

130 RESPONSABILIDADE CIVIL E INFLUENCIADORES DIGITAIS: COMO APLICAR OS DANOS CAUSADOS AOS SEGUIDORES SOBRE INFLUÊNCIA DE CASSINOS ONLINE

Eloisa Potrich

Graduanda do curso de direito, UniCesumar, estudante, eloisapotrich1@gmail.com

Kauana Natalia de Souza

Graduanda do curso de direito, UniCesumar, estudante, kauana.nta@gmail.com

Wellington Júnior Jorge Manzato

Doutorando, UniCesumar, Professor, adv.manzato@hotmail.com

INTRODUÇÃO

A criação da internet possibilitou a comunicação rápida entre indivíduos e o compartilhamento de informações de maneira nunca vista na história da humanidade. Diante disso, cabe ao direito acompanhar essas mudanças sociais e regulamentá-las, possibilitando que os direitos e deveres de seus cidadãos também sejam respeitados no ambiente digital (Fazolin, Almeida. 2024).

Com isso em vista, a internet também passou a ser um meio fundamental de entretenimento e fonte de renda para muitos indivíduos. Esse contexto gera os “influenciadores digitais”, ou seja, pessoas que alcançam um grande público ao compartilharem suas vivências nas redes, para isto, é necessário ter uma boa reputação e a capacidade de engajar com seus seguidores (Somogy, 2023).

Diante o exposto, a pesquisa sobre os influenciadores digitais mostra que a relação de confiança do influenciador com seus seguidores tornou-se atrativa para o ramo publicitário, haja vista o alcance que as redes sociais possuem e a necessidade do mercado de se adaptar às novas mídias. Desse modo, esta figura torna-se uma 'ponte' entre o vendedor e o consumidor (Valeriotte, 2023).

Contudo, pouca atenção tem sido dada à análise dos conteúdos que estão sendo promovidos por tais influenciadores. Em função disso, há um aumento na publicidade de cassinos virtuais, como é o caso da “Blaze” e do “Fortune Tiger”, conhecido também como “Jogo do Tigrinho”, por figuras com diversos seguidores e popularidade nas redes sociais, sem alertar sobre os possíveis perigos dos jogos de azar (Marçal, 2023).

Nota-se, todavia, que tais jogos são ilegais segundo o ordenamento brasileiro. O Decreto-Lei 9.215, de 30 de abril de 1946, proíbe jogos de azar em todo o território nacional, fundamentando-se no estímulo ao vício e na exploração de pessoas vulneráveis. Adicionalmente, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8078, de 11 de setembro de 1990), em seu art. 37, veda a propaganda enganosa ou abusiva, em seu caput. Em seu primeiro parágrafo, explica que 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. No segundo parágrafo, apresenta que é abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança. E por fim, o terceiro

parágrafo, retrata que para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço (Brasil, 1990).

Mediante o apresentado, tal estudo mostra-se de tamanha importância, uma vez que os cassinos online, como os mencionados acima, podem ocasionar danos aos seus consumidores. Isso ocorre porque, nesses jogos, a vitória não está vinculada a alguma habilidade do jogador, mas sim a mecanismos de aleatoriedade, levando indivíduos a jogarem de maneira compulsiva e perdendo a noção do tempo e do dinheiro (Valeriotte, 2023).

Portanto, é crucial compreender esta questão para discutir se os influenciadores, ao promoverem um jogo de apostas ilegal que pode resultar em vícios e danos aos consumidores, são legalmente responsáveis por suas ações. Nesse sentido, o artigo busca analisar tanto a responsabilidade civil objetiva quanto subjetiva dessas pessoas, bem como a possibilidade de responsabilidade solidária, com embasamento no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor (Marçal, 2023).

Entretanto, por se tratar de uma temática recente com a metodologia utilizada sendo revisão literária, há limitações na pesquisa devido à escassez de bibliografia disponível, especialmente no que diz respeito à jurisprudência e doutrinas relacionadas à responsabilidade civil por tais influenciadores digitais ao realizarem propagandas nas redes sociais.

Por fim, levantam-se diversas questões sobre a falta de proteção do consumidor considerado vulnerável pela legislação no ambiente virtual. Mesmo com o avanço do direito digital no Brasil, ainda há uma lacuna no estudo sobre o assunto, tornando necessário uma análise crítica para apontar quem são os responsáveis pela reparação de danos que podem ocorrer aos expostos a essas propagandas.

PROBLEMA DE PESQUISA

O presente estudo é de extrema importância devido à relevância social deste tópico, evidenciada pelo crescimento no mercado de cassinos online no país. Desse modo, é imperativo levantar hipóteses se tais comércios operam na ilegalidade e se a lei brasileira é capaz de proteger integralmente o cidadão na internet, exposto a esse tipo de conteúdo.

Ao abordar esse tema, busca-se questionar a legislação vigente e analisar se está desatualizada em relação aos problemas atuais da sociedade. Assim, trará pesquisas em relação aos danos advindos dos jogos de azar e um novo entendimento sobre a necessidade de reparar danos que possam ocorrer.

Portanto, é necessário discutir sobre quem tem o dever de reparação de tais danos, analisando a culpa e dolo dos fornecedores e indivíduos que promovem a jogatina em suas redes sociais. Dessa forma, esta pesquisa visa contribuir para um debate mais amplo sobre a responsabilidade civil no Brasil, tendo como objetivo desenvolver um debate sobre a proteção dos interesses dos consumidores e a integridade do sistema legal.

Além disso, este estudo contribui para a expansão do conhecimento acadêmico sobre os cassinos online e suas ramificações legais. Nesse sentido, este artigo reside na necessidade de preencher lacunas de conhecimento sobre o tema e promover o debate crítico sobre as implicações éticas, jurídicas e sociais relacionadas a esses comércios.

OBJETIVO

Com base na problemática apresentada, este estudo tem como objetivo geral analisar a falta de legislação atualizada e as lacunas na legislação vigente relacionadas aos

jogos de aposta virtuais no Brasil, bem como identificar os responsáveis por eventuais danos causados aos consumidores.

Ao tratar de objetivos específicos, este artigo visa compreender o crescimento dos cassinos online no país, influenciado por propagandas nas redes sociais, e questionar os papéis dos influenciadores digitais nisso, incluindo observar o papel desses indivíduos no modelo de marketing atual e a possível responsabilização por suas publicações nas redes.

Para isso, analisar-se-á as diferenças entre responsabilidade civil objetiva, responsabilidade civil subjetiva, e responsabilidade solidária, além de apresentar entendimentos doutrinários sobre Direito Civil e Direito do Consumidor. Por fim, tem como intuito destacar os passos necessários no direito digital para garantir a segurança dos usuários da internet expostos à venda e consumo de produtos ilícitos.

METODOLOGIA

O estudo adota como metodologia a pesquisa bibliográfica qualitativa e explicativa, fundamentada na revisão literária de artigos científicos, livros e legislações pertinentes ao tema. Em específico, o artigo consulta o Código Civil, o Código de Defesa do Consumidor e o Decreto-Lei 9.215, de 30 de abril de 1946, que regula os jogos de azar no país, além de recorrer a entendimentos doutrinários sobre responsabilidade civil. Após a coleta dos materiais, será realizada uma análise lógica do conteúdo obtido, visando elaborar conclusões sobre o tema em questão.

RESULTADOS ESPERADOS

O objetivo deste estudo será, através de referencial teórico e bibliográfico, buscar e identificar lacunas nas leis e jurisprudências brasileiras relacionadas aos cassinos online, destacando a falta de atualização e punição para os responsáveis por esses serviços ilegais. Logo em seguida, analisar as diferenças entre responsabilidade civil objetiva, responsabilidade civil subjetiva e responsabilidade solidária, com base nos princípios do Direito Civil e do Direito do Consumidor.

Desta forma, a pesquisa terá como principal contribuição apresentar entendimentos doutrinários sobre as implicações legais das ações dos influenciadores digitais na promoção de serviços ilícitos. Em seguida, analisar dentro do direito digital, possibilidades e garantias de segurança dos usuários da internet expostos à venda e consumo de produtos ilegais, visando proteger tanto os interesses dos consumidores quanto a integridade do mercado e a ética nas práticas publicitárias.

REFERÊNCIAS:

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

FAZOLIN, Dayse Karoline Vieira Catellane; ALMEIDA, Andreia Alves de. A importância da regulamentação sobre os jogos de azar online. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 9, n. 12, p. 711–727, 2024. DOI: 10.51891/rease.v9i12.12805. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/12805>. Acesso em: 11 maio 2024.

MARÇAL, Carolina Hespanhol 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.** Universidade Presbiteriana Mackenzie. Trabalho de Graduação Interdisciplinar. Graduação em Direito. 2023. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/items/6fee84c9-38c6-411b-af30-f020d12ba537>. Acesso em: 11 maio. 2024.

SOMOGY, B. H. **As implicações da responsabilidade civil de influenciadores digitais sob a perspectiva do induzimento à apostas em cassinos virtuais.** Universidade Presbiteriana Mackenzie. Trabalho de Conclusão de Curso. Graduação em Direito. 2023. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/items/84fd1fce-0130-4646-80c5-ccb44baf5667>. Acesso em: 11 maio 2024.

VALERIOTE, Luana da Silva. **O poder dos influenciadores digitais sobre o uso de plataformas de apostas por meio do Instagram.** Universidade Federal Fluminense. Trabalho de Conclusão de Curso. Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. 2023. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/browse?type=author&value=Valeriotte%2C+Luana+da+Silva>. Acesso em: 11 maio 2024.