

A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NO UNIVERSO DOS JOGOS DE AZAR EM PLATAFORMAS *ONLINE*

THE CIVIL LIABILITY OF DIGITAL INFLUENCERS IN THE WORLD OF GAMBLING ON ONLINE PLATFORMS

NOME: JOÃO VICTOR CORDEIRO ANTUNES

GRADUANDO EM DIREITO PELA FACULDADE DE MINAS, FAMINAS-BH

E-MAIL: JOAOVCANTUNES@GMAIL.COM

PROFESSOR ORIENTADOR: FABRÍCIO MANOEL DE OLIVEIRA

RESUMO

O objetivo da pesquisa é de analisar a responsabilidade civil dos influenciadores digitais no universo de jogos de azar buscando compreender o universo das plataformas *online* que permitem que esses profissionais divulguem e explorem em suas redes jogos de azar que são proibidos no Brasil. O Decreto-Lei de nº 3.688 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais), de maneira expressa determina que as atividades consideradas jogos de azar são atos de contravenção penal. Diante desse fato é relevante questionar como práticas consideradas ilegais ocorrem na Internet e qual a previsão da Lei Geral de Proteção de Dados diante dessa violação. Na violação da Lei, o influenciador tem a responsabilidade de indenizar a perda de recursos financeiros.

PALAVRAS-CHAVE: Influenciadores digitais - Jogos de Azar - Responsabilidade Civil.

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the civil liability of digital influencers in the world of games of chance, seeking to understand the world of online platforms that allow these professionals to publicize and exploit on their networks games of chance that are prohibited in Brazil. Decree-Law No. 3.688 of October 1941 (Law of Criminal Contraventions) expressly states that activities considered to be games of chance are acts of criminal contravention. In view of this fact, it is important to question how practices considered illegal occur on the Internet and what the General Data Protection Law provides for in the face of this violation. If the law is violated, the influencer is responsible for compensating the loss of financial resources.

KEYWORDS: Digital influencers - Gambling - Civil liability.

1.INTRODUÇÃO

A Lei Geral de Proteção de Dados representou um divisor de águas no tratamento da questão relacionada à proteção de dados, pois com os avanços da era digital, a referida lei prevê a proteção da privacidade e dos direitos dos indivíduos em relação aos seus dados pessoais.

Anteriormente, o Brasil não possuía uma norma específica para a proteção de dados, obrigando os juristas a buscarem analogias para aplicar a lei em casos de violação de privacidade. No contexto de digitalização da sociedade e o aumento do volume de dados coletados, bem como, a eminência dos influenciadores digitais, favoreceu o surgimento de demandas de violação de dados e a necessidade de garantias no tratamento dessas informações.

O presente trabalho busca analisar a responsabilidade civil dos influenciadores digitais na era digital, buscando compreender o papel, a responsabilização de suas condutas nas relações de consumo intermediadas por eles por meio dos jogos de azar.

Os pressupostos serão embasados no referencial bibliográfico pela doutrina jurídica, pesquisa à legislação brasileira dentre elas a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD – Lei nº13.709/2018, sites de notícias, trabalhos acadêmicos, bem como, notícias veiculadas na mídia. A hipótese é que diante da opacidade que os dados são tratados, os influenciadores digitais utilizam as plataformas digitais cometendo diversas infrações, com a finalidade de enriquecimento ilícito ferindo os direitos de outrem.

A pertinência dessa pesquisa reside no avanço representado pela Lei Geral de Proteção de Dados de 2018 e na relevância social, tendo em vista que todos possuem dados pessoais, que são informações importantes que precisam estar seguras. No campo jurídico, as práticas dos influenciadores digitais na mídia digital devem estar em sintonia com as regulamentações legais, ao contrário cabe a responsabilização civil.

É inegável que os influenciadores digitais exercem uma forte influência sobre as pessoas nas redes sociais, e visando lucros, buscam influenciar uma determinada parcela da população por meio de conteúdos que divulgam a prática e a realização de jogos de azar. Inclusive, houve muitos casos noticiados pela mídia em diversos estados.

A problemática que permeia o presente trabalho é a questão da responsabilidade civil dos influenciadores digitais, buscando compreender se existe o dever de indenizar, por parte desses profissionais, em face ao dano causado por uma publicidade enganosa ou abusiva e a perda de recursos financeiros. Observou-se através do estudo que na jurisprudência ainda não há casos de julgamento desse mérito tendo em vista a recente normatização da lei

2. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD – Lei nº 13.709/2018)

A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018), em vigor desde 18 de setembro de 2020, representou um marco importante tocante à regulação de dados, pois no Brasil até então, não tinha um regulamento sobre proteção de dados, e dessa maneira, a Lei foi desenvolvida com a finalidade específica de legislar sobre o assunto de forma transversal e inclusiva porque se aplica tanto a pessoa natural (física) quanto a pessoa jurídica, de direito público ou privado, que realize o citado tratamento, tanto no formato digital quanto físico. O primeiro parágrafo prevê a finalidade e a abrangência da legislação.

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.(BRASIL, Lei nº 13.853, de 2019)

O processo de elaboração da lei foi desenvolvido com consulta à especialistas, tendo em vista que o anteprojeto teve setecentos e noventa e quatro (794) contribuições durante um período de cerca de 5 meses em uma consulta pública, baseada em um rol de princípios de proteção de dados pessoais extraídos das melhores práticas da regulação internacional: finalidade, necessidade, proporcionalidade, qualidade, transparência, segurança e livre acesso. A legislação elencou a proteção de dados pessoais tendo como fundamentos:

I - o respeito à privacidade;
II - a autodeterminação informativa;
III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e
VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.
(BRASIL, Lei nº 13.853, de 2019)

É importante ressaltar que a Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. A criação da norma, teve o intuito de atender ao mesmo tempo o mercado (questões econômicas), quanto social - as entidades/ pessoas que cobravam uma lei de proteção de dados e questões políticas. O 7º capítulo prevê a preservação de dados pessoais, e aponta os requisitos para o tratamento de dados pessoais:

Art. 7º O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses:

- I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;
 - II - para o cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador;
 - III - pela administração pública, para o tratamento e uso compartilhado de dados necessários à execução de políticas públicas previstas em leis e regulamentos ou respaldadas em contratos, convênios ou instrumentos congêneres, observadas as disposições do Capítulo IV desta Lei;
 - IV - para a realização de estudos por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais;
 - V - quando necessário para a execução de contrato ou de procedimentos preliminares relacionados a contrato do qual seja parte o titular, a pedido do titular dos dados;
 - VI - para o exercício regular de direitos em processo judicial, administrativo ou arbitral, esse último nos termos da Lei nº 9.307, de 23 de setembro de 1996 (Lei de Arbitragem);
 - VII - para a proteção da vida ou da incolumidade física do titular ou de terceiro;
 - VIII - para a tutela da saúde, em procedimento realizado por profissionais da área da saúde ou por entidades sanitárias;
 - VIII - para a tutela da saúde, exclusivamente, em procedimento realizado por profissionais de saúde, serviços de saúde ou autoridade sanitária; (Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019) Vigência
 - IX - quando necessário para atender aos interesses legítimos do controlador ou de terceiro, exceto no caso de prevalecerem direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais; ou
 - X - para a proteção do crédito, inclusive quanto ao disposto na legislação pertinente
- (...)
(BRASIL, Lei nº 13.853, de 2019)

Por dados, entende-se as informações relacionadas a uma pessoa natural identificada ou identificável, como, qualquer informação que possa levar à identificação direta ou indireta de uma pessoa é considerada dado pessoal e inclui: nomes, endereços, números de telefone, endereços de e-mail, números de documentos, entre outros. Além disso, a Lei

define como dados sensíveis aqueles que revelam características relacionadas à origem racial ou étnica, convicções religiosas ou filosóficas, opiniões políticas, filiação sindical, informações genéticas, biométricas ou sobre a saúde da pessoa, ou seja, o indivíduo tem o direito à privacidade.

A capacidade de armazenamento e tratamento de dados, o conhecimento que se acumula em relação a pessoas, empresas e instituições públicas privadas, e a possibilidade de transmissão e manipulação de uma maneira célere, imprimiu no Brasil o dever e a necessidade de proteger juridicamente o cidadão.

Nesse contexto, há um paradoxo, pois se por um lado, a internet oferece importantes oportunidades na educação, nas tarefas cotidianas, nos tratamentos médicos, na segurança de residências e na melhoria da qualidade e da oferta de produtos e serviços, na interação entre as pessoas, por outro, é noticiado amplamente problemas relativos à segurança da informação e ao tipo de tratamento conferido à privacidade e aos dados pessoais dos usuários. (TEFFÉ, 2018)

De acordo com Fortes (2016) o direito à privacidade é baseado em uma dimensão que tutele a possibilidade de manter certas questões em sigilo e outra dimensão de poder gerir (acessar, incluir, bloquear, retificar, atualizar) as informações pessoais que transitam e são armazenadas sem critério. (FORTES, 2016, p. 45-52)

Segundo Bioni (2019) o que é público e o que é privado é o que normatiza o conteúdo do direito à privacidade, sendo assim, a proteção dinâmica de uma liberdade positiva implica um controle para além das informações pessoais, transpondo as diversas esferas que possam comprometer o titular dos dados e os terceiros particularmente atingidos.

Bioni (2019, p. 99) enfatiza que:

“o cidadão também exerce domínio sobre seus dados, se estes forem tratados de forma previsível de acordo com as suas legítimas expectativas. Portanto, o conteúdo jurídico-normativo de autodeterminação informacional vai além do consentimento. O final desse enredo proposto é a tese de que haja uma maior intervenção na economia da informação, seja para reduzir a assimetria existente entre seus agentes, seja para limitar a autonomia da vontade de quem é a sua

parte (hiper) vulnerável - o titular dos dados pessoais". (BONI, 2019, p.99)

Na LGPD (2018), o artigo 18 estabelece que o titular dos dados pessoais tem direito a obter do controlador, em relação aos dados do titular por ele tratados, a qualquer momento e mediante requisição: a confirmação da existência de tratamento; o acesso aos dados; a correção de dados incompletos, inexatos ou desatualizados; a anonimização, bloqueio ou eliminação de dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com o disposto na Lei. E para garantir a eficácia foi criada a Autoridade Nacional de Proteção de Dados.

2.1 A Autoridade Nacional de Proteção de Dados

De acordo com Pinheiro (2020) a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) foi criada para garantia da eficácia e aplicação prática das normas trazidas com a regulação de proteção de dados no Brasil. Segundo este doutrinador, trouxe mais segurança e estabilidade para a futura aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados. O autor problematiza que não basta ter uma lei de proteção de dados pessoais, é preciso educar, capacitar, por isso a importância da ANPD. (PINHEIRO,2020).

Em relação à competência da Autoridade Nacional de Proteção de Dados, compete acessibilidade, tanto para os titulares de dados quanto para os agentes de tratamento, garantindo maior segurança jurídica às transações que envolvem o tratamento das informações pessoais. (PINHEIRO, 2020). A norma pontua que qualquer tratamento inadequado ou violação dos dados pessoais realizados a partir da instituição da ANPD e dos prazos indicados na LGPD pode vir a ser responsabilizado, nos termos da Lei e da regulamentação a ser expedida pela Autoridade. Em função disso, diversas interações com os órgãos de investigação e de segurança vêm sendo realizadas pela ANPD para minimizar os impactos aos titulares dos dados.

Pinheiro (2020) defende que os agentes de tratamento devem ser definidos a partir de seu caráter institucional, pois não são considerados controladores ou operadores os indivíduos subordinados, tendo em vista que estes atuam sob o poder diretivo do agente de tratamento. (ANPD,2021).

Este órgão orienta que após a verificação de que seus dados foram utilizados de maneira fraudulenta – por exemplo, para abrir uma conta ou para adquirir algum bem –, o cidadão deve buscar informações junto aos provedores do serviço, além de reportar a ocorrência à autoridade policial, para viabilizar a apuração e resguardar-se.

É importante destacar que quando a privacidade se torna mercadoria, um produto com alta capacidade de comercialização, há instabilidade nas informações e conseqüentemente diminui a privacidade e aumenta a exposição e com base nessa exposição, pode haver a obtenção de algum tipo de vantagem econômica, como no caso dos jogos veiculados na Internet em que pessoas influentes no meio digital, convence seus seguidores que o seu produto e a publicidade que representam, podem trazer lucros.

Por sua vez, os seguidores que buscam notoriedade ou protagonismo dentro do ambiente digital se torna maleável. É o que ocorre nas plataformas de jogos digitais em que figuras conhecidas divulgam jogos de azar como sendo um ótimo negócio.

3. Os Jogos de Azar no Brasil

Na concepção do Doutrinador Johan Huizinga (2000) o jogo pode ser entendido de diversas maneiras, sendo classificado em sentidos culturais, jurídicos, naturais e diversas formas lúdicas, no entanto, os jogos saíram do espaço físico e migraram para as plataformas digitais revestidos por uma tela. Para uma melhor compreensão do funcionamento dos jogos no Brasil, é pertinente fazer uma leitura diacrônica, uma vez que a temática foi conduzida de acordo com a ideologia dos governantes do país.

A questão dos jogos de azar no Brasil foi controlada com base na Lei das Contravenções Penais, regulada pelo Decreto-Lei nº 3.688 de 1941 que prevê no artigo 50, que estabelecer ou explorar jogo de azar em lugar público ou acessível ao público, mediante o pagamento de entrada ou sem ele, tem como penalidade “prisão simples, de três meses a um ano, e multa, de dois a quinze contos de réis, estendendo-se os efeitos da condenação à perda dos moveis e objetos de decoração do local”.

O projeto de Lei nº 3.915, de 2023, de autoria do Deputado Ricardo Ayres, ainda em trâmite, proíbe a divulgação, promoção ou endosso de influenciadores digitais e artistas

a empresas de apostas, cassinos em geral, jogos de azar ou quaisquer atividades relacionadas a apostas. Segundo proposta, a lei busca regularizar e controlar a publicidade em torno das apostas online, permitindo que influenciadores digitais promovam essas plataformas, mas dentro de um quadro legal definido.

Todavia, como o projeto ainda não foi aprovado e sancionado pelo Presidente da República, a questão dos jogos de azar, ainda é tratada no Brasil como contravenção penal, ou seja, se encontra tipificada na Lei das Contravenções Penais e não no próprio Código Penal. Desta forma, cabe-se a análise acerca da diferenciação entre crime e contravenção penal. O referido decreto dispõe sobre a definição de crime e contravenção:

Art. 1º Considera-se crime a infração penal que a lei comina pena de reclusão ou de detenção, quer isoladamente, quer alternativa ou cumulativamente com a pena de multa; contravenção, a infração penal a que a lei comina, isoladamente, pena de prisão simples ou de multa, ou ambas, alternativa ou cumulativamente. (Brasil, Lei nº 3.688 de 1941)

A história dos jogos de Azar no Brasil apresenta muitos paradoxos, pois há uma corrente de doutrinadores que consideram que se por um lado é fator gerador de renda, por outro é imoral, tendo em vista questões como: os maus hábitos, a prática de crimes, a lavagem de dinheiro e a sonegação de impostos. Thiago Tanji (2017), faz um apanhado sobre a evolução do jogo no Brasil, que ao longo do tempo foi autorizado ou não, de acordo com a concepção política nacional.

Em 1920, o presidente Epitácio Pessoa permitiu que casas de apostas fossem construídas em instâncias de turismo. Em 1930 após um período de proibição, a construção de cassinos é retomada com a presidência de Getúlio Vargas e em 1933 é inaugurado no Rio de Janeiro o Cassino da Urca, estabelecimento luxuoso que receberia estrelas internacionais. Em 1946, o presidente Eurico Gaspar Dutra assinou um decreto que fechou os quase 70 cassinos do país, mas em 1993 a Lei Zico legalizou os bingos com a justificativa de recolher impostos e estimular os esportes olímpicos.

Em 2004 após denúncias de corrupção, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva decretou o fechamento das casas de bingos. Na contemporaneidade, sob o advento da Internet, os jogos de azar são veiculados em plataformas digitais à revelia.

3.1 Plataformas de Jogos de Azar no Brasil: argumentos e contra-argumentos

Os jogos de azar foram evoluindo com a sociedade à medida que os governantes visualizaram a necessidade de regulamentar a prática, como fontes geradoras de tributo em vários países. Em 2017, o Ministério do Turismo lançou uma campanha intitulada “Cassino: impactos e benefícios da legalização” que traz dados mostrando a viabilidade da autorização para a economia do país. Segundo a pesquisa, a pós-legalização geraria em média 300 mil empregos na área dos bingos e 500 mil no jogo do bicho.

Por outro lado, a Revista Âmbito Jurídico em 2019, apresentou um estudo com várias ponderações sobre os jogos. Em relação aos aspectos desfavoráveis da legalização dos jogos, os doutrinadores consideraram estados clínicos de saúde, não tratando de fato o problema social existente.

Já os doutrinadores favoráveis à legalização dos jogos de azar, apresentaram uma abordagem mais ampla e consistente, ressaltando a lucratividade da sociedade como maior geração de renda, e do ponto de vista estatal, o Estado receberia alta carga tributária dos jogos. Segundo a Bolonheze:

Portanto, pode-se finalmente concluir que, os aspectos desfavoráveis aos jogos não tem consistência o suficiente, pois não adianta tratar somente o estado clínico das pessoas, o Estado Brasileiro, tem que regulamentar os jogos, de maneira a doutrinar o jogo de uma forma responsável na sociedade, citado pelo projeto de lei 186 de 2014, assim, amenizando o problema do vício ludopático (vício dos jogos), de maneira a ser, provavelmente a única saída plausível para resolver este problema social, pois nota-se, que à legislação punitivista existente, não tem estado ao alcance da realidade social vivida pela sociedade, portanto, não resolvendo os problemas que cerne os jogos de azar no que tange a sociedade. (BOLONHEZE, 2019, p.3)

Observa-se que a temática entre proibição e legalização é tênue. Conforme Gomes (2022) a prática de apostas no país é controversa, principalmente quando se pensa pelo viés da legalidade, pois embora a legislação proíba o jogo de azar em geral, existem algumas exceções e não há especificações claras sobre os jogos permitidos e os proibidos.

A falta de uma legislação clara e o possível lucro fez com que os Influenciadores Digitais, migrassem para plataformas digitais, pois nesse meio há a eliminação das barreiras

relacionadas às questões de tempo e espaço que consagraram a internet como um espaço privilegiado para a construção de uma rede de trocas de informações que partem de diversas origens e são facilitadas nesse ambiente.

Conforme Lima e Santini (2006) o ciberespaço seria o espaço móvel das interações entre conhecimentos e conhecedores de coletivos inteligentes desterritorializados. Na perspectiva do autor, quanto mais o ciberespaço é ampliado menos se quantifica e totaliza as informações veiculadas e as redes horizontalizadas na produção de informações e nos processos sociais criativos.

Em face às demandas desse fenômeno, o Ministério do Trabalho através da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO,2002), instituída por portaria ministerial nº. 397, de 9 de outubro de 2002, prevê a identificação das ocupações no mercado de trabalho, para fins classificatórios junto aos registros administrativos e domiciliares, e classificou tanto o Influenciador digital como Criador de conteúdo digital, Gerador de conteúdo digital, Influencer, Produtor de conteúdo digital, nos mesmos parâmetros, cabendo aos mesmos, realizar gestão das redes sociais, monitorando as mídias sociais e administrando atividades de relacionamento com público/seguidores.

Também cabe a eles, o planejamento estratégico de marketing digital e desenvolvimento de produção de conteúdo e geração de marketing de influência e resultados de avaliação de desempenho. Nessa perspectiva, caso haja descumprimento da Lei Geral de Proteção de dados, o *Influencer* é responsável civilmente pela sua conduta.

4. A Responsabilidade Civil Dos Influenciadores Digitais

No teor da responsabilidade civil, a LGPD determinou no caput do seu art. 42 que o controlador ou operador que, em razão do exercício de atividade do tratamento de dados pessoais, causar a outrem dano patrimonial, moral, individual ou coletivo, em violação à legislação de proteção de dados pessoais, tem a obrigação de reparar o dano. Analogicamente à lei, o Influenciador Digital que realiza a gestão de suas redes sociais, monitorando as mídias sociais e administrando atividades de relacionamento com público/seguidores tem a responsabilidade sob seu conteúdo.

4.1 Conceito de Influenciador Digital

A terminologia vem do inglês *digital influencer*, que na contemporaneidade está relacionado a uma profissão, em que o sujeito, por meio de suas redes sociais produz vídeos, textos, opiniões, publicidade a outras pessoas, denominadas como “seguidores”, que os seguem a partir da identificação do conteúdo veiculado. Juiski (2020) e seus colegas defendem que os influenciadores digitais são pessoas que produzem algum tipo de conteúdo para a internet nas redes sociais como *Facebook, Instagram e YouTube* e ganham notoriedade nesse meio, pois passam a influenciar a tomada de decisão de seus seguidores. Dessa maneira, a produção de conteúdo pode estar relacionada à formação de opiniões sobre determinados temas, como política, ideologia, moda, estilo, interesses e entretenimento. “Além disso, essas opiniões tendem a influenciar o comportamento e a opinião do público que acompanha o influenciador digital” (JUISKI et al,2020, p.109).

Os influenciadores digitais têm promovido uma grande mudança nas dinâmicas de mercado da comunicação, principalmente em relação à publicidade veiculada, pois muitas vezes, atuam como pano de fundo para direcionar as pessoas através das mídias para a prática de jogos interativos na rede.

4.2 - Os Influenciadores Digitais em Plataformas de Jogos online

Apesar da legislação no Brasil, o mercado de iGaming - termo usado para se referir a todo conjunto de jogos de azar que podem ser jogados no ambiente online - tem crescido exponencialmente, junto com a quantidade crescente de influenciadores digitais que promovem em sites: apostas esportivas, conteúdos sobre jogos, publicidade, esportes, entretenimento de maneira online. Com isso, esses influenciadores têm ganhado cada vez mais seguidores, que inclusive participam de jogos de azar promovidos pelos seus ídolos.

Os influenciadores digitais promovem o setor de iGaming de várias maneiras, incluindo:

Marketing de influência: Os influenciadores digitais utilizam sua influência nas mídias sociais para promover jogos de cassino online para seus seguidores. Eles criam conteúdo patrocinado, como posts patrocinados, vídeos e transmissões ao vivo, onde promovem jogos de cassino online e incentivam seus seguidores a jogarem.

Publicidade: Os influenciadores digitais também podem promover jogos de cassino online por meio de publicidade paga, como banners em seus sites ou anúncios em suas contas de mídia social.

Criação de conteúdo: Os influenciadores digitais criam conteúdo relacionado ao setor de iGaming, como análises de jogos, dicas e truques para jogar, e compartilham suas experiências de jogos com seus seguidores.

Sorteios e promoções: Os influenciadores digitais realizam sorteios e promoções em suas contas de mídia social, onde os seguidores podem ganhar prêmios, como créditos de cassino online ou outros brindes relacionados ao setor de iGaming.

De acordo com a legislação brasileira, influenciadores digitais são considerados profissionais e como tal são responsáveis por todos os conteúdos que eles publicam em seus perfis, incluindo anúncios de produtos e serviços, e devem garantir que esses conteúdos sejam claros, precisos e verdadeiros. A responsabilidade dos influenciadores digitais na publicação de anúncios, é regulamentada pela legislação brasileira de proteção ao consumidor.

A lei 8.078/1990, prevê que os influenciadores são considerados intermediários na relação comercial entre a empresa e o consumidor, e portanto, possuem a responsabilidade de transmitir informações precisas e verdadeiras ao público. Se os influenciadores publicarem anúncios de jogos ou produtos fraudulentos e isso causar prejuízos aos consumidores, eles podem ser responsabilizados por danos morais e/ou materiais.

Na concepção de Dias (2018) a publicidade de um ponto de vista do mercado é concebida como “o meio de divulgação de produtos e serviços com a finalidade de incentivar o seu consumo” (DIAS, 2018 p.9). Na relação consumerista, as empresas que não cumprem o princípio da finalidade estão sujeitas a sanções legais e danos à reputação, isso acarreta imagem negativa e baixa competitividade no mercado.

4.3 A Responsabilidade do Influencer sobre de Jogos de Azar

Na contemporaneidade, como formadores de opiniões, os influenciadores digitais buscam disseminar conteúdo publicitário, e jogos de azar, atraindo milhões de usuários, que visam ao lucro fácil seguindo a lógica do profissional influenciador que faz uso da sua credibilidade e o seu envolvimento em determinado assunto para influenciar as decisões de seguidores.

É pertinente ressaltar que nesse meio, a publicidade é persuasiva e em muitos casos, provocam danos aos seguidores. Santana (2018) defende que a publicidade enganosa pode ser comissiva ou omissiva: “a publicidade enganosa comissiva quando se afirma algo inverídico, não correspondendo à realidade. Será omissiva quando o anunciante deixar de informar dado essencial (fundamental) com relação ao produto ou serviço” (SANTANA, 2018 p.113) A mídia noticiou vários casos de publicidade enganosa tanto comissiva quanto omissiva nos últimos anos, dentre eles, chama a atenção o *Fortune Tiger*.

No meio digital o *Fortune Tiger*, popularmente nomeado como Jogo do Tigrinho, é um jogo de azar, caracterizado como uma espécie de caça-níquel onde as máquinas têm um design característico com rolos (também chamados de bobinas) que exibem diversos símbolos, como números, letras ou ícones temáticos. O jogador insere moedas, fichas ou créditos, gira os rolos e espera que os símbolos se alinhem de maneira específica nas chamadas linhas de pagamento. Se os símbolos correspondentes se alinharem de acordo com as regras do jogo, o jogador ganha um prêmio.

De acordo com reportagem no G1 da Rede Globo (2024) os influencers responsáveis pelos jogos intitulado “jogo do tigrinho” levavam uma vida de luxo e esse jogo tem ramificação em todo o país, como nomes distintos. Com quase 1 milhão de seguidores nas redes sociais, os influenciadores Anderson Júnior e Ludmilla Oliveira foram presos pela Polícia Civil em uma operação que apurou movimentações relacionadas a jogos de azar digitais, dentre eles o 'Jogo do Tigrinho'.

Casal de influencers de MG é preso por suspeita de movimentar R\$ 20 milhões com o 'Jogo do Tigrinho' Jovens de Juiz de Fora e Leopoldina foram detidos em um condomínio de luxo em Serra, no Espírito Santo. Vida de ostentação, com direito a viagem para Dubai e compra de um telefone de ouro, chamou atenção da polícia. (G1, 2024)

No site de queixas encontradas no site “Reclame Aqui” há denúncias envolvendo o jogo em vários estados com o funcionamento incorreto do serviço. É o caso de uma jogadora de Camaçari (BA), que afirmou ter sido induzida a colocar mais créditos no Fortune OX em uma "fase extra", em que o jogo garante um prêmio aos usuários.

Outra prisão ocorreu no Maranhão, envolvendo a influenciadora Skarlete Mello, que além de divulgar jogos de azar, loteria não autorizada é também ré com a participação em organização criminosa, a lavagem de dinheiro. O jogo Mines também foi alvo de uma reclamação de um jogador de Campinas (SP). Ele disse ter configurado o jogo para ter apenas 4 bombas em 25 espaços disponíveis e, mesmo assim, perdeu o jogo em 10 rodadas seguidas. "Parece que é programado para perder". Os seguidores lesados denunciam:

Não entre nesse jogo, não coloque dinheiro!!! Eu entrei, coloquei dinheiro, ganhei mas o jogo não deixa vc sacar. [Editado pelo Reclame Aqui]

Esses registros destacam a necessidade de ações rigorosas contra indivíduos que exploram plataformas de apostas ilegais.

Vc se empolga pois eles vão deixando vc ganhar, te oferecem mais bônus se vc colocar mais dinheiro mas na verdade seu dinheiro vai ficar preso na plataforma e vc não vai conseguir sacar 2 vezes sequer ([Editado pelo Reclame Aqui. Acesso em 23/04/2024])

Pode-se observar pelos depoimentos que a prática ilícita ocorre em vários estados e que há uma relação de consumo em que foi conferida a influenciadora relevância social, credibilidade, confiança e influência. No entanto, o número de processos ainda é pequeno se comparado com o crescimento da prática e em muitos casos, os responsáveis ficam foragidos:

Procurado pela Interpol: veja quem é o influenciador brasileiro foragido em Dubai por divulgar 'Jogo do Tigrinho'
Defesa afirma que Eduardo Felipe Campelo, de 30 anos, tem data para voltar para o Brasil, quando se apresentará à Justiça (O GLOBO, Rio de Janeiro, 23/05/2024 09h31)

Como a temática é recente, observa-se que resultado da busca por processos relacionados à temática nos meios processuais, ainda é pequeno. E em muitos casos, nas ações ajuizadas, os autores dos processos não conseguem comprovar a prática:

AÇÃO INDENIZATÓRIA. SENTENÇA DE EXTINÇÃO. APELAÇÃO DO AUTOR IMPROVIDA. CONDIÇÃO DA AÇÃO. COBRANÇA DE PRÊMIO. CONSUMIDOR. APOSTAS ON-LINE. INTERESSE PROCESSUAL CONFIGURADO. LEGITIMIDADE PASSIVA DA INTERMEDIADORA RECONHECIDA. TEORIA DA CAUSA MADURA. Ação de indenização. Sentença de extinção do processo sem resolução do mérito. Cobrança pelo consumidor de prêmio ofertado em site denominado "apostas on-line". Primeiro, reconhece-se o interesse processual do autor, afastando-se a extinção do processo. Situação notória em que o serviço de "aposta" é ofertado, no mercado de consumo, como espécie de entretenimento. Ausência de qualquer

vedação ostensiva pelo Poder Público. Publicidade em inúmeros veículos e com participação de artistas e celebridades. Descabimento da qualificação da pretensão do autor como uma cobrança de aposta ou de um "jogo de azar". Prêmio que deve ser cumprido, na forma da oferta (art. 30 do CDC), considerando-se o princípio da boa-fé (art. 4º, III CDC). Incidência da Lei nº 13.756/2018, agora com alterações da Medida Provisória nº 1.182/2023. Adequação entre o pedido e a fundamentação configurada. Necessidade do provimento jurisdicional para recebimento do prêmio. Irrelevante, ainda, que o servidor tenha hospedagem em território estrangeiro, porquanto o serviço de entretenimento é prestado no Brasil, inclusive com intermediação e representação de empresas. Segundo, reconhece-se a legitimidade passiva da intermediadora de pagamentos. A ré A. B. C. E. LTDA está inserida no contexto de intermediação de pagamento daqueles jogos, de forma que não pode agora, após se beneficiar das transações (de certo não realiza as transações sem auferir lucros) e da atividade invocar eventual ilegalidade dos jogos para se arredar de sua responsabilidade. O reconhecimento da condição da ação dependia apenas da identificação da pertinência subjetiva na relação jurídica controvertida, a partir da narrativa do caso concreto. Era o bastante para aplicação da teoria da asserção. Havia evidente relação de consumo entre as partes, por meio da cadeia de fornecimento de serviços em que participam o fornecedor do serviço de apostas e a empresa intermediadora dos pagamentos. Responsabilidade hipotética na forma do parágrafo único do artigo 7º do CDC. E terceiro, aplica-se a teoria da causa madura. Reconhecida a presença das condições da ação (interesse processual e legitimidade passiva da corré), incide o disposto, no inciso I do § 3º do artigo 1.013 do CPC. Julgamento de mérito da demanda, a partir do conjunto probatório. Questão controvertida que exigia prova documental. CONSUMIDOR. SITE DE APOSTAS ON-LINE. ALEGAÇÃO DE NÃO PAGAMENTO DO PRÊMIO. FALHA DO SERVIÇO NÃO DEMONSTRADA. Ação de indenização. Cobrança promovida pelo consumidor, buscando receber suposto prêmio prometido em site de apostas. O autor não logrou êxito em explicar satisfatoriamente a razão pela qual, a seu ver, ocorreu a falha na prestação do serviço ou em comprovar a extensão de seu prejuízo. O exame do conjunto probatório constante dos autos, sob qualquer prisma, não resultou na matemática inicialmente pretendida para alcançar a soma superior a um milhão de reais. Jogos que foram feitos com valores irrisórios e sem indicação precisa da contrapartida. Ausência de prova das proporções de pagamento. Explicações sobre o mecanismo dos cálculos que não foram satisfatoriamente explicadas. Litigância de má-fé, entretanto, não configurada. Ação julgada improcedente. DECISÃO REFORMADA. RECURSO IMPROVIDO.

(TJ-SP - AC: XXXXX20208260002 São Paulo, Relator: Alexandre David Malfatti, Data de Julgamento: 16/08/2023, 12ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 16/08/2023)

Embora os influenciadores tenham um poder persuasivo mediante aos seus seguidores/consumidores, e por isso possuem responsabilidades civis quando promovem jogos de azar na internet, na prática a responsabilização efetiva não ocorre de maneira satisfatória, até porque ainda não há jurisprudência sobre o assunto.

5. Considerações Finais

O estudo permitiu o entendimento que a LGDP dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, em meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com a finalidade de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. A pertinência dessa pesquisa reside no avanço representado pela Lei Geral de Proteção de Dados de 2018 e na relevância social, tendo em vista que todos possuem dados pessoais, que são informações importantes que precisam estar seguras.

Constatou-se que a Internet favoreceu o acesso às redes sociais e muitas pessoas seguem padrões e comportamentos midiáticos. Com isso, surgiu a profissionalização do Influenciador Digital e, por conseguinte, a publicidade e o conteúdo de autoria desses profissionais influenciam tendências que são seguidas e disseminadas por toda a rede.

Através de plataformas digitais, os influenciadores criam conteúdos, divulgam produtos, criam jogos de azar – que são proibidos no Brasil. Muitos seguidores realizam apostas *online* em jogos promovidos pelos influencers e ao ser verificada a violação aos direitos básicos do consumidor, por meio de publicidade enganosa e abusiva, a legislação brasileira autoriza o uso de medidas sancionatórias. Nesse sentido, a responsabilização desses sujeitos é uma forma de prevenção a potenciais prejuízos, devendo responder pelos eventos danosos aos seguidores.

Pese a toda discussão acerca do assunto, pode-se dizer que a efetivação da responsabilidade civil pelos danos causados aos seguidores que filiam ao nicho de jogo de azar ainda é tímida, pois o mesmo meio que serve para divulgar o seu trabalho, em controvérsia, serve também para ocultar seus atos ilícitos, tendo em vista a dificuldade de comprovar seus atos.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Francisco Marcos de. Concretização do direito fundamental à privacidade diante das novas tecnologias da informação: proteção de dados em ambiente virtual. 2021. Fortaleza. Disponível em: <https://biblioteca.sophia.com.br/terminal/9575/acervo/detalhe/127472>. Acesso em: 7 mar. 2024.
- BOLONHEZE, Igor da Silveira. Jogos de Azar no Brasil: Norma e Realidade Social. 2019. Revista Âmbito Jurídico. Disponível em: Jogos de Azar no Brasil: Norma e Realidade Social (ambitojuridico.com.br), acesso abril de 2024
- BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de Dados Pessoais. Rio de Janeiro: Forense, 2019.
- BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2019.
- BRASIL, CBO -2534.Profissionais de Mídias e afins. Ministério do Trabalho. Brasília DF 2022, Disponível em: [CBO - Descrição - 6.0.0 \(mteco.gov.br\)](http://cbo.mte.gov.br), acesso, Mai, 2024
- FORTES, Vinícius Borges. Os direitos de privacidade e a proteção de dados pessoais na internet. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016.
- FORTES, Vinícius Borges; BOFF, Salette Oro; CELLA, José Renato Gaziero. O poder da informação na sociedade em rede: uma análise jusfilosófica da violação da privacidade e dos dados pessoais no ciberespaço como prática de violação de direitos humanos. In: Anais do 19º Encontro Ibero Americano de Governo Eletrônico e Inclusão Digital, p. 44-61, 2014.
- FRAZÃO, Ana. Nova LGPD: tratamento dos dados de crianças e adolescentes. [S.l.], Jota, 2018. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicaoempresa-e-mercado/nova-lgpd-tratamento-dosdados-de-criancase-adolescentes-03102018>. Acesso em: 5 mai. 2023.
- GOMES, Orlando. Contratos. 28ªedição. São Paulo. Editora Forense.2022. p.472-480
- HUIZINGA, Johan. Homo Ludens. Trad. João Paulo Monteiro. 4ª ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.
- JUISKI, Juliane do Rocio; RÉVILLION, Anya S P.; LESSA, Bruno de S.; NETO, Rogério G.; et al. Marketing digital. Porto Alegre: Grupo A, 2020. E-book. ISBN 9786581492281. Disponível em: . Acesso em: 15 de maio de 2024.
- KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: o eu como mercadoria. In: SAAD, Elizabeth; SILVEIRA, Stefanie C. (org.). Tendências em comunicação digital. São Paulo: ECA/USP,2016. Disponível em: . Acesso em abril de 2024.

JOGOS DE AZAR NO BRASIL: NORMA E REALIDADE SOCIAL. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-penal/jogos-de-azar-no-brasil-norma-e-realidade-social/> > Acesso em: 16/09/2020

LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. Autoridade Nacional de Proteção de Dados e a efetividade da Lei Geral de Proteção de Dados: de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n. 13.709/2018 e as alterações da Lei n. 13.853/2019), o Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965/2014) e as sugestões de alteração do CDC (PL 3.514/2015). São Paulo: Almedina, 2020.

PINHEIRO, Patrícia Peck. Proteção de dados pessoais: comentários a lei n 13.709/2018 ligada. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2020. 152 p. Disponível em: <https://books.google.com.br/books>. Acesso em: 11 mar. 2024.

SANTANNA, Gustavo. Direito do consumidor. Porto Alegre: Grupo A, 2018. E-book. ISBN 9788595022874. Disponível em: . Acesso em: abril de 2024.

TANJI, Thiago. tudo o que você precisa saber sobre os jogos de azar no BRASIL. 2017. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2017/07/tudo-o-que-voce-precisasaber-sobre-jogos-de-azar-no-brasil.html> >. Acesso em: 28/05/2024