

Publicidade ilícita e responsabilidade civil das plataformas digitais

Autor(a): Luís Roberto Barroso

Publicado em: 23 de janeiro de 2026

Publicação: migalhas_import

Link JurisTube: <https://juristube.com.br/colunistas/luis-roberto-barroso/publicidade-ilicita-e-responsabilidade-civil-das-plataformas-digitais>

Fonte original: <https://www.migalhas.com.br/depeso/438370/publicidade-ilicita-e-responsabilidade-civil-das-plataformas-digitais>

Identificador citável: juristube.com.br/colunistas/luis-roberto-barroso/publicidade-ilicita-e-responsabilidade-civil-das-plataformas-digitais#ep-d210c3fc

Resumo

Por Paulo Vitor Faria da Encarnação. Guia claro e atual sobre responsabilidade por anúncios de apostas online. Explica quando plataformas e influenciadores respondem e como prevenir riscos com

...

Texto integral

Resumo O artigo analisa a responsabilidade civil de influenciadores digitais e de plataformas como a Meta/Instagram pela veiculação de publicidade ilícita de apostas online. Examina-se a evolução jurisprudencial do STF, que declarou parcialmente inconstitucional o art. 19 do marco civil da internet, reconhecendo a responsabilidade direta das plataformas em casos de anúncios pagos. O estudo aborda também o posicionamento do STJ, a jurisprudência dos tribunais estaduais e as contribuições doutrinárias recentes, destacando as insuficiências da lei 14.790/23 quanto à disciplina publicitária. Conclui-se que a proteção do consumidor digital exige uma abordagem integrada entre responsabilidade civil, repressão penal e fiscalização administrativa, impondo maior transparência e dever de diligência a influenciadores e plataformas. **Introdução** O fenômeno da publicidade de apostas online em redes sociais revela a confluência de interesses econômicos expressivos com a fragilidade estrutural da proteção jurídica no ambiente digital. Trata-se de um campo no qual se confrontam a liberdade de expressão, o dever de transparência e a necessidade de tutela da dignidade do consumidor, especialmente em razão da vulnerabilidade informacional e psicológica que caracteriza o consumo em ambientes virtuais. Nos últimos anos, a expansão das casas de apostas digitais encontrou nas plataformas e nos influenciadores digitais um meio eficaz de difusão, convertendo a publicidade em elemento central para a captação de novos apostadores. Entretanto, a ausência de parâmetros claros de regulação publicitária, aliada à monetização de anúncios pelas plataformas, potencializou a veiculação de conteúdos ilícitos e a indução de consumidores a práticas de risco. O problema ganha relevo particular diante da atuação das grandes plataformas digitais, como a Meta, responsável pelo Instagram e pelo Facebook, que não apenas hospedam os conteúdos, mas deles extraem proveito econômico direto por meio de impulsionamentos pagos. Essa circunstância desloca a discussão da neutralidade técnica para a responsabilidade solidária, impondo às plataformas e aos influenciadores deveres de diligência e transparência mais rigorosos. A presente pesquisa tem por objetivo examinar a responsabilidade civil das plataformas digitais

diante da publicidade ilícita de apostas online, analisando criticamente o desenvolvimento jurisprudencial e a doutrina contemporânea. Busca-se, ainda, identificar os limites e as insuficiências do atual marco normativo, especialmente após a evolução interpretativa do STF sobre o art. 19 do marco civil da internet e diante da disciplina prevista na lei 14.790/23. O artigo organiza-se em quatro eixos principais: a fundamentação teórica do regime jurídico de responsabilidade, os riscos e impactos sociais da publicidade de apostas ilegais, a evolução jurisprudencial sobre a matéria e a contribuição doutrinária recente para a delimitação das obrigações de influenciadores e plataformas. O objetivo final é oferecer uma compreensão sistemática e crítica do tema, capaz de contribuir para o fortalecimento da proteção do consumidor e para a construção de um ambiente digital mais seguro e transparente.

1. Fundamentação teórica da responsabilidade civil digital: Princípios de proteção do consumidor, liberdade de expressão e dever de diligência

1.1 O marco civil da internet e os limites de sua aplicação após a decisão do STF sobre o art. 19

O ponto de partida necessário para a compreensão da responsabilidade civil das plataformas digitais reside na interpretação do art. 19 do marco civil da internet (lei 12.965/14). O dispositivo foi concebido com o propósito de evitar um regime de responsabilidade objetiva dos provedores de aplicação, estabelecendo que somente haveria responsabilização caso, após ordem judicial específica, a plataforma deixasse de remover conteúdo ilícito. A lógica subjacente a esse modelo consistia em preservar a liberdade de expressão, evitando que as plataformas passassem a exercer papel censor privado. Contudo, essa concepção sofreu importante inflexão a partir do julgamento do STF, em junho de 2025, no qual se reconheceu a inconstitucionalidade parcial do art. 19 do marco civil da internet. No julgamento conjunto dos REs 1.057.245 e 1.047.396, relatados pelo ministro Dias Toffoli, o plenário estabeleceu que, em determinadas hipóteses, não se exige ordem judicial para a responsabilização civil das plataformas, especialmente nos casos de anúncios pagos ou impulsionados, em que se presume a ciência da plataforma sobre o conteúdo ilícito. A decisão do STF possui efeitos significativos para o tema em análise. De um lado, ao modular a aplicação do art. 19, o Tribunal manteve a necessidade de ordem judicial em matérias relativas a crimes contra a honra e a conteúdos jornalísticos, em razão da proteção da liberdade de expressão. De outro lado, porém, determinou que nos casos de publicidade paga e impulsionada, a plataforma responde diretamente pela veiculação ilícita, pois, ao lucrar com a promoção, não pode ser considerada mero intermediário neutro. Esse entendimento reforça a posição da Advocacia-Geral da União, que em 2024 notificou a Meta para remover, no prazo de 48 horas, anúncios de apostas online ilegais identificados em sua plataforma, sob pena de responsabilização civil. A AGU sustentou que, em tais hipóteses, a publicidade ilícita constitui atividade manifestamente ilegal e que a manutenção de anúncios não autorizados conecta-se não apenas a violações consumeristas, mas também a crimes como sonegação fiscal, lavagem de dinheiro e fraude. A conjugação entre a jurisprudência constitucional e a atuação administrativa evidencia que o modelo do marco civil da internet, tal como inicialmente concebido, encontra-se superado. A regra de que a plataforma só responderia após ordem judicial já não se sustenta diante da presunção de conhecimento em casos de publicidade impulsionada. O sistema atual impõe às plataformas um dever de diligência ativo, aproximando sua posição daquela prevista no CDC, que atribui responsabilidade solidária a todos os integrantes da cadeia de fornecimento. Assim, os limites da aplicação do art. 19 do marco civil, após a decisão do STF, passam a ser interpretados de forma restritiva: a exigência de ordem judicial permanece válida apenas em situações em que não há lucro direto da plataforma com o conteúdo e quando a ponderação constitucional exige a prevalência da liberdade de expressão. Fora desse âmbito, sobretudo em anúncios de apostas online ilegais, a responsabilização civil é direta e imediata, cabendo à plataforma prevenir, fiscalizar e remover

conteúdos ilícitos. 1.2 O CDC e a solidariedade na cadeia de fornecimento digital A análise da responsabilidade civil pelas apostas online ilegais não pode prescindir do CDC (lei 8.078/1990), que estabelece um regime jurídico de proteção voltado à vulnerabilidade do consumidor e à necessidade de controle da publicidade enganosa ou abusiva. Ainda que o marco civil da internet tenha instituído uma disciplina própria para a responsabilização dos provedores de aplicação, o CDC permanece aplicável sempre que se configure uma relação de consumo, notadamente nos casos em que a publicidade digital induz consumidores a erro ou oculta riscos relevantes. O ponto central está no art. 7º, parágrafo único, do CDC, que prevê a responsabilidade solidária de todos os que concorrem para o dano. No ambiente digital, essa disposição implica reconhecer que plataforma, anunciante e influenciador integram a mesma cadeia de fornecimento quando veiculam ou promovem publicidade ilícita. Essa solidariedade já foi afirmada pela jurisprudência do STJ, que entende que o provedor de aplicação, ao permitir a manutenção de anúncios ilícitos após notificação, responde solidariamente com o autor do conteúdo, nos termos do art. 14 do CDC. A jurisprudência estadual também tem afirmado esse entendimento. O TJ/RJ, em decisão paradigmática, assentou que o marco civil da internet não afasta a incidência do CDC, pois a proteção ao consumidor é direito fundamental e constitui norma de ordem pública inderrogável. Naquele julgamento, considerou-se que a plataforma, ao participar da cadeia de consumo como prestadora de serviços, submete-se ao regime da solidariedade legal. No contexto das apostas online, a doutrina tem destacado que a lei 14.790/23 - a chamada lei das bets - incorporou expressamente os direitos previstos no CDC aos apostadores, mas deixou de estabelecer parâmetros técnicos claros para a publicidade. Isso fragiliza a previsibilidade jurídica e acentua a vulnerabilidade do consumidor digital. Como observa Guilherme Gregolin Faleiros, a ausência de normas específicas agrava a insegurança, pois a proteção efetiva ao consumidor digital resta comprometida diante da falta de jurisprudência consolidada. Esse quadro é ainda mais grave quando se considera a atuação de influenciadores digitais. Ao promoverem plataformas de apostas sem informar os riscos ou sem indicar tratar-se de publicidade paga, tais agentes passam a responder solidariamente pelos danos causados. Amanda Chaves de Souza observa que, em tais situações, a responsabilização civil tem caráter pedagógico, pois estimula maior cautela e transparência por parte dos influenciadores, reforçando a proteção da boa-fé objetiva. Em síntese, o regime do CDC permite qualificar as plataformas digitais como fornecedores por equiparação, responsabilizando-as solidariamente pela publicidade de apostas ilegais. Esse entendimento, conjugado com a recente inflexão jurisprudencial do STF sobre o art. 19 do marco civil da internet, evidencia que a fronteira entre responsabilidade subsidiária e solidária foi deslocada: nos casos de publicidade ilícita, especialmente de apostas, a regra é a solidariedade. Clique aqui para ler a íntegra do artigo.

Como citar este documento

As citações abaixo seguem os padrões ABNT NBR 6023:2018, APA 7ª edição, Chicago Author-Date (17ª ed.) e BibTeX (LaTeX). Copie o formato exigido pelo periódico ou gerenciador bibliográfico (Zotero, Mendeley, EndNote).

ABNT (NBR 6023:2018)

BARROSO, Luís Roberto. Publicidade ilícita e responsabilidade civil das plataformas digitais. *migalhas_import*, 23 jan. 2026. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/438370/publicidade-ilicita-e-responsabilidade-e-civil-das-plataformas-digitais>. Acesso via: JurisTube — Acervo Digital de Direito. Disponível em: <https://juristube.com.br/colunistas/luis-roberto-barroso/publicidade-ilicita-e-responsabilidade-civil-das-plataformas-digitais>. Acesso em: 26 ago. 2026.

APA 7ª edição

Barroso, L. R. (2026, January 23). Publicidade ilícita e responsabilidade civil das plataformas digitais. **migalhas_import**. <https://www.migalhas.com.br/depeso/438370/publicidade-ilicita-e-responsabilidade-civil-das-plataformas-digitais>

Chicago Author-Date (17ª ed.)

BARROSO, Luís Roberto. 2026. "Publicidade ilícita e responsabilidade civil das plataformas digitais." **migalhas_import**, January 23. <https://www.migalhas.com.br/depeso/438370/publicidade-ilicita-e-responsabilidade-civil-das-plataformas-digitais>

BibTeX

```
@article{lu-s-roberto-barroso-publicidade-il-cita-e-responsabilidade-c-2026,  
  author = {Barroso, Luís Roberto},  
  title = {Publicidade ilícita e responsabilidade civil das plataformas digitais},  
  journal = {migalhas_import},  
  year = {2026},  
  url = {https://www.migalhas.com.br/depeso/438370/publicidade-ilicita-e-responsabilidade-civil-das-plataformas-digitais},  
  urldate = {2026-01-23}  
}
```



Licença de Uso — CC BY-NC-SA 4.0

Este conteúdo está licenciado sob a licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0). O uso para fins acadêmicos e educacionais é permitido, desde que citada a fonte original (JurisTube) conforme as normas técnicas indicadas neste documento.

Termos completos:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.pt-br>

JurisTube — Acervo Digital de Direito

<https://juristube.com.br/colunistas/luis-roberto-barroso/publicidade-ilicita-e-responsabilidade-civil-das-plataformas-digitais>

PDF gerado em 2026-08-26 18:42 UTC