



CENTRO UNIVERSITÁRIO VALE DO SALGADO (UNIVS)
BACHARELADO EM DIREITO

JOÃO VINICIUS BATISTA FERREIRA

**RESPONSABILIDADE CIVIL DO PROVEDOR DE CONTEÚDO POR DANOS
MORAIS À LUZ DA LEI 12.965/14 (MARCO CIVIL DA INTERNET)**

ICÓ/CEARÁ
2025

JOÃO VINICIUS BATISTA FERREIRA

**RESPONSABILIDADE CIVIL DO PROVEDOR DE CONTEÚDO POR DANOS
MORAIS À LUZ DA LEI 12.965/14 (MARCO CIVIL DA INTERNET)**

Artigo científico submetido à disciplina de TCC II, ao curso de Direito do Centro Universitário Vale do Salgado (UNIVS), sob a orientação do Professor Me. Williã Taunay de Sousa.

JOÃO VINICIUS BATISTA FERREIRA

**RESPONSABILIDADE CIVIL DO PROVEDOR DE CONTEÚDO POR DANOS
MORAIS À LUZ DA LEI 12.965/14 (MARCO CIVIL DA INTERNET)**

Artigo científico submetido ao curso de Direito, do Centro Universitário Vale do Salgado (UNIVS), como requisito para obtenção de aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso.

Aprovado em: 17/06/2025.

FICHA DE AVALIAÇÃO

Me. Williã Taunay de Sousa.
Professor Orientador

Dra. Erika de Sá Marinho Albuquerque.
Professora Avaliadora 1

Me. José Antônio de Albuquerque Filho.
Professor Avaliador 2

RESPONSABILIDADE CIVIL DO PROVEDOR DE CONTEÚDO POR DANOS MORAIS À LUZ DA LEI 12.965/14 (MARCO CIVIL DA INTERNET)

João Vinicius Batista Ferreira¹
Williã Taunay de Sousa²

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a responsabilidade civil dos provedores de conteúdo e dos influenciadores digitais em casos de divulgação de jogos de azar online, à luz da Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da Internet) e do Código de Defesa do Consumidor. A pesquisa parte da premissa de que tais agentes, ao exercerem forte influência sobre o comportamento dos consumidores, especialmente nas redes sociais, podem ser corresponsáveis por eventuais danos morais e materiais causados aos usuários. Busca-se compreender os limites da liberdade de expressão frente à proteção dos direitos da personalidade e à necessária regulação do ambiente digital. A metodologia adotada foi a pesquisa bibliográfica e documental, com base em doutrina, jurisprudência e legislação pertinentes, utilizando-se autores como Gonçalves (2023), Venosa (2024) e Tartuce (2024). Constatou-se que, embora o Marco Civil da Internet estabeleça diretrizes importantes sobre a responsabilização de provedores, ainda há lacunas quanto à conduta dos influenciadores digitais, sobretudo diante da crescente promoção de conteúdos sensíveis como jogos de azar. Os resultados apontam para a necessidade de regulamentação específica, que compatibilize os princípios constitucionais da liberdade de expressão e da proteção ao consumidor. Conclui-se que a responsabilidade civil, nesse contexto, deve ser orientada pelos princípios da boa-fé, transparência e prevenção de danos, assegurando um ambiente digital mais seguro e equilibrado.

Palavras-chave: Responsabilidade. Provedor de conteúdo. Danos Morais.

ABSTRACT

This study aims to analyze the civil liability of content providers and digital influencers in cases of online gambling promotion, in light of Law No. 12,965/2014 (Marco Civil da Internet) and the Consumer Defense Code. The research is based on the premise that such agents, by exerting strong influence over consumer behavior, especially on social media, may be jointly liable for any moral and material damages caused to users. The aim is to understand the limits of freedom of expression in light of the protection of personality rights and the necessary regulation of the digital environment. The methodology adopted was bibliographic and documentary research, based on relevant doctrine, case law, and legislation, using authors such as Gonçalves (2023), Venosa (2024), and Tartuce (2024). It was found that, although the Marco Civil da Internet establishes important guidelines on the liability of providers, there are still gaps regarding the conduct of digital influencers, especially given the growing promotion of sensitive content such as gambling. The results point to the need for specific regulation that reconciles the constitutional principles of freedom of expression and consumer protection. It is concluded that civil liability, in this context, should be guided by the principles of good faith, transparency and prevention of damage, ensuring a safer and more balanced digital environment.

Keywords: Liability. Content provider. Moral damages.

¹ Graduando do Curso de Direito do Centro Universitário Vale do Salgado - UniVS E-mail: viniciusbstudio@gmail.com

² Professor do curso de Direito do Centro Universitário Vale do Salgado - UniVS, Especialista em Direitos Humanos/UFCG, Especialista em Gestão Pública Municipal/UEPB, Mestre em Sistemas Agroindustriais/UFCG E-mail: taunay.sousa@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Para Gonçalves (2023), a seara do direito civil brasileiro tem tomado uma nova configuração a partir das nuances contemporâneas calcadas em uma rapidez das informações, as quais circulam em uma velocidade *sui generis*, o que leva o ordenamento jurídico brasileiro a se amoldar a essa perspectiva, sob pena de incorrer em total desuso. Nesse contexto, o ambiente virtual emerge como um novo espaço de conflitos, especialmente no que tange à violação de direitos da personalidade, como honra, imagem e vida privada.

A problemática que orienta este estudo gira em torno de saber como e em que medida ocorre a responsabilidade civil por danos morais dos provedores de internet pela veiculação de conteúdos indevidos. Assim, o presente projeto tem como objetivo geral identificar a responsabilidade civil do provedor de internet nos casos em que há danos morais às vítimas que sofreram agressões em seus direitos de imagem, considerando o eixo normativo da Lei 12.965/14, o Marco Civil da Internet. Os objetivos específicos incluem reconhecer a garantia dos direitos inerentes à liberdade de expressão, resguardados pela Constituição Federal de 1988, identificar como ocorre a responsabilidade civil em torno de danos morais na internet e analisar o Marco Civil da Internet à luz da Lei nº 12.965/2014.

A escolha do tema decorre da sua real importância, uma vez que o ambiente virtual é palco de debates e diversas conotações jurídicas no âmbito civil. Trata-se de um tema emergente no cenário atual, que instiga o profissional do direito a resolver conflitos nessa perspectiva midiática, envolvendo inovações tecnológicas oriundas de uma evolução histórica e social que demandam do direito respostas adequadas para os conflitos mediados pela internet.

A problemática ganha relevância à medida que se observa o aumento de ações judiciais movidas por vítimas que tiveram sua dignidade lesada no ambiente digital, diante da ineficiência ou omissão de provedores quanto à remoção de conteúdos ilícitos. A abordagem constitucional sobre liberdade de expressão vem à tona com total repúdio a conotações de censura ou restrições à fala e interação dos cidadãos. Nesse sentido, o artigo 220 da CF/88 estabelece que o pensamento poderá ser livremente demonstrado por meio de inúmeros elementos, sendo a informação o principal veículo transmissor (Brasil, 1988).

Para Dias (2023), falar sobre privacidade e liberdade de expressão na internet é levar em consideração os processos de modernização instituídos ao longo das últimas décadas. Assim, constata-se na atualidade, com o incremento dos processos tecnológicos, a presença

constante de variados instrumentos de escuta, internet, fotografias por satélite e instituições que armazenam dados privados, que são capazes de veicular dados e disponibilizar informações para o mundo inteiro em frações de segundo, sabendo que a segurança desses elementos não é plena, o que preocupa a grande maioria das pessoas que navegam na rede. A multiplicação dos casos de quebra do direito de privacidade fez com que a Constituição de 1988 adotasse uma proteção a esses direitos.

Pelo exposto, vale ressaltar a inerente angústia dos usuários da internet, pelo fato de que o direito à privacidade não é absoluto, prevalecendo, nos casos de conflito entre interesses de ordem pública e pessoal, o interesse coletivo, pois trata-se de um direito de interesse geral (Gagliano, 2023).

Mesmo diante desse cenário de inseguranças e incertezas, a lei constitucional e os dispositivos legais garantem que, naqueles casos em que o cidadão tem violado o seu mundo íntimo, atingindo aspectos subjetivos como honra e vida privada sem o seu consentimento, é assegurado a tal indivíduo o direito de buscar o Poder Judiciário por meio de ação indenizatória por danos materiais ou morais causados pela ação de terceiros (Brasil, 2002).

É notório que, em nossa sociedade, a violação da intimidade ou da vida privada frequentemente repercute no acionamento da justiça, em busca de soluções plausíveis para o conflito.

A metodologia adotada neste estudo foi fundamentada em uma revisão bibliográfica ampla e detalhada, que contemplou a análise crítica de obras de autores renomados na área do direito civil e digital. Essa abordagem permitiu um aprofundamento teórico sobre a responsabilidade civil dos provedores de internet e os danos morais causados no ambiente virtual, proporcionando o embasamento necessário para a compreensão e discussão do tema.

Além disso, foram examinadas normas legais, jurisprudências e decisões judiciais pertinentes ao assunto, buscando identificar como o ordenamento jurídico brasileiro tem enfrentado os desafios impostos pela rápida evolução das tecnologias e a crescente demanda por proteção dos direitos da personalidade na internet. A análise visou subsidiar a formulação de respostas jurídicas adequadas e coerentes com a realidade atual.

A relevância do presente estudo decorre dessa tensão jurídica e social, diante da complexidade do ambiente digital e da necessidade de respostas céleres. Torna-se urgente investigar até que ponto esses agentes intermediários podem e devem ser responsabilizados por não remover conteúdos ofensivos, especialmente quando há decisões judiciais determinando tal remoção.

Dessa forma, este projeto lançará as bases para a investigação da responsabilidade civil do provedor de conteúdos, com fundamento no Marco Civil da Internet, buscando reconhecer a garantia dos direitos fundamentais, em especial à liberdade de expressão, e compreender os limites dessa liberdade frente aos direitos de personalidade, assim como examinar a aplicação da legislação vigente nas hipóteses de responsabilização por omissão na remoção de conteúdo ofensivo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 LIBERDADE DE EXPRESSÃO E SEUS LIMITES CONSTITUCIONAIS NA INTERNET

A partir do que consagra a CF/88 é garantido por lei o direito à expressão livre, autônoma e ponderada do indivíduo, que interage no contexto social com intuito de se comunicar com os seus pares, haja vista o ser humano ser comunicativo por excelência. Dessa forma:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação (Brasil, 1988).

Diante dessa perspectiva, cabe o entendimento de que os cidadãos são livres para expressar seus atos, sem haver distinção entre qualquer categoria, contanto que sejam respeitados os limites estabelecidos em lei. A Carta Magna vigente assegura a proteção à imagem, como também deixa claro que a liberdade de expressão é algo firmado em lei maior e que concebe ao indivíduo a garantia de que esse venha a realizar atos, fatos, ações que sejam pertinentes aos seus sentimentos, sendo assim, expressão vida de sua vontade, já que o Brasil é um estado democrático de direito.

A expressão é a vontade livre de manifestação do pensamento, estado de espírito que transborda a cada atitude, fala ou gesto (Bobbio, 2024). No que se refere aos tratados internacionais é pertinente observar que a Declaração dos Direitos Humanos consagra que é inviolável a vida privada de cada pessoa, dessa forma, fica assegurado o acesso a informações, e o total sigilo de dados pessoais que violem características subjetivas como honra, caráter e personalidade.

Mesmo sendo um direito fundamental, assegurado por lei constitucional, a liberdade de expressão possui suas limitações. Dessa forma, as restrições ao exercício da expressão podem advir de diversas fontes, destacando-se os direitos à vida privada, honra e imagem (previstos no inciso X do art. 5º da CF/88), à liberdade de consciência e crença religiosa (inciso VI), a utilização indevida de conteúdos protegidos pelo direito autoral (Lei nº 9.610 de 98 e proteção constitucional da propriedade) e ofensa ao princípio de dignidade da pessoa humana.

Nesse diapasão fica compreendido que o resguardado direito ao exercício de liberdade de expressão previsto no art. 5º, inciso IV, sem a devida observância das demais garantias tuteladas pela Constituição Federal vir a se chocar com os direitos de ordem constitucional, passíveis de impor o afastamento da tutela da liberdade (Brasil, 1988).

Os atos de racismo, discursos de ódio, a pedofilia e tantas outras manifestações podem ser restringidas sob pena de considerar criminoso quem as propague (Nigri, 2021).

Não se pode optar pela liberdade de expressão quando essa entra em conflito com questões de ordem subjetiva do indivíduo, a exemplo da honra. Nas ações em que ocorra dano à integridade moral de outrem ou ao seu patrimônio não será reconhecida como mero exercício de direito, mas como ato ilícito ou ainda como abuso de direito.

Nessa perspectiva é que há o entendimento pautado em que a privacidade e intimidade sejam entendidas enquanto sinônimas. É certo que, o direito à intimidade está delimitado no direito à vida privada, enquanto que o direito à privacidade teria por objeto os comportamentos e acontecimentos atinentes aos relacionamentos pessoais em geral, às relações comerciais e profissionais que o indivíduo não deseja que se espalhem ao conhecimento público, entre outros aspectos (Bobbio, 2024).

A internet pode ferir o direito à liberdade de expressão pois sua efetiva atuação pode causar inúmeros danos à população. É expressivo o potencial lesivo da *web* para esta faculdade do sujeito, tendo como eixo condutor a possibilidade de inserção de detalhes íntimos e privados de sua vida pessoal na internet, pelo fato expressivo de não representarem qualquer relevância ao interesse público, podem, de outra forma, causar uma lesão que seja representativa na sujeição de determinado indivíduo, o que conseqüentemente, vigora em direitos a ressarcimento, ou seja, a danos extrapatrimoniais (Brasil, 2002).

A internet não é uma terra sem lei, tendo em vista que para haver a utilização dos mais variados serviços de internet é preciso que o usuário faça o devido cadastro de informações ligada ao seu perfil, efetivando-se inclusive um caráter pertinentes a seus interesses pessoais e comerciais por meio do histórico de navegação, utilizados

frequentemente por provedores e corporações para suas práticas comerciais, demonstrando um frequente desrespeito na *web* para com o direito de determinada pessoa manter privada sua vida.

Alguns projetos de lei já tramita, mas ainda não saíram do papel, é necessária uma celeridade nessa questão, a sociedade está mudando, o Direito, como também é ser mutável, deve se adequar às novas demandas sociais, não pode existir a falta de punição daqueles que se acobertam pela defasagem da legislação penal brasileira essas questões devem ser resolvidas o quanto antes para que maiores males não sejam deflagrados.

Nessa perspectiva é entendido que, a internet traz muitas dificuldades devido a sua despersonalização, não é coisa material, vive em sua própria rede, por isso é tão difícil regulamentar e punir agentes criminosos que atuam dentro dessa tecnologia, mas nem de todo mal a internet é composta, a mesma tem fundamental importância no aumento e comunicação entre as economias mundiais, gerando maiores possibilidades para o homem, além de fornecer informações praticamente instantâneas sobre quaisquer eventos que estejam acontecendo ao redor do mundo (Greco, 2023, p. 109).

Por fim, a internet é um contexto complexo, compondo a interatividade de todos que está se formando, logo, precisa de regulamentação, tanto nacional quanto a âmbito internacional, os países devem pensar sobre isso o mais rápido possível, antes que as coisas não percam o controle e que a internet realmente acabe se tornando uma terra de ninguém.

O que se observa é que no mundo midiático podem ocorrer danos de natureza patrimonial e extrapatrimonial, pelo fato de constar falhas dos serviços prestados, a exemplo da insegurança e não confiabilidade da guarda dos dados de cadastro e navegação, interrupção da prestação do serviço ou distribuição desigual do acesso a usuários diferentes. O presente estudo, contudo, se ocupa com os danos morais ocasionados pelas diversas formas de manifestação de expressão na *web* (Zanellato, 2023).

Mediante o que diz Rodrigues (2024) há um profícuo entendimento doutrinário e jurisprudencial pelo viés de levar em consideração que, enquanto alguns provedores de internet apenas prestam serviços limitando-se ao tráfego de dados na rede ou mediando sua produção por meio de aparelhos e elementos próprios, produzindo, reproduzindo e lançando para frente o conteúdo de responsabilidade do internauta. O que se verifica também é que as pessoas que exercem atividade envolvendo a disponibilização de informações direta ou indiretamente exercem, em regra, controle editorial prévio sobre o conteúdo.

A partir do que foi exposto fica certo que, se o provedor desempenha no caso, atividade de conexão ou de serviço, realizando apenas a transmissão do conteúdo em forma de

mensagens eletrônicas, sem manifestar qualquer tipo de controle sobre o conteúdo, não se deve responder pelos danos sofridos por terceiro atingido em sua honra. O que se verifica é que este caberá apenas demandar o internauta que enviou o material ofensivo. De outro modo, em situações singulares o provedor chegará a efetivar e exercer controle sobre o conteúdo dessas mensagens (praticando, pois, atividade de provedor de conteúdo), permitindo com isso a possível publicação do material ofensivo, será responsabilizado por tal ação (Tartuce, 2024).

É assim que se firma o entendimento de que o provedor de conteúdo, oposto do que se percebe com o provedor de serviços de e-mail, fica sendo o principal responsável pelo conteúdo de suas páginas na *Web*, pelo fato de ser responsável na medida em que cabe o controle da edição das referidas páginas. Dessa forma, responde o proprietário do site pelas páginas de conteúdo ofensivo, que tenham potencial danoso (Santos, 2023).

A súmula 221 do STJ consagra que: “São civilmente responsáveis pelo ressarcimento de danos, decorrente de publicação pela imprensa, tanto o autor do escrito quanto o proprietário do veículo de divulgação” (Brasil, 2005).

De outra forma, a Lei de Imprensa, responsabiliza por danos causados pelo veículo de comunicação no art. 49, §2º do referido diploma legal, respondendo o meio de difusão da informação pelos danos ocasionados (Brasil, 1967).

É por isso que, nos casos em que o provedor fornece seus serviços de hospedagem de páginas e, em determinado momento na página da web, por ele hospedada transmitir conteúdo irregular, ele deverá ser oficialmente notificado para retirar a página do ar, sob pena de não o fazendo, ser coautor do eventual crime.

2.2 O ENQUADRAMENTO DOS PROVEDORES DE APLICAÇÕES DE INTERNET

Com o advento do Marco Civil da Internet, diversos preceitos adentraram o universo virtual os regulamentando, do mesmo modo que foram elencados quem seriam seus provedores e quais suas obrigações. Nos moldes do art. 5º, VII, do MCI, entendem-se por aplicações de internet “o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet.”, por sua vez, o provedor de aplicações de internet “é aquele que realiza uma atividade de prestação de serviços ligada ao funcionamento da rede mundial de computadores” (Teixeira, 2024, p. 87). Doutrinariamente, observa-se a adoção de uma classificação autônoma para tais provedores, os quais são divididos da seguinte forma: provedores de hospedagem, provedores de comércio eletrônico, provedores de correio

eletrônico, provedores de pesquisa, provedores de informação e provedores de conteúdo, como citam Joana Sierra (2018) e Tarcísio Teixeira (2024).

Os provedores de hospedagem, como o próprio nome induz, são os provedores encarregados pelo armazenamento de dados de terceiros, através das informações inseridas em sites ou blogs, a título de exemplo, e atuam como intermediários entre os provedores de conteúdos e os provedores de conexão (empresas que fornecem os meios de acesso à internet), que serão melhor abordados a seguir (Sierra, 2018; Teixeira, 2024).

Outrossim, identificam-se os provedores de comércio eletrônico, popularmente intitulados de *e-commerces* ou aqueles que atuam como mediadores de atividades de compra e venda *online*, ou seja, lojas virtuais, *marketplaces*, entre outros. Estes provedores são uma classe conceituada apenas pela doutrina, a qual não é acolhida inteiramente pelo Superior Tribunal de Justiça e têm por função fornecer aos usuários um ambiente virtual de troca de mensagens (Sierra, 2018; Teixeira, 2024).

Já os provedores de pesquisa são, aqueles chamados de mecanismos de buscas, os quais têm como finalidade promover aos usuários uma busca na *web* pelas informações requeridas e fornecer os resultados existentes (Sierra, 2018).

Por fim, os provedores de informação, são aqueles que efetivamente criam a informação, as quais podem se originar primeiramente fora do meio digital, mas são concretizadas através dos provedores de conteúdo, ao serem publicadas no mundo virtual. Por meio dos jornalistas, pesquisadores e, especialmente, influenciadores digitais, essas informações são propagadas e efetivadas. Já os citados provedores de conteúdo, são aqueles que coletam e organizam as informações criadas pelos provedores de informação, disponibilizando-as na *web* para acesso, como exemplo de maior relevância na atualidade, tem-se as redes sociais (Sierra, 2018).

Diante da diversidade doutrinária quanto à classificação dos provedores de aplicações de internet e considerando a base conceitual já exposta, tem-se como foco principal do presente trabalho os chamados provedores de conteúdo, passando-se, a seguir, a discutir acerca da influência que exercem no meio digital, bem como das responsabilidades civis que podem decorrer das suas atividades, especialmente diante da crescente relevância desses agentes no cenário jurídico e social contemporâneo.

2.3 A ATUAÇÃO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NA PROMOÇÃO DE JOGOS DE AZAR ONLINE: IMPACTOS E IMPLICAÇÕES JURÍDICAS

Com a popularização das redes sociais e o crescimento das plataformas digitais, a dinâmica da comunicação, a escolha de consumo, e as decisões de compra, se transformaram significativamente. Nessa conjuntura, emergiu uma nova figura de destaque no cenário digital: o influenciador digital. Segundo Marcos Inácio Severo de Almeida *et al.*, “influenciadores digitais são formadores de opinião virtuais que representam uma alternativa para empresas que confiam na comunidade reunida em torno desses perfis como público-alvo de divulgação” (Almeida, *et al.* 2018, p. 16).

No cenário digital contemporâneo, os influenciadores digitais surgiram como figuras de destaque nesse ambiente, e assumiram um papel central na publicidade, propaganda e *marketing*. Esses indivíduos operam nas redes sociais, orientando comportamento e tendências, recomendando produtos e/ou serviços, e difundindo ideias (Azevedo e Magalhães, 2021). Uma das atividades mais evidentes dos influenciadores digitais é a promoção de produtos e serviços. Eles são frequentemente contratados por marcas para desenvolver campanhas publicitárias que aproveitam sua influência e alcance (Azevedo e Magalhães, 2021).

A expansão da internet e das tecnologias digitais revolucionou diferentes áreas, incluindo a indústria de jogos de azar. Os jogos de azar *online* se tornaram um dos segmentos do entretenimento digital mais lucrativos, oferecendo conveniência e acessibilidade pelo alcance global no Brasil e no mundo (Tavares, 2021).

Os jogos digitais podem ser acessados por diversos meios, como computadores, smartphones, celulares, *tablets* e até em máquinas. Na atualidade, o setor de jogos está em alta no mundo todo, e são responsáveis por um mercado milionário que vive em constante evolução. Sua aplicação vai desde o entretenimento, que utilizam jogos sérios, até o mundo ilícito, com os jogos de azar *online*, ou também chamados de cassinos virtuais (Tavares, 2021).

Os jogos de azar não são permitidos no Brasil e são considerados contravenções penais pela Lei de Contravenções Penais, definidos pelo art. 50 do Decreto-lei 3.688 em seu parágrafo § 3º:

§ 3º Consideram-se, jogos de azar:

- a) o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte;
- b) as apostas sobre corrida de cavalos fora de hipódromo ou de local onde sejam autorizadas;
- c) as apostas sobre qualquer outra competição esportiva.

Quanto à versão *online*, é regulamentada pelo Decreto-lei acima mencionado no parágrafo § 2º, onde prevê uma multa para quem participar de jogos de azar pela internet:

§ 2º Incorre na pena de multa, de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) a R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), quem é encontrado a participar do jogo, ainda que pela internet ou por qualquer outro meio de comunicação, como ponteiro ou apostador. (Brasil, 2015, n.p.)

O avanço acelerado do mercado de jogos *online* é amplamente impulsionado pelo *marketing* de influência, especialmente através do uso de *publiposts*. No mercado de jogos *online*, esses indivíduos desempenham um papel estratégico na promoção e expansão de novos jogos, utilizando sua popularidade e credibilidade para influenciar comportamentos de consumo (Silva, Cardoso e Passos, 2022).

A relação de confiança ilusória construída entre as partes (influenciadores e seguidores) faz com que estes confiem nas indicações promovidas. Quando esses influenciadores compartilham uma experiência positiva com uma plataforma de apostas ou divulgam um código de bônus exclusivo, é comum que seus seguidores confiem nessas informações e a seguir suas orientações (Metrópole, 2025).

Há diversos relatos de prejuízos financeiros associados a esse tipo de prática. Em matérias jornalísticas, o *Fortune Tiger* (jogo do tigrinho) tem sido frequentemente mencionado em meio a polêmicas, com usuários alegando perder todas as suas economias. O magnetismo que o jogo traz é aumentado por sua divulgação por pessoas influentes, o que contribui para sua popularidade. Muitos desses influenciadores promovem o jogo visando ganhos próprios, já que lucram com o aumento de usuários nas plataformas de apostas (Globo, 2024).

A divulgação irregular de jogos de azar *online* por influenciadores digitais pode acarretar diversas consequências legais, abrangendo tanto a esfera civil quanto a criminal. Em relação aos aspectos civis, tem-se que a responsabilidade civil dos influenciadores digitais na promoção de jogos de azar *online* deriva principalmente do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) e do Código Civil (Lei nº 10.406/2002). As principais consequências civis incluem: indenização por danos materiais e morais, restituição de valores, dano moral coletivo e solidariedade na responsabilidade.

Na esfera criminal, as consequências para influenciadores que promovem jogos de azar *online* de forma irregular podem envolver sanções penais significativas, incluindo contravenção penal, estelionato, lavagem de dinheiro e corrupção de menores, conforme o artigo 244-B do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA, 1990).

2.4 RESPONSABILIDADE CIVIL DO PROVEDOR DE CONTEÚDO E DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS À LUZ DA LEI 12.965/14 (MARCO CIVIL DA INTERNET)

No âmbito das apostas realizadas por meio de plataformas digitais, o artigo 7º, inciso XIII, da Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da Internet) estabelece que as normas de proteção ao consumidor também se aplicam às relações jurídicas realizadas pela internet, desde que presentes os elementos caracterizadores da relação de consumo.

Assim, tendo em vista que essas plataformas são pessoas jurídicas, estrangeiras e que prestam um serviço, estas seriam consideradas, conforme o artigo 3º do CDC, fornecedoras. Além disso, o parágrafo 2º do mesmo artigo determina que serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, o que, mais uma vez, reforça o seu enquadramento como tal.

No entanto, é importante destacar que, quando o fornecedor está localizado exclusivamente no exterior e não possui representação oficial, filial ou sede no território brasileiro, as normas nacionais, em regra, não podem ser aplicadas diretamente a essas pessoas físicas ou jurídicas estabelecidas fora do país.

Os influenciadores digitais podem ser confundidos também, a depender da sua capacidade de atuação, com os veículos de comunicação, que são os canais utilizados para a propagação da publicidade, visto que, ambos têm como objetivo disseminar a informação e atrair o maior número de pessoas para adquirir um produto. É o chamado fornecedor por equiparação. Por fim, existe também a figura do consumidor, que é o destinatário final da mensagem publicitária.

Conforme prevê o parágrafo único do artigo 7º do Código de Defesa do Consumidor, todos os envolvidos na criação e divulgação de uma publicidade respondem solidariamente por eventuais irregularidades. Isso significa que, havendo prejuízo ao consumidor, qualquer um dos participantes — individualmente ou em conjunto — pode ser responsabilizado pelos danos decorrentes da prática ilícita.

O artigo 931 do Código Civil estabelece a responsabilidade objetiva do fornecedor por danos decorrentes de defeitos em produtos ou serviços. Nesse sentido, todos os que integram a cadeia de fornecimento, inclusive promotores e anunciantes, podem ser responsabilizados solidariamente. No caso dos jogos de azar *online*, essa regra se aplica tanto aos

influenciadores quanto às plataformas digitais, desde que se demonstre que a promoção realizada por esses agentes contribuiu para os prejuízos sofridos pelos consumidores.

O direito à informação adequada é garantido pelo artigo 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor, o qual determina que os consumidores devem receber dados claros e completos sobre os produtos e serviços ofertados. Isso inclui a descrição correta de quantidade, composição, qualidade, características, tributos incidentes, preços e possíveis riscos. No contexto da publicidade de jogos de azar, cabe aos influenciadores assegurar que as informações divulgadas sejam verdadeiras e compreensíveis, evitando qualquer indução ao erro. A omissão ou distorção desses dados pode ensejar responsabilização civil, conforme previsto na legislação consumerista (CDC, 1990).

Diante desse contexto, foi apresentado pelo Deputado Federal e Presidente Estadual do Progressista SP, Mauricio Neves, o Projeto de Lei nº 519/2023³, que visa alterar a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para prever como crime contra o consumidor a publicidade de produtos e serviços ilícitos em sites hospedados em servidores localizados fora do Brasil. Confira-se trecho proposto:

Art. 68-A. Fazer, permitir ou promover publicidade de produto ou serviço ilegal oferecido em sites hospedados em servidores localizados fora do Brasil, ainda que o produto ou serviço oferecido esteja autorizado no país de origem. Pena – Detenção de seis meses a dois anos e multa.

O Projeto de Lei em questão discute, principalmente, a inércia do Brasil quanto às ações de publicidades descaradas de jogos de apostas não regulamentadas no país, fundamentando-se na sua crescente popularidade nos últimos anos e citando, inclusive, alguns exemplos de plataformas que oferecem esse serviço. Com isso, nota-se que a responsabilidade civil de influenciadores que divulgam plataforma de jogos cuja prática, a depender da situação, é permitida no Brasil, é um tema extremamente recente e que ainda carece de adequação legislativa.

Na perspectiva da doutrina civil, a responsabilidade objetiva está fundamentada na teoria do risco proveito, segundo a qual quem se beneficia economicamente de uma atividade também deve arcar com os riscos e eventuais prejuízos dela decorrentes. Como explica Gonçalves, “aquele que lucra com uma situação deve responder pelo risco ou desvantagens dela resultantes”. Em outras palavras, havendo dano causado a terceiro, a pessoa que obteve vantagem com a situação deve suportar as consequências jurídicas do seu ato.

³PL519/2023. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2348790> Acesso em: 20 mai. 2025

Assim, considerando que os influenciadores são remunerados por meio de parcerias, patrocínios ou participação nas vendas dos produtos divulgados nas suas redes sociais, por conseguinte, estes devem responder sob a forma objetiva e não sob culpa ou dolo por eventuais prejuízos causados aos consumidores, uma vez que, conforme mencionado anteriormente, tais aquisições foram pautadas com base na confiança e na boa-fé, que, na verdade, são diretrizes do direito do consumidor (Gallucci., 2021).

A responsabilidade civil dos influenciadores digitais na promoção de jogos de azar *online* está bem fundamentada em diversos princípios jurídicos do direito brasileiro, incluindo a boa-fé, a responsabilidade objetiva, a proteção do consumidor e a necessidade de fornecer informações claras e verídicas. A aplicação desses fundamentos visa garantir a proteção dos consumidores e evitar práticas comerciais abusivas, especialmente em um contexto tão sensível quanto o dos jogos de azar.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa, sem a pretensão de esgotar o tema, buscou analisar, à luz da Lei 12.965/2014 (Marco Civil da Internet), os limites e fundamentos da responsabilidade civil dos provedores de conteúdo e, em especial, dos influenciadores digitais que promovem jogos de azar online. Ao longo da pesquisa, constatou-se que a atuação desses agentes no ambiente digital apresenta desafios relevantes para o ordenamento jurídico brasileiro, exigindo uma resposta mais clara, eficaz e atualizada por parte da legislação.

A partir da revisão teórica, foi possível identificar que influenciadores digitais, na condição de provedores de conteúdo, exercem papel central na formação de opinião e comportamento de consumo. Essa influência se agrava quando direcionada à promoção de atividades juridicamente sensíveis, como os jogos de azar, cuja prática, embora amplamente difundida por plataformas estrangeiras, permanece irregular no ordenamento jurídico brasileiro. Verificou-se também que a legislação atual — especialmente o Código de Defesa do Consumidor, o Código Civil e o Marco Civil da Internet — fornece fundamentos jurídicos que permitem a responsabilização desses agentes, ainda que de maneira insuficiente diante das peculiaridades do ambiente virtual.

No que diz respeito à metodologia adotada, utilizou-se a pesquisa bibliográfica e documental, com análise qualitativa da legislação, doutrina e jurisprudência, além da observação crítica de casos notórios de promoção de jogos de azar por influenciadores digitais. Os resultados dessa análise apontaram para um cenário de insegurança jurídica,

lacunas regulatórias e um crescente risco de danos aos consumidores, sobretudo aos mais vulneráveis, que se veem expostos a estratégias de *marketing* altamente persuasivas, baseadas na confiança e proximidade emocional com esses influenciadores.

A discussão proposta revelou que há necessidade de ampliar o debate jurídico sobre a corresponsabilidade entre os diversos agentes envolvidos nas campanhas publicitárias de jogos de azar, especialmente quando veiculadas por canais digitais com forte apelo emocional. A responsabilidade objetiva — fundamentada na teoria do risco proveito — desponta como caminho viável para responsabilizar os influenciadores que se beneficiam financeiramente dessas divulgações, ainda que não haja prova de culpa ou dolo direto.

Nesse contexto, torna-se evidente a urgência de regulamentações específicas para o *marketing* digital, com foco especial na atuação dos influenciadores e provedores de conteúdo. A ausência de critérios legais claros contribui para a dificuldade de aplicação de sanções e para a banalização de práticas que podem levar o consumidor ao endividamento ou à perda patrimonial. Projetos legislativos recentes, como o PL nº 519/2023, indicam uma tentativa de suprir essa lacuna normativa, mas ainda são incipientes diante da complexidade da matéria.

Diante disso, conclui-se que é essencial uma abordagem multidisciplinar que envolva legisladores, juristas, autoridades de defesa do consumidor, educadores e as próprias plataformas digitais. A abordagem deve combinar o respeito à liberdade de expressão com a proteção do consumidor, promovendo um ambiente digital mais transparente, ético e responsável. Também se faz necessária a adoção de políticas públicas e educacionais que conscientizem os consumidores sobre os riscos dos jogos de azar e a importância de decisões de consumo informadas.

Portanto, a responsabilidade civil dos influenciadores digitais na publicidade de jogos de azar *online* configura-se como um campo emergente e em constante evolução, que exige regulamentação específica e políticas de prevenção. A proteção do consumidor deve ser o foco central de qualquer medida, assegurando que tanto os influenciadores quanto as plataformas digitais atuem em conformidade com os princípios da boa-fé, da informação adequada e da responsabilidade social. Somente assim será possível consolidar o ambiente digital como um espaço seguro, transparente e confiável para todos os seus usuários.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Marcos Inácio Severo de. *et al.* **Quem Lidera sua Opinião?** Influência dos Formadores de Opinião Digitais no Engajamento. Revista de Administração Contemporânea, Rio de Janeiro, v. 22, n. 1, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/MXTSszjGmKNbzM4DpxHcPRbK/?format=pdf> Acesso em 04 de jul. de 2024.

AZEVEDO e MAGALHÃES. Marina Barbosa de. Vanessa de Pádua Rios. **A responsabilidade civil dos influenciadores digitais pelos produtos e serviços divulgados nas redes sociais.** 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: 10 de jul. de 2024.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos.** Rio de Janeiro: Campus, 2024.

BRASIL, **Código Civil Brasileiro Comentado.** Lei nº 10. 406 de 10 de janeiro de 2002.

BRASIL, Lei 5.250/1967. **Lei de Imprensa.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15250.htm. Acesso em: 28 ago. 2024.

BRASIL, **Lei nº 10.406** de 10 de janeiro de 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 18 set. 2024.

BRASIL, LEI Nº 12.737, **Lei Carolina Dieckmann** de 30 de novembro de 2012. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112737.htm. Acesso em: 20 set. 2024.

BRASIL, **Lei nº 12.965** de 23 de Abril de 2014. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 06 nov. 2024.

BRASIL, **Súmula 221 do STJ**, Brasil, 2014, p. 10. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/busca?q=stj%2C+s%C3%BAmula+221>. Acesso em: 16. out. 2024.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor.** 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/18078compilado.htm. Acesso em 05 de mai.. de 2024.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do.** Lei nº 8.069 de 13 de julho de 1990. São Paulo, cap. III - Da Educação, da Cultura e do Desporto, Saraiva, 2023.

BRASIL. **DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 3 DE OUTUBRO DE 1941.** Planalto, 1941. Disponível em: Acesso em: 05 de jul. de 2024.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm. Acesso em: 18 set. 2024.

BRASIL. **Lei das Contravenções Penais**. Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del3688.htm. Acesso em: 18 set. 2024.

BRASIL. **Marco Civil da Internet**. Lei nº 12.965, 23 abr 2014. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 12 dez. 2024.

BRASIL **Código Penal. Brasília: Congresso Nacional, 1940**. Disponível em: Acesso em: 10 nov. 2024.

DIAS, Sérgio Novais. **Responsabilidade Civil do Advogado: A Perda de Uma Chance**. São Paulo: LTr, 2023.

FRANÇA, Rodrigo. **O papel dos influenciadores e a epidemia das apostas on-line (BET). Metrópoles, 2025**. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/rodrigo-franca/o-papel-dos-influenciadores-e-a-epidemia-das-apostas-on-line-bet>. Acesso em: 05 de fev. de 2025.

GAGLIANO, Pablo Stolze. **Novo Curso de Direito Civil**. Saraiva, São Paulo, 2023.

GALLUCCI, Bruno. **A responsabilidade civil dos influenciadores digitais**. 2021. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-set-23/gallucci-responsabilidade-civil-influenciadores-digitais/>. Acesso em: 11 de jul. de 2024

GONÇALVES, Carlos R.; LENZA, Pedro. **Esquematizado - Direito Civil 3 - Responsabilidade Civil - Direito de Família - Direito das Sucessões**. São Paulo: Editora Saraiva, 2022. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro**, São Paulo: Saraiva, 2023.

GRECO, Rogério. **Direito Penal do Equilíbrio. Uma visão minimalista do Direito Penal**. 4 ed. Niterói: Editora Impetus. 2023.

Influencer recebia até R\$ 15 mil por dia de organização criminosa para divulgar jogos de azar nas redes sociais, diz MP. O Globo, 07 de abr de 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2024/05/07/influencer-recebia-ate-r-15-mil-por-dia-de-organizacao-criminosa-para-divulgar-jogos-de-azar-nas-redes-sociais-diz-mp.ghtml> Acesso em 05 de jul. de 2024.

NIGRI, Deborah Fisch. **Doutrina Jurídica brasileira: Crimes e Segurança na Internet**. Caxias do Sul: Plenum, 2021.

OLIVEIRA e TEZZI. Sávio Silva de. Magda Maria Diniz. **O Papel dos Influenciadores Digitais na Promoção de Sites de Apostas**, 2024. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/revistaich/article/view/27809> Acesso em: 10 de jul. de 2024.

RODRIGUES, Silvio. **Direito Civil**. São Paulo: Saraiva, 2024.

SANTOS, Antonio Jeová. **Dano Moral na Internet**. São Paulo: Método, 2023.

SIERRA, Joana de Souza. **A Não Responsabilização dos Provedores de Aplicações de Internet por Conteúdos Gerados por Terceiros como Ruptura dos Sistemas Tradicionais de Responsabilidade Civil: *Notice and Takedown* e Marco Civil da Internet.** Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2018. Acesso em: 14 jan. 2025

SILVA, CARDOSO e PASSOS. Alisson Henrique da; Jacqueline Ribeiro; Fábio Presoti. **A responsabilidade civil e penal dos influenciadores digitais.** Disponível em: <file:///C:/Users/admar/Downloads/A+responsabilidade+civil+e+penal+d+os+influenciadores+digitais.pdf>. Acesso em: 14 de jul. de 2024.

TARTUCE, Flávio. **Direito Civil.** Forense, Rio de Janeiro, 2024.

TAVARES, Luci Maria. **Histórico de Jogos.** Curitiba: InterSaberes, 2021.

TEIXEIRA, Tarcisio. **Direito Digital e Processo Eletrônico.** 8^a ed. São Paulo: SaraivaJur, 2024.

ZANELATO, Marco Antônio. **Condutas Ilícitas na sociedade digital. Caderno Jurídico da Escola Superior do Ministério Público do Estado de São Paulo, Direito e Internet,** n. IV, Julho de 2023.