUSÃO

Em conclusão, a crescente quantidade de publicidades relacionadas aos jogos de apostas, e conseqüentemente, o aumento de vítimas decorrentes da influência advinda dos influenciadores, está intimamente ligada a falta de uma legislação específica, que com a ausência de estruturas legais e regulatórias adequadas para lidar com os desafios impostos pela era digital, tem permitido o aumento desenfreado à falta de responsabilidade dos influenciadores digitais, gerando consigo uma série de conseqüências negativas.

Enfim, uma regulamentação deve ser feita a partir do direito digital, que necessita servir como um instrumento para estabelecer parâmetros punitivos a serem aplicados aos influenciadores, buscando criar um modelo que desestimule esses influenciadores e empresas a contornarem a lei brasileira, incentivando o cumprimento de suas responsabilidades. Deste modo, constata-se que a busca pela regularização da atividade possibilitaria uma melhor disposição sobre a segurança jurídica apresentada nos ambientes virtuais, além de garantir de forma mais clara e objetiva aos consumidores as reparações e deveres gerais dos influenciadores.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, C. C. N.; SILVA, M. C.; BRITO, P. L. A. **Publicidade ilícita e influenciadores digitais: novas tendências da responsabilidade civil.** Revista IBERC, Belo Horizonte, v. 2, n. 2, 2019. DOI: 10.37963/iberc.v2i2.55. Disponível em:

<https://revistaiberc.responsabilidadecivil.org/iberc/article/view/55>. Acesso em: 13 abr. 2024.

BERRETA, Patricio Alejandro. Responsabilidad civil delinfluencer. **Revista Acadêmica IESPYC**, São Miguel de Tucumã, v. 2, n. 13, p. 101-140, 19 dez. 2023. Disponível em: <https://uspt.edu.ar/uspt-revistadigital/index.php/iespyc/article/view/99>. Acesso em: 13 abr. 2024.

CARABALLO, Adela Molina. **LA RESPONSABILIDAD DE LOS INFLUENCIADORES DIGITALES POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA: ANÁLISIS DEL RÉGIMEN ACTUAL Y PROBLEMAS QUE SE DERIVAN DEL MISMO.** 2023.

29 f. TCC (Graduação) - Curso de Escuela de Derecho y Ciencias Políticas,

Universidad Pontificia Bolivarian, Medellín, 2023. Disponível em:

<https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/10752>. Acesso em: 13 abr. 2024.

GONÇALVES, C. R. **Responsabilidade Civil.** 23. ed. São Paulo: Saraiva, 2024. E-book.

MARÇAL, Carolina Hespagnol Pinheiro. **A responsabilidade civil dos influenciadores digitais que fazem publicidade de plataformas digitais de jogos de azar e apostas online à luz do ordenamento jurídico brasileiro.** 2023. 57 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2023. Disponível em:

<https://dspace.mackenzie.br/items/6fee84c9-38c6-411b-af30-f020d12ba537>. Acesso em: 17 abr. 2024.

NIELSEN: 500 mil pessoas atuam como influencers no Brasil. 2023. Disponível em: https://www.terra.com.br/noticias/nielsen-500-mil-pessoas-atuam-como-influencers-no-brasil,5c851569022de63ada0dce1427d621bc9q1v8esq.html?utm_source=clipboard. Acesso em: 02 fev. 2023.

SOMOGY, Bruna Heringer. **As implicações da responsabilidade civil de influenciadores digitais sob a perspectiva do induzimento à apostas em cassinos virtuais**. 2023. 34 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2023. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/items/84fd1fce-0130-4646-80c5-ccb44baf5667>. Acesso em: 17 abr. 2024.