

A RESPONSABILIZAÇÃO DOS INFLUENCERS DIGITAIS: UMA ABORDAGEM PSICOSSOCIAL, CIVIL E CRIMINAL

Igor Gustavo Tognon
Centro Universitário Univel – Cascavel/PR, Brasil
igorgtognon@gmail.com

Fabiano Scuzziato
Centro Universitário Univel – Cascavel/PR, Brasil
scuzziato@yahoo.com.br

Vanessa Fernanda Schons Ripp
Centro Universitário Univel – Cascavel/PR, Brasil
vanessa.ripp@hotmail.com

Resumo: A transição para o século XXI marcou uma revolução tecnológica que reconfigurou radicalmente as estruturas de comunicação, sociabilidade e consumo, imergindo a sociedade em uma rede de interconexão constante com um fluxo massivo e instantâneo de informações. As interações se tornaram mais líquidas e efêmeras com o advento das redes sociais, caracterizadas por um fluxo incessante de estímulos que reforçam padrões de sucesso e beleza. Essa superabundância de produtos e imagens paradoxalmente contribui para uma sensação crescente de instabilidade e angústia, levando as pessoas a uma busca incessante por validação externa. É neste cenário de busca por referências que os influenciadores digitais emergem, atuando estrategicamente para alcançar grande visibilidade e engajar públicos massivos, impactando diretamente comportamentos e percepções coletivas. O poder desses novos atores sociais manifesta-se na capacidade de influenciar decisões de compra, colocar discussões em circulação e moldar estilos de vida, baseados na construção de uma relação de confiança e identificação. Eles exercem forte persuasão por sua credibilidade, carisma, trajetória ou estilo de vida, construindo uma rede de seguidores fiéis. No entanto, a constante exposição a conteúdos filtrados e idealizados pode intensificar sentimentos de inadequação e ansiedade. A vulnerabilidade da sociedade contemporânea, revelada na "sociedade da transparência" e na "sociedade do curtir", onde a intimidade se torna mercadoria e a validação alheia é buscada incessantemente, torna o

discurso do influenciador tão potente e sua responsabilidade tão grande. Eles atuam como curadores de consumo, direcionando a busca humana por felicidade para a aquisição de bens e estilos de vida idealizados. A periculosidade dessa dinâmica atinge seu ápice na promoção de práticas que exploram deliberadamente as vulnerabilidades do público. Essa capacidade de moldar desejos e normalizar comportamentos de risco impõe aos influenciadores uma responsabilidade que transcende a mera publicidade. Nesse contexto, o estudo se propõe a analisar as responsabilidades intrínsecas à publicitação por meio de influenciadores digitais, abordando seus aspectos psicossociais, civilistas e penais. O problema central investigado é como definir e aplicar essa responsabilidade em um ambiente digital onde a influência pode ser instrumentalizada para obter lucro à custa da vulnerabilidade psíquica, representando uma ameaça à saúde pública. A hipótese subjacente é que, embora o influenciador digital atue em um novo meio, sua atividade profissional de propagar publicamente ideias, mercadorias ou serviços, muitas vezes remunerada, o coloca sob as características de um agente publicitário, e sua liberdade de expressão não o isenta de responsabilidades quando suas ações resultam em dano social ou individual. Os objetivos da pesquisa são, portanto, explorar os impactos psicossociais dessa influência, examinar a responsabilidade civil dos influenciadores como agentes publicitários e analisar a responsabilidade penal decorrente de condutas ilícitas no ambiente virtual. Para isso, o trabalho emprega o método dedutivo. A metodologia se baseia na análise de referências doutrinárias, jurisprudenciais e jornalísticas, com um enfoque nos aspectos sociológicos e nas implicações práticas na esfera jurídica. Além disso, a pesquisa discute o papel da boa-fé objetiva, a necessidade de compliance no marketing digital e a atuação dos órgãos reguladores nesse cenário.

Palavras-chave: Impacto Psicossocial; Influenciadores Digitais; Responsabilidade Civil; Responsabilidade Penal; Vulnerabilidade Digital.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa - A nova dinâmica de marketing e vendas:** como lucrar com a fragmentação dos mercados. São Paulo: Editora Elsevier, 2006.

BRASIL. Decreto-Lei n.º 2.848, de 7 de dezembro de 1940. **Código Penal**. Rio de Janeiro, RJ: Casa da Moeda, 1940. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm. Acesso em: 4 mai. 2025.

BRASIL. **Lei n.º 12.850, de 2 de agosto de 2013**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12850.htm. Acesso em: 28 mai. 2025.

BRASIL. **Lei n.º 4.680, de 18 de junho de 1965**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4680.htm. Acesso em: 20 mai. 2025.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação Cível n.º 10256408120208260100.** Disponível em: https://esaj.tjsp.jus.br/cpopg/show.do?processo.codigo=2S0018G9L0000&processo.foro=100&processo.numero=1025640-81.2020.8.26.0100 Acesso: 7 jun. 2025.

BRASIL. Tribunal de Contas da União. **Jogos de Apostas online (Bets)**: saúde mental: Ministério da Saúde. Brasília, DF, 2025. Relatório de Levantamento TC 024.852/2024-4. Disponível em: https://portal.tcu.gov.br/data/files/AC/11/6D/7C/5D817910E5B0C269F18818A8/024.852-2024-4-JPJ-%20Jogos%20de%20Apostas%20online-BETS.pdf. Acesso em: 17 jun. 2025.

BRASIL. Senado Federal. C**PI das *Bets* ouve influenciadora Virgínia Fonseca sobre publicidade de apostas online**. Brasília, 13 maio 2025. Disponível em: https://www12.senado.leg.br/noticias. Acesso em: 15 mai. 2025.

BRASIL. Senado Federal. **CPI das *Bets*:** saúde mental de apostadores é desafio para o SUS. Disponível em: https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2025/04/01/cpi-das-bets-saude-mental-de-apostadores-e-desafio-para-o-sus. Acesso em: 17 jun. 2025.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **ADI 7.721:** impactos das apostas online (bets) no Brasil. Brasília, DF, 2024. Disponível em: https://portal.tcu.gov.br/data/files/AC/11/6D/7C/5D817910E5B0C269F18818A8/024.852-2024-4-JPJ-%20Jogos%20de%20Apostas%20online-BETS.pdf. Acesso em: 17 jun. 2025.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Recurso Extraordinário 511961/SP.** Disponível em: https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=AC&docID=605643. Acesso em: 14 mar. 2025.

BARBOSA, Ariadne. **Os Direitos dos Influenciadores Digitais no Brasil**. 2025. Disponível em: https://app.uff.br/riuff/handle/1/34046. Acesso em: 22 mai. 2025.

BARBOSA, Caio César do Nascimento; SILVA, Michael César; BRITO, Priscila Ladeira Alves de. **Publicidade Ilícita E Influenciadores Digitais:** Novas Tendências Da Responsabilidade Civil. Disponível em: www.responsabilidadecivil.org. Acesso em: 25 mai. 2025.

BARTMER, Rui Alberto. **Representações Sociais e os Influenciadores Digitais**. Disponível em: https://meuartigo.brasilescola.uol.com.br/sociologia/representacoes-sociais-e-os-influenciadores-digitais.htm. Acesso em: 12 jun. 2025.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo.** Lisboa: Edições 70, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido:** sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo***: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BITENCOURT, Cezar Roberto. **Tratado de Direito Penal**: Parte Geral (arts. 1º a 120). 29. ed. São Paulo: SaraivaJur, 2023. Disponível em: https://storage.googleapis.com/production-saraivaeducacao-amostras/Amostra%20obras%20-%20digitais/Tratado%20de%20Direito%20Penal%20-%20v1%20%28818259%29.pdf. Acesso em: 22 mai. 2025.

BECK, Ulrich**. Sociedade de Risco***:* rumo a uma outra modernidade. São Paulo: Editora 34, 2010.

CASAROTTO, Camila. **Qual é o papel dos influenciadores de inteligência artificial na estratégia de Marketing Digital?** Rock Content, 2021. Disponível em: https://rockcontent.com/br/blog/influenciadores-inteligencia-artificial/. Acesso em: 02 mai. 2024.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet:** reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. Disponível em: https://globalizacaoeintegracaoregionalufabc.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/10/castells-m-a-sociedade-em-rede.pdf. Acesso em: 28 mai. 2025.

CIALDINI, Robert B. **As armas da persuasão:** como influenciar e não se deixar influenciar. Rio de Janeiro: Sextante, 2001.

CONAR. **Guia de Publicidade para Influenciadores Digitais**. Disponível em: http://www.conar.org.br/pdf/CONAR_Guia-de-Publicidade-Influenciadores_2021-03-11.pdf. Acesso em: 26 mai. 2025.

CONAR. **Representação n.º 72/2023**. Disponível em: http://www.conar.org.br/processos/detcaso.php?id=6419. Acesso em: 15 mai. 2025.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO. **Panorama das *bets*–janeiro de 2025**. Disponível em: https://portaldocomercio.org.br/publicacoes_posts/panorama-das-bets-janeiro-de-2025/. Acesso em: 14 jun. 2025.

DIAS, Lucia Ancona Lopez de Magalhães. **Critérios para avaliação da ilicitude na publicidade.** Tese de Doutorado. Faculdade de Direito da USP. São Paulo, 2010. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2131/tde-16082011-160021/pt-br.php. Acesso em: 18 mar. 2018.

FIUZA, César. **Direito Civil - Curso Completo**. 2. ed. Editora Revista dos Tribunais: São Paulo, 2016.

GRECO, Rogério. **Curso de Direito Penal** - Volume 2. 2022. Disponível em: https://www.academia.edu/94795946/Curso_de_Direito_Penal_Vol_2_Rog%C3%A9rio_Greco_. Acesso em: 28 mai. 2025.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade paliativa.** Petrópolis: Vozes, 2023.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência.** Petrópolis: Vozes, 2017.

INSTITUTO LOCOMOTIVA. **Apostas esportivas e saúde mental:** estudo nacional sobre o impacto emocional das apostas online no Brasil. 2024. Disponível em: https://static.poder360.com.br/2024/08/Locomotiva-pesquisa-apostas-e-saude-mental-ago-2024.pdf. Acesso em: 16 jun. 2025.

INFLUENCER MARKETING HUB. **Influencer Marketing Benchmark Report**. 2025. Disponível em: https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/. Acesso em: 12 mai. 2025.

KARHAWI, Issaaf. **De blogueira a influenciadora:** a evolução da autoridade nas redes sociais digitais. São Paulo: Intercom, 2017.

KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2019.

LIEBERMAN, Matthew; LONG, Naomi. **Dopamina**: como a química do cérebro molda nossas ações e decisões. São Paulo: HarperCollins, 2022.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo:** viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Cia. das Letras, 2011.

MARTINS, Guilherme Magalhães; MUCELIN, Guilherme. **Caso Virgínia Fonseca, *bets* e preço do like**: quando a influência gera responsabilidade civil de consumo. 2025. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2025-fev-26/o-caso-da-virginia-fonseca-bets-e-o-preco-do-like-quando-a-influencia-digital-gera-responsabilidade-civil-de-consumo/. Acesso em: 15 mar. 2025.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor.** 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MORAES, Alexandre de. **Direito Constitucional.** 23ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Responsabilidade civil.** 10. ed. Rio de Janeiro: GZ, 2012.

PUNDER, Patrícia. **Compliance, LGPD, Gestão de Crises e ESG**: Tudo junto e misturado é bom para as empresas e para a sociedade. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2023.

PEGN. **Influencer dá nota baixa para bar no Google e cobra R$ 2,5 mil da dona para mudar review.** 2022. Disponível em: https://revistapegn.globo.com/Banco-de-

ideias/Mundo-digital/noticia/2022/08/influencer-da-nota-baixa-para-bar-no-google-e-cobrar-25-mil-da-dona-para-mudar-review.html. Acesso em: 6 jun. 2025.

PUPPE, Ingeborg. **Estudos sobre imputação objetiva e subjetiva no direito penal.** 1 ed. São Paulo: Marcial Pons, 2019.

RESPONSIBLE GAMBLING COUNCIL. **The science behind gambling.** Toronto: RGC, 2024. Disponível em: https://responsiblegambling.org/for-the-public/about-gambling/the-science-behind-gambling/. Acesso em: 18 jun. 2025.

RODRIGUES, Silvio. **Direito Civil–Responsabilidade Civil**. Volume 4. 20. ed. Editora Saraiva: São Paulo, 2003.

ROXIN, Claus. **Derecho Penal. Parte General, Tomo I. Fundamentos. La estrutura de la teoria del delito.** Traducción de la 2ª edición alemana. Madrid: Thomson Reuters, 1997.

SÁNCHEZ, Jesús-María. **A Expansão do Direito Penal na Sociedade do Risco**. 2002. Disponível em: < https://www.studocu.com/pt-br/document/pontificia-universidade-catolica-do-rio-grande-do-sul/direito-penal-i-teoria-geral-da-norma-penal/jesus-maria-silva-sanchez-a-expansao-do-direito-penal-aspectos-da-politica-criminal-nas-sociedades-pos-industriais-revista-dos-tribunais-2013-ler-em-pdf/39918564>. Acesso em: 28 de maio de 2025.

SIMAS, Danielle Costa de Souza; SOUZA JÚNIOR, Albefredo Melo de. **Sociedade em rede:** os influencers digitais e a publicidade oculta nas redes sociais. Disponível em: https://www.indexlaw.org/index.php/revistadgnt/article/view/4149. Acesso em: 20 mar. 2025.

SIMAS, Fábio; SOUZA JÚNIOR, Carlos. **Os novos líderes de opinião:** o impacto dos influenciadores digitais na era da informação. Brasília: CNI, 2022.

SILVA, Victor Sales Pinheiro da; MENDES, Caio de Souza. Liberdade de expressão na era digital: novos intermediários e censura por atores privados. **Revista de Investigações Constitucionais**, v. 11, n. 2, p. 321-344, maio/ago. 2024. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rinc/a/CRhh3yJP6jQYZHtp3KwKMjf/. Acesso em: 04 abr. 2025.

UEQUED, Marina de Medeiros. **Responsabilidade Civil dos Influenciadores Digitais**. 2022. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/266324/001152660.pdf?sequence=1. Acesso em: 28 mai. 2025.

WELZEL, Hans. **El nuevo sistema del Derecho Penal - Una introducción a la doctrina de la acción finalista.** Ediciones Ariel: Barcelona, 1964.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.