UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

ÂNIMA EDUCAÇÃO

DARIANE TENFEN SCHUELTER

A NATUREZA JURÍDICA DA RESPONSABILIDADE CIVIL DO *INFLUENCER* NA ERA DO DIREITO DIGITAL

Braço do Norte

2023

DARIANE TENFEN SCHUELTER

A NATUREZA JURÍDICA DA RESPONSABILIDADE CIVIL DO *INFLUENCER* NA ERA DO DIREITO DIGITAL

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientadora: Prof. Viviane Coelho de Sellos-Knoer, Dra.

Braço do Norte

2023

DARIANE TENFEN SCHUELTER

A NATUREZA JURÍDICA DA RESPONSABILIDADE CIVIL DO *INFLUENCER* NA ERA DO DIREITO DIGITAL

Esta Monografia foi julgada adequada à obtenção do título de Bacharel em Direito e aprovado em sua forma final pelo Curso de Direito da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Braço do Norte, 24 de novembro de 2023.

Professora e orientadora Viviane Coelho de Sellos-Knoer, Dra.
Centro Universitário Curitiba - UNICURITIBA

Professor Vilson Leonel, MSc.
Universidade do Sul de Santa Catarina

TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

A NATUREZA JURÍDICA DA RESPONSABILIDADE CIVIL DO *INFLUENCER* NA ERA DO DIREITO DIGITAL

Declaro, para todos os fins de direito, que assumo total responsabilidade pelo aporte ideológico e referencial conferido ao presente trabalho, isentando a Universidade do Sul de Santa Catarina, a Coordenação do Curso de Direito, a Banca Examinadora e a Orientadora de todo e qualquer reflexo acerca deste Trabalho de Conclusão de Curso.

Estou ciente de que poderei responder administrativa, civil e criminalmente em caso de plágio comprovado do trabalho monográfico.

Braço do Norte, 24 de novembro de 2023.

DARIANE TENFEN SCHUELTER

Este trabalho de conclusão de curso é inteiramente dedicado a minha família. Os maiores incentivadores da busca dos meus sonhos.

Mãe, seu cuidado e dedicação foi o que me deu força para seguir. Pai, sua presença significou segurança e certeza de que não estaria sozinha nessa caminhada. Irmão, você é a luz da minha vida.

Muito obrigada.

AGRADECIMENTOS

Este é o momento de expressar em palavras toda a minha gratidão àqueles que estiveram comigo nessa jornada de elaboração da monografia.

Agradeço a Deus por ter permitido que eu tivesse saúde e determinação para não desanimar durante a realização deste trabalho.

Aos meus pais, Dário e Fábia, e meu irmão Gustavo, que sempre me incentivaram na minha jornada acadêmica, principalmente durante a realização deste trabalho, deram todo o suporte e compreenderam a minha ausência enquanto me dedicava à realização deste estudo. A vocês toda a minha admiração, meu orgulho e amor.

Ao meu namorado Gabriel, manifesto meu agradecimento pelo amor, incentivo, paciência e apoio incondicional nesta fase desafiadora.

Aos amigos que sempre estiveram ao meu lado.

A minha professora orientadora Viviane Coelho de Sellos-Knoer e ao professor metodológico Vilson Leonel pela contribuição na construção do meu trabalho com dedicação e amizade.

Um agradecimento especial ao professor Rafael Giordani Sabino, primeiro pela orientação na elaboração do projeto de pesquisa, como também pelo papel desempenhado em minha formação, sendo um grande exemplo de profissional na área do Direito.

E a todos que contribuíram direta ou indiretamente, o meu sincero e caloroso, muito obrigada.

“Deixem que o futuro diga a verdade e avalie cada um de acordo com o seu trabalho e realizações. O presente pertence a eles, mas o futuro pelo qual eu sempre trabalhei pertence a mim” (Nikola Tesla, 1927).

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo geral estudar a natureza jurídica da responsabilidade civil do *influencer* na era do direito digital. A análise foi elaborada sob a ótica do Código Civil, do Código de Defesa do Consumidor e da Lei do Marco Civil da Internet. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica e documental seguindo o método dedutivo de abordagem, que consistiu na análise de livros, periódicos e outras publicações disponíveis em meio eletrônico, bem como da legislação aplicada à responsabilidade civil e dos principais precedentes jurisprudenciais dos Tribunais de Justiça Estaduais. Seguindo os parâmetros da abordagem qualitativa, os resultados indicam que a responsabilidade civil do *influencer* independente de prova da culpa, fundamentada na teoria do risco da atividade e ainda permite o reconhecimento do *influencer* como fornecedor por equiparação. A análise jurisprudencial demonstrou que existem vertentes sobre o tema que tratam da exclusão da responsabilidade do *influencer* de reparação dos danos e da sua integração na cadeia de consumo. Assim, com base no estudo concluímos que o *influencer* será responsabilizado objetivamente, mas para inseri-lo na cadeia de consumo é preciso verificar se o poder de influência foi o determinante na aquisição de determinado produto ou serviço.

Palavras-chave: Responsabilidade civil. Direito digital. *Influencer.* Teoria do risco da atividade. Poder de influência.

ABSTRACT

The general objective of this work is to study the legal nature of influencer civil liability in the digital age. The analysis was prepared from the perspective of the Civil Code, the Consumer Protection Code, and the Internet Civil Framework Law. Bibliographic and documentary research was carried out following the deductive method, consisting of analyzing books, periodicals, and other electronically available publications, as well as legislation linked to civil liability and the main jurisprudential precedents of the State Courts of Justice. In accordance with the parameters of the qualitative approach, the results indicate that the influencer's civil liability is independent of the need for proof of guilt, based on the theory of activity risk. It also allows recognizing the influencer as an equivalent supplier. The jurisprudential analysis demonstrated that there are aspects dealing with the exclusion of the influencer's responsibility for repairing damages and their integration into the consumption chain. Therefore, based on the study, we conclude that the influencer will be held objectively responsible. To insert them into the consumption chain, it is necessary to verify whether the power of influence was the determining factor in the acquisition of a certain product or service.

Keywords: Civil responsability. Digital law. Influencer. Activity risk theory. Power of influence.

LISTA DE ABREVIATURAS

CC – Código Civil

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CF – Constituição Federal

CONAR – Código de Autorregulamentação Publicitária

CTASP – Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público

PP – Partido Progressista

TJDF – Tribunal de Justiça do Distrito Federal

TJPR – Tribunal de Justiça do Estado do Paraná

TJSP – Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 12

2 DA RESPONSABILIDADE CIVIL 15

2.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA 15

2.2 CONCEITO 18

2.2.1 Conduta 19

2.2.2 Da culpa 19

2.2.3 Da relação de causalidade 21

2.2.4 Do dano 23

2.3 PRINCÍPIOS DA RESPONSABILIDADE CIVIL 24

3 DAS FORMAS DE RESPONSABILIDADE CIVIL NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO 26

3.1 RESPONSABILIDADE CONTRATUAL X EXTRACONTRATUAL 26

3.2 RESPONSABILIDADE SUBJETIVA X OBJETIVA 27

3.3 O *INFLUENCER* NA ERA DO DIREITO DIGITAL 27

3.4 DA RESPONSABILIDADE CIVIL DO *INFLUENCER* NA ÓTICA DO CÓDIGO CIVIL E DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR 29

3.4.1 Consumidor e fornecedor 31

3.5 DA RESPONSABILIDADE CIVIL NA LEI DO MARCO CIVIL DA INTERNET 31

3.5.1 Provedores 32

4 DA NATUREZA JURÍDICA DA RESPONSABILIDADE CIVIL DO *INFLUENCER* NA ERA DO DIREITO DIGITAL 34

4.1 PRECEDENTES DOS TRIBUNAIS DE JUSTIÇA ESTADUAIS 34

4.1.1 Caso Virgínia Fonseca baseado na responsabilidade civil do Código Civil 36

4.1.2 Acórdão proferido no Recurso Inominado n. 0031564-51.2019.8.16.0182 do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná (TJPR) aplicando ao *influencer* a responsabilidade civil objetiva prevista no Código de Defesa do Consumidor 37

4.1.3 Acórdão proferido no Recurso Inominado n. 0031564-51.2019.8.16.0182 do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (TJSP) e Apelação Cível n. 0709603-37.2021.8.07.0006 do Tribunal de Justiça do Distrito Federal (TJDF) excluindo o *influencer* da obrigação de reparação dos danos 40

5 CONCLUSÃO 43

REFERÊNCIAS 45

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho monográfico tem por objetivo estudar a natureza jurídica da responsabilidade civil do *influencer* na era do direito digital, isto é, entender de que forma essas pessoas podem ser responsabilizadas por eventuais danos causados na prática de suas atividades.

É sabido que o mundo está em constante transformação e o desenvolvimento de novas tecnologias e negócios, como a figura do *influencer*, desafiam situações que merecem respaldo no ordenamento jurídico brasileiro.

A disseminação de conteúdo nas redes sociais coloca o poder de influência do *influencer* como fator desencadeador da responsabilidade civil. Contudo, a abordagem apropriada para a responsabilização dessa figura ainda não possui um claro parâmetro definido.

A controvérsia jurisprudencial paira justamente sobre a natureza jurídica da responsabilidade civil a ser aplicada nos casos que envolvam a figura do *influencer*.

Assim, existe larga discussão se deve ser aplicada responsabilidade de natureza subjetiva ou objetiva, esta última ainda sob dois enfoques: do Código Civil (CC) e do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Além disso, há vertentes que indicam ausência de responsabilidade do *influencer* em caso de dano.

A partir dessas considerações, visa-se responder a seguinte pergunta de pesquisa: Qual é a natureza jurídica da responsabilidade civil do *influencer* na era do direito digital?

A natureza jurídica da responsabilidade civil do influenciador digital tende a aderir a teoria do risco da atividade na era do direito digital, imputando-se o dever de reparação de danos sem prova da culpa, ou seja, caracterizando a responsabilidade objetiva.

Neste sentido, o objetivo geral deste trabalho é investigar e analisar os aspectos jurídicos relacionados à responsabilidade civil do influenciador digital, com o intuito de compreender aquela que melhor atende aos anseios da sociedade, bem como estabelecer diretrizes claras para a proteção de eventuais vítimas, classificadas como consumidores ou não, além de cientificar os influenciadores digitais de suas responsabilidades decorrentes do poder de influência.

Para se chegar à completude do tema, os objetivos específicos são de suma importância e foram assim delineados: descrever a responsabilidade civil no âmbito do Direito Civil, Direito Digital e Direito do Consumidor, identificando as normas e princípios

aplicáveis; avaliar a influência e o poder de persuasão dos influenciadores digitais sobre seus seguidores; investigar os casos jurisprudenciais de danos causados por influenciadores digitais, com o objetivo de identificar os critérios utilizados pelos tribunais para atribuir responsabilidade; definir o enquadramento da responsabilidade civil do influenciador digital no ordenamento jurídico brasileiro.

A importância do estudo da responsabilidade civil do *influencer* é constatado a partir do enorme poder de influência exercido sobre os seguidores, sobrevindo questionamentos se os possíveis danos ocasionados podem ser fontes de responsabilidade civil e de que maneira ela deve ser aplicada.

Muitas vezes a publicidade promovida pelo *influencer* é o ponto crucial para compra de algum produto ou serviço, de modo que a relação de confiança do usuário é o fator determinante.

A pesquisa sobre a responsabilidade civil do *influencer* contribui para o desenvolvimento do direito digital e da responsabilidade civil na era digital. Com a evolução das tecnologias e a disseminação das redes sociais, surge a necessidade de adequar o arcabouço legal existente a essa realidade. A compreensão dos fundamentos jurídicos e das nuances dessa responsabilidade é crucial para a elaboração de políticas públicas, a criação de regulamentações adequadas e a garantia de uma sociedade justa e equilibrada.

A delimitação e aprofundamento do assunto proporcionam segurança jurídica tanto para as vítimas quanto para os próprios influenciadores, que podem entender suas obrigações e limites legais.

Essa pesquisa caracteriza-se quanto ao objetivo, como sendo de natureza exploratória e o conteúdo explorado foi analisado de acordo com os parâmetros da abordagem qualitativa. Quanto aos procedimentos técnicos para coleta de dados define-se a pesquisa como bibliográfica e documental.

No atinente a pesquisa bibliográfica foram analisados livros, periódicos e outras publicações disponíveis em meio eletrônico.

Já a pesquisa documental reportou-se a análise de legislação e jurisprudências. Foram investigados todos os julgados do ordenamento jurídico brasileiro acerca da responsabilidade civil do influenciador digital por danos causados ao usuário, seguidor e/ou consumidor decorrente do seu poder de influência, tendo em vista aqueles com pedido de indenização por danos que discorram sobre a natureza jurídica da responsabilidade civil a ser aplicada.

A monografia está dividida didaticamente em três capítulos, sendo que no primeiro capítulo abordamos a evolução histórica, conceito e pressupostos da responsabilidade civil.

O segundo capítulo volta-se a explicar as espécies de responsabilidade civil e o modo como a mesma se apresenta na lei civil, na lei consumerista e na lei do Marco Civil da Internet, retratando as figuras dos consumidores, fornecedores e provedores. Além disso, buscou-se definir a pessoa do *influencer* e seu poder de influência.

No terceiro e último capítulo, falamos especificamente sobre os julgados encontrados que versaram sobre a responsabilidade civil do *influencer* pelos danos causados, destacando a natureza jurídica aplicada em cada caso.

2 DA RESPONSABILIDADE CIVIL

A responsabilidade civil é um dos temas mais intrigantes e complexos da atualidade jurídica, influenciado pela expansão do direito moderno e dos avanços tecnológicos, além de todos os impactos que o tema causa nas interações humanas (Diniz, 2023, p. 11)

É de se dizer que a todo instante surge uma questão de responsabilidade civil no meio social, pois a cada dano sofrido pelo homem, seja contra sua pessoa ou seu patrimônio, é preciso uma encontrar uma solução, pois o direito não pode tolerar que ofensas fiquem sem reparação. Assim, questões como: Quem deverá ressarcir os danos? De que modo será efetivada a restauração do statu quo ante e a indenização do dano? revelam a temática da responsabilidade civil (Diniz, 2023, p. 11).

No entanto, antes de analisar a teoria construída pelo ordenamento jurídico brasileiro acerca da responsabilidade civil, é interessante abordar a evolução histórica, pois ela tem repercussão direta no entendimento atual do tema e como ele se moldou ao longo dos anos de acordo com o desenvolvimento da sociedade e da cultura.

2.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA

A responsabilidade civil tem seu ponto de partida no Direito Romano (Gagliano; Pamplona filho, 2023, p. 17).

Nos primórdios da civilização humana, a ideia de vingança coletiva era dominante, sendo caracterizada pela reação conjunta de um grupo contra o agressor pela ofensa perpetrada contra um de seus integrantes (Diniz, 2023, p. 11).

Na sequência, a concepção de responsabilidade civil esteve alicerçada na **vingança pessoal/privada**, entendida como uma reação pessoal de fazer justiça com as próprias mãos. Trata-se da pena de Talião, sintetizada na máxima “olho por olho, dente por dente” e prevista na Lei das XII Tábuas (Gagliano; Pamplona Filho, 2023, p. 17; Diniz, 2023, p. 12).

De acordo com Maria Helena Diniz (2023, p. 12) “a responsabilidade era objetiva, não dependia da culpa, apresentando-se apenas como uma reação do lesado contra a causa aparente do dano”.

Todavia, “a experiência romana mostrou que a responsabilidade sem culpa poderia ocasionar situações injustas, surgindo a necessidade de comprovação desta como uma questão social evolutiva” (Tartuce, 2021, p. 340).

Com o passar do tempo, a aplicação pena, entretanto, passou a ser marcada pela intervenção do Poder Público, que poderia permiti-la ou proibi-la.

Isso se deu com a possibilidade de composição entre a vítima e o ofensor, evitando-se a aplicação da pena de Talião. Assim, a vítima não agia com as próprias mãos, mas receberia do infrator uma importância em dinheiro ou outros bens (Gagliano; Pamplona Filho, 2023, p. 17).

De acordo com Carlos Roberto Gonçalves (2023, p.19):

> A diferenciação entre a "pena" e a "reparação", entretanto, somente começou a ser esboçada ao tempo dos romanos, com a distinção entre os delitos públicos (ofensas mais graves, de caráter perturbador da ordem) e os delitos privados. Nos delitos públicos, a pena econômica imposta ao réu deveria ser recolhida aos cofres públicos, e, nos delitos privados, a pena em dinheiro cabia à vítima.

Assim, houve uma divisão entre a responsabilidade civil e a responsabilidade penal (Gonçalves, 2023, p. 19).

"Um marco na evolução histórica da responsabilidade civil se dá, porém, com a edição da *Lex Aquilia*, cuja importância foi tão grande que deu nome à nova designação da responsabilidade civil delitual ou extracontratual" (Gagliano; Pamplona Filho, 2023, p. 17).

Por meio da referida lei, a responsabilidade civil se desvinculou, gradativamente, da ideia de punição pessoal do agressor na mesma proporção do dano, para consagrar a função primordial do instituto: a reparação patrimonial do dano sofrido (Teppedino; Terra; Guedes, 2023, p. 1).

A vista disso, a indenização pelos prejuízos passou a ser realizada em pecúnia, mediante a fixação de um valor reparatório (Diniz, 2023, p. 13).

No entanto, deve ficar claro que a *Lex Aquilia* começou a pensar em responsabilidade civil subjetiva só algum tempo depois da sua criação (Tartuce, 2021, p. 340).

Em verdade, foi o Direito Francês que consagrou a modalidade de responsabilidade civil subjetiva, ou seja, aquela em que a culpa, ainda que levíssima gera a obrigação de indenizar (Tartuce, 2021, p. 340; Gonçalves, 2023, p. 19).

Sobre esse momento histórico, Gagliano e Pamplona Filho (2023, p. 17) discorrem que:

> a inserção da culpa como elemento básico da responsabilidade civil aquiliana — contra o objeti-vismo excessivo do direito primitivo, abstraindo a concepção de pena para substituí-la, paulatinamente, pela ideia de reparação do dano sofrido — foi incorporada no grande monumento legislativo da idade moderna, a saber, o Código

> Civil de Napoleão, que influenciou diversas legislações do mundo, inclusive o Código Civil brasileiro de 1916.

Assim, a responsabilidade civil no Brasil foi incorporada pela primeira vez no Código Civil de 1916 com base na teoria subjetiva advinda do Código de Napoleão, onde a culpa é o elemento central. Assim, para que houvesse obrigação de indenizar era necessário comprovar a culpa em qualquer das suas modalidades: negligência, imprudência ou imperícia (Teppedino; Terra; Guedes, 2023, p. 3).

Acontece que a teoria clássica da culpa instituída no Código Napoleônico não conseguiu suprir todas as necessidades da sociedade, uma vez que muitos danos acabavam ficando sem reparação pela impossibilidade/dificuldade de comprovação do elemento anímico da culpa (Gagliano; Pamplona Filho, 2023, p. 17).

Ademais, "o surto de progresso, o desenvolvimento industrial e a multiplicação dos danos acabaram por ocasionar o surgimento de novas teorias, tendentes a propiciar maior proteção às vítimas" (Gonçalves, 2023, p. 19).

É o caso da chamada teoria do risco, voltada à responsabilização daquelas pessoas que realizam atividades em prol da coletividade, a exemplo da culpa presumida no transporte rodoviário prevista no antigo Decreto-lei 2.681/1912 (Tartuce, 2021, p. 341).

Cumpre ressaltar que a teoria do risco não anulou a culpa, ambas constituem-se como fundamentos da responsabilidade civil, e são utilizadas a depender da situação apresentada (Diniz, 2023, p. 13).

O atual CC de 2002, por seu turno, procurou fundamentar a responsabilidade na teoria subjetiva, expressa no artigo 186. Assim, para gerar uma obrigação de reparar o dano é necessário a comprovação da culpa. Entretanto, em casos que a teoria subjetiva não consiga atender as demandas, adotou-se a teoria da responsabilidade objetiva, como por exemplos nos arts. 936, 937 e 938 do CC, que tratam, respectivamente, da responsabilidade do dono do animal, do dono do edifício e do habitante da casa; e ainda arts. 927, parágrafo único, 933 e 1.299, que dizem respeito, respectivamente, à atividade potencialmente perigosa; à responsabilidade dos pais, tutores, curadores e patrões; e à responsabilidade decorrente do direito de vizinhança (Gonçalves, 2023, p.20).

Outro grande exemplo da responsabilidade civil objetiva adotada em nosso ordenamento é aquela disposta no CDC, na qual estabeleceu-se a prescindibilidade da comprovação da culpa, tudo com vista a proteção do consumidor vulnerável (Teppedino; Terra; Guedes, 2023, p. 256).

Percorrendo o histórico da responsabilidade civil, portanto, é possível notar que o instituto transcorreu várias fases e continua em constante mudança, buscando alargar cada vez mais o dever de indenizar a fim de que restem cada vez menos danos irresarcidos (Venosa, 2023, p. 358).

Certamente, nessa linha do tempo poderá ser incluída a discussão acerca da responsabilidade civil do *influencer*.

2.2 CONCEITO

Segundo Gonçalves (2017) toda atividade que acarreta prejuízo esbarra no problema da responsabilidade como fato social e o interesse em restabelecer a harmonia e o equilíbrio violado pelo dano é o fato gerador da responsabilidade civil.

À vista disso, Diniz conceitua a responsabilidade civil como:

> "a aplicação de medidas que obriguem uma pessoa a reparar dano moral ou patrimonial causado a terceiros, em razão de ato por ela mesma praticado, por pessoa por quem ela responde, por alguma coisa a ela pertencente ou de simples imposição legal". (2023, p.20).

Por sua vez, Tartuce explica que a conduta humana que fere direitos privados e causa danos a terceiro em desacordo com a ordem jurídica deve ser responsabilizada civilmente (2021, p. 357).

Em seu sentido etimológico e também no sentido jurídico, a responsabilidade civil está atrelada a ideia de contraprestação, encargo e obrigação**.** Entretanto é importante distinguir a obrigação da responsabilidade. A obrigação é sempre um dever jurídico originário enquanto a responsabilidade é um dever jurídico em conseqüência da violação do primeiro (Cavalieri Filho, 2023, p. 12).

Com base nessas conceituações, o tema foi inserido no CC nos artigos 186 e 927, constituindo universalmente a base legal do tema, com a seguinte redação:

> Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito (Brasil, 2002).
>
> Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo (Brasil, 2002).

À vista disso, responsabilidade civil é a obrigação legal de uma pessoa reparar os danos que causou a outra, por ato próprio, de terceiros ou de coisas pelas quais seja responsável.

Nessa perspectiva, de acordo com Gonçalves (2017) são quatro são os elementos essenciais que devem estar presentes para que alguém seja responsabilizado civilmente: a) ação ou omissão; b) culpa ou dolo do agente; c) relação de causalidade; e d) o dano experimentado pela vítima; os quais serão explanados na sequência.

2.2.1 Conduta

A conduta humana que configura um dever de reparação pode ser comissiva ou omissiva. A primeira corresponde a prática de um ato que não deveria se realizar, já a segunda, a contrário *sensu*, decorre da não observância de um ato que deveria realizar-se (Diniz, 2023, P. 21).

Aliás, o próprio artigo 186 do CC se refere expressamente sobre a existência de condutas comissivas e omissivas ao definir o ato ilícito, ressaltando que a conduta do agente precisa ser voluntária: “Aquele que, por ação ou omissão voluntária...” (Cavalieri Filho, 2023, p. 36).

A forma de exteriorização da conduta mais comum é por meio da ação (Cavalieri Filho, 2023, p. 36).

2.2.2 Da culpa

Apresentando-se como mais um elemento essencial para a configuração da responsabilidade civil, a culpa é analisada em sentido amplo, subdividindo-se em dolo e culpa estrita (stricto sensu) (Tartuce, 2021, p. 393).

Assim, se a atuação humana prejudicial é perseguida voluntariamente, isto é, intencionalmente, temos o dolo, já quando o comportamento do autor do dano for negligente, imperito ou imprudente manifesta-se a culpa stricto sensu (Gonçalves, 2023, p. 280).

Nas palavras de Maria Helena Diniz:

> O dolo é a vontade consciente de violar o direito, dirigida à consecução do fim ilícito, e a culpa abrange a imperícia, a negligência e a imprudência. A imperícia é falta de habilidade ou inaptidão para praticar certo ato; a negligência é a inobservância de normas que nos ordenam agir com atenção, capacidade, solicitude e discernimento; e a imprudência é precipitação ou o ato de proceder sem cautela.

> Não há responsabilidade sem culpa, exceto disposição legal expressa, caso em que se terá responsabilidade objetiva (2023, p. 22).

Cumpre esclarecer que não importa se o autor agiu com dolo ou culpa, uma vez que a consequência final será a mesma, qual seja, a obrigação de reparar o dano ou indenizar os prejuízos (Tartuce, 2021, p. 395).

Na verdade, para alguns juristas, a relevância jurídica da classificação do dolo ou da culpa se dá no momento da fixação do *quantum* indenizatório, uma vez que os artigos 944 e 945 do CC[1] dispõem que a indenização poderá ser instituída por equidade (Tartuce, 2021, p. 395).

Ou seja, "verificando excessiva desproporção entre a gravidade da culpa e a extensão do dano, impor a redução da indenização de modo equitativo, com o intuito de evitar o enriquecimento sem causa do lesado e a insolvência do causador do dano" (Direito; Cavalieri, 2007, p. 363-368).

A doutrina divide a culpa em três graus: grave, leve e levíssima (Venosa, 2023, p. 383).

A culpa é considerada grave "quando há erro de conduta grosseiro, em que o agente não é capaz de perceber o que a imensa maioria das pessoas perceberia" (Teppedino; Terra; Guedes, 2023, p. 132).

Já Tartuce (2021) costuma dizer que a culpa grave possui o mesmo efeito que o dolo porque o autor do dano agiu parecendo que desejava certo resultado, de modo que a indenização deverá ser integral.

A culpa leve é aquela caracterizada pela falta de atenção da pessoa humana, que pode ser evitada com o próprio cuidado do homem (Tartuce, 2021, p. 399; Cavalieri Filho, 2023, p. 50).

Alfim, é considerada culpa levíssima quando a falta de atenção é extraordinária, onde somente uma pessoa muito atenta ou muito perita poderia incorrer (Venosa, 2023, p. 384).

"Em suma, a gravidade da culpa está na maior ou menor previsibilidade do resultado e na maior ou menor falta de cuidado objetivo por parte do causador do dano" (Cavalieri Filho, 2021, p. 50).

---

[1] Art. 944. A indenização mede-se pela extensão do dano.
Parágrafo único. Se houver excessiva desproporção entre a gravidade da culpa e o dano, poderá o juiz reduzir, eqüitativamente, a indenização.
Art. 945. Se a vítima tiver concorrido culposamente para o evento danoso, a sua indenização será fixada tendo-se em conta a gravidade de sua culpa em confronto com a do autor do dano.

Ante o exposto, constatando-se que o autor do dano agiu com culpa leve ou levíssima, poderá o juiz reduzir equitativamente o valor da indenização para um valor que entende justo, com base no parágrafo único do artigo 944 do CC, in verbis: (Diniz, 2023, p. 22).

> Parágrafo único. Se houver excessiva desproporção entre a gravidade da culpa e o dano, poderá o juiz reduzir, eqüitativamente, a indenização. (Brasil, 2002).

Giza-se, que em regra, a indenização é medida pela extensão do dano. Somente quando a culpa for leve ou levíssima poderá ser aplicado a equidade para que a indenização seja aplicada de forma mais justa para a vítima e o infrator.

2.2.3 Da relação de causalidade

A demonstração do nexo causal é elemento **indispensável** em todas as espécies de responsabilidade civil (Tepedino; Terra; Guedes, 2023, p. 86, grifo nosso).

Isso porque a relação de causalidade "é o liame que une a conduta do agente ao dano. É por meio do exame da relação causal que se conclui quem foi o causador do dano" (Venosa, 2023, p. 404).

Para estabelecer o nexo de causalidade, deve-se responder à pergunta: O dano teria ocorrido se não fosse pela ação ou omissão do agente?

Assim, se não for identificado o nexo causal entre a conduta humana e o dano não haverá obrigação de indenizar (Venosa, 2023, p. 404; Gonçalves, 2023, p. 301).

O nexo causal possui duas funções: determinar a quem se deve atribuir o resultado danoso e verificar a extensão do dano, pois serve como medida da indenização. Portanto, é o nexo de causalidade que determina os limites da responsabilidade civil, e não a culpa, exceto quando puder ser aplicada a equidade ao caso (Tepedino; Terra; Guedes, 2023, p. 86). Além disso, assevera Tartuce (2021, p. 407) que "a responsabilidade civil, mesmo objetiva, não pode existir sem a relação de causalidade entre o dano e a conduta do agente".

Existem três teorias que buscam justificar o nexo de causalidade, a saber: (a) Teoria da equivalência das condições, (b) Teoria da causalidade adequada e (c) Teoria do dano direto e imediato (Tartuce, 2021, p. 407-408).

Pela Teoria da equivalência das condições, formulada pelo alemão Von Buri em 1860, entende-se como causa qualquer evento capaz de gerar o dano por si só, de modo que não faz distinção entre causa e condição. Assim, se várias condições concorrem para o mesmo resultado, todas têm o mesmo valor, a mesma relevância, todas se equivalem. Não se indaga

se uma delas foi mais ou menos eficaz ou mais ou menos adequada. Por isso, essa teoria é também chamada da conditio sine qua non (Cavalieri Filho, 2023, p. 61; Tepedino; Terra; Guedes, 2023, p. 88).

Entretanto, esta teoria apresenta um grave inconveniente na visão da doutrina.

Gagliano e Pamplona Filho (2023, p.62) explicam que como esta teoria considera que toda causa precedente contribui para o dano, a investigação da cadeia causal se torna algo infinito.

Igualmente discorre Cruz, em excelente bibliografia sobre o nexo causal, que "a inconveniência desta teoria, logo apontada, está na desmesurada ampliação, em infinita espiral de concausas, do dever de reparar, imputado a um sem-número de agentes (2005, p. 37-47)".

A segunda teoria conhecida como causalidade adequada foi desenvolvida por Von Kries, por meio da qual se deve buscar a causa necessária e potencial para o respectivo dano, ou seja, a causa predominante que fez surgir o dano. Assim, não são todas as causas precedentes que ocasionam o dano conforme a teoria anterior, mas sim aquela que teve maior relevância (Tartuce, 2021, p. 408; Venosa, 2023, p.405).

Por sua vez, a terceira teoria do nexo causal pressupõe uma relação de causa e efeito direta, imediata e necessária com o dano, ocorrendo interrupções do nexo causal (Gonçalves, 2023, p. 302; Tartuce, 2021, p. 408).

Existe divergência doutrinária acerca da teoria adotada pelo CC.

Gonçalves (2023, p. 302) entende que o CC adotou, indiscutivelmente, a teoria do dano direito e imediato, como está expresso no artigo 403 do referido diploma legal, a seguir transcrito:

> Art. 403. Ainda que a inexecução resulte de dolo do devedor, as perdas e danos só incluem os prejuízos efetivos e os lucros cessantes por efeito dela direto e imediato, sem prejuízo do disposto na lei processual (Brasil, 2002).

Do mesmo entendimento coaduna Gagliano e Pamplona Filho (2023, p. 64), pois o artigo 403 do CC reflete a vertente da causalidade necessária.

Por outro lado, Cavalieri Filho (2023, p. 63) expõe que a causalidade adequada é a teoria predominante no CC, por meio da qual deve ser considerado como causa aquela mais adequada a produzir concretamente o resultado do dano.

Porém, independentemente da teoria que se adote, caberá ao juiz avaliar o caso concreto, sopesar as provas apresentadas e decidir se houve violação do direito alheio que causou dano, perquirindo a existência do nexo causal (Stoco, 2007, p. 152).

2.2.4 Do dano

A existência de dano é requisito essencial para a responsabilidade civil. Não seria possível se falar em indenização, nem em ressarcimento se não existisse o dano (Tepedino; Terra; Guedes, 2023, p. 31).

Indenizar significa reparar o dano causado à vítima de forma integral, restaurando o *status quo ante,* ou seja, buscando o estado anterior a ocorrência do ato ilícito. Como em muitos casos não é possível restaurar o estado original, a indenização pecuniária tenta suprir esse papel (Gonçalves, 2023, p. 304).

Gonçalves (2017, p. 61) ensina que "o dano pode ser material ou simplesmente moral, ou seja, sem repercussão na órbita financeira do ofendido".

Aliás, é perfeitamente possível cumular o dano material e o dano moral provenientes do mesmo ato ilícito. Por exemplo, a perda de um filho menor representa danos materiais em razão da supressão de uma força de trabalho no seio familiar, ao mesmo tempo que representa grave dano moral. Cumulam-se, assim, as indenizações (Venosa, 2023, p. 402).

Os danos materiais são aqueles que acarretam prejuízo ao patrimônio ou bens da vítima, subdividindo-se em danos emergentes e lucros cessantes (Tartuce, 2021, p. 431-432).

Os danos emergentes correspondem ao efetivo prejuízo financeiro experimentado pela vítima, conforme bem dispõe a primeira parte do artigo 402 do CC[2] (Cavalieri Filho, 2021, p. 95).

E, considera-se lucros cessantes as perdas de um ganho econômico futuro esperado, ou melhor dizendo, a quantia que a vítima deixou de lucrar com o ato ilícito praticado, de acordo com a segunda parte da redação do artigo 402 do CC[2] (Gagliano; Pamplona Filho; 2023, p. 34).

Os danos morais, diferentemente dos materiais, são aqueles que lesam os direitos da personalidade, afetando a dignidade, honra, imagem e tranquilidade (Tartuce, 2021, p. 447).

---

[2] Art. 402. Salvo as exceções expressamente previstas em lei, as perdas e danos devidas ao credor abrangem, além do que ele efetivamente perdeu, o que razoavelmente deixou de lucrar.

Sobre o elemento do dano, importante mencionar que existe uma classificação em dano direto e dano reflexo ou em ricochete.

Enquanto o dano direto atinge a própria pessoa, o dano reflexo ou em ricochete acontece quando a ação ilícita prejudica terceira pessoa que não era alvo original da conduta, de forma reflexa. É o caso da perda de um filho, conforme exemplo supracitado (Tartuce, 2021, p. 456).

Entender essa distinção é compreender que existam novas formas de aplicar a responsabilidade civil.

2.3 PRINCÍPIOS DA RESPONSABILIDADE CIVIL

"Os princípios da responsabilidade civil buscam restaurar um equilíbrio patrimonial e moral violado. Um prejuízo ou dano não reparado é um fator de inquietação social" (Venosa, 2023, p. 358).

Partindo dessa ideia, podemos destacar três principais princípios que norteiam a responsabilidade civil: o princípio da dignidade da pessoa humana, o princípio da solidariedade e o princípio da reparação integral dos danos.

O princípio da dignidade da pessoa humana é o princípio máximo do Direito, podendo ser considerado o princípio dos princípios. A valorização da pessoa humana é considerada um fundamento da República Federativa do Brasil e está prevista no inciso III do Art. 1º da Constituição Federal (CF) (Brasil, 1998; Tartuce, 2021).

Assim, também no ramo da responsabilidade civil, esse princípio tem extrema ingerência e influenciou a personalização do Direito Privado, para valorizar os danos suportados pela pessoa humana em detrimento da despatrimonialização (Tartuce, 2021, p. 347).

A dignidade da pessoa humana assegura a autonomia individual e a necessidade de proteção, seja por parte de terceiros ou do Estado, garantindo um tratamento respeitoso e oportunidades para que cada indivíduo possa traçar seu próprio destino (Rosenvald; Braga Netto, 2022).

O princípio da solidariedade também deriva do Direito Constitucional, constituindo mais um objetivo da República Federativa do Brasil, conforme previsão do inciso I, do artigo 3º da CF (Tartuce, 2021, p. 349).

De fato, ocorre uma modificação de um estado de responsabilidade para outro de corresponsabilidade, onde toda a sociedade atua para rechaçar aquilo que é considerado intolerável (Rosenvald; Braga Netto, 2022).

A junção dos dois princípios alhures mencionados culminam no princípio da reparação integral dos danos, que é o fundamento central e a principal finalidade da responsabilidade civil na legislação brasileira.

Nas palavras de Teppedino, Terra e Guedes:

> Na atualidade, o afastamento da função sancionatória da responsabilidade civil se torna ainda mais contundente à luz da Constituição da República de 1988 que, além de ratificar sua função reparatória, consolida o papel central da reparação civil na proteção à vítima ao prever, em seu art. 1º, III, a dignidade da pessoa humana como fundamento da República Federativa do Brasil, e consagrar, no art. 3º, I, o princípio da solidariedade social. Desloca-se, em definitivo, o foco da responsabilidade civil do agente causador do dano para a vítima, revelando que seu escopo fundamental não é a repressão de condutas negligentes, mas a reparação de danos (2023, p.2).

Esse princípio foi estabelecido com o propósito de restaurar de forma completa e abrangente os danos sofridos pela vítima, isto é, para recolocá-la no *statu quo ante.* Para isso, a abordagem mais adequada é determinar uma compensação financeira em favor da vítima correspondente à proporção do dano, sob pena de responsabilizar a própria vítima por parte dos prejuízos (Cavalieri Filho, 2023, p. 22).

Diante do exposto, os princípios, assim como nas demais áreas do Direito, auxiliam na interpretação e orientação da aplicação da lei quando se fala em responsabilidade civil.

3 DAS FORMAS DE RESPONSABILIDADE CIVIL NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Agora que compreendido o conceito de responsabilidade civil e analisado os pressupostos indispensáveis para sua configuração, avançaremos para verificar as espécies de responsabilidade civil e o modo como são tratadas nos diversos diplomas legais.

3.1 RESPONSABILIDADE CONTRATUAL X EXTRACONTRATUAL

A responsabilidade civil pode ter como fonte um contrato ou uma obrigação imposta por regra geral do Direito ou pela própria lei (Cavalieri Filho, 2015).

Nos palavras de Cavalieri Filho (2015, p. 33) “tanto na responsabilidade extracontratual como na contratual há a violação de um dever jurídico preexistente. A distinção está na sede desse dever”.

A responsabilidade contratual decorre do inadimplemento ou mora no cumprimento de uma obrigação estabelecida em negócio jurídico bilateral ou unilateral. Portanto, constitui uma violação de um dever específico estabelecido pela vontade dos contratantes, originado a partir de uma relação contratual preexistente com capacidade das partes para contratar (Diniz, 2023, p. 53).

Por outro lado, Rosenvald e Braga Netto conceituam a responsabilidade extracontratual "como a obrigação de compensar um dano causado a outrem, seja por um ilícito, pelo risco de uma atividade, ou por outro nexo de imputação atribuível ao autor do dano ou a um terceiro a ele ligado" (2022, local cap. VII).

A doutrina ainda traz mais um ponto que singulariza a responsabilidade contratual da extracontratual.

A primeira delas, e talvez a mais expressiva, diz respeito ao ônus da prova. Quando a responsabilidade é de natureza contratual, o credor está apenas obrigado a demonstrar o não cumprimento da prestação, ao passo que o devedor só será eximido da obrigação de reparar o dano se conseguir comprovar a ocorrência de alguma das circunstâncias de exclusão previstas em lei, como a culpa exclusiva da vítima, caso fortuito ou força maior. Nesse caso, o ônus da prova incumbe ao devedor. Porém, se a responsabilidade for de natureza extracontratual, a vítima assume o encargo de comprovar que o evento danoso ocorreu por culpa do agente (Gonçalves, 2023, p. 57).

De todo modo, independentemente da origem da responsabilidade civil, contratual ou extracontratual, o desfecho será a responsabilização pelos prejuízos causados.

3.2 RESPONSABILIDADE SUBJETIVA X OBJETIVA

A responsabilidade civil pode ser subdividida ainda em subjetiva e objetiva, calcadas na teoria da culpa e na teoria do risco, respectivamente.

A teoria subjetiva pressupõe a culpa como fundamento da responsabilidade civil. Não havendo culpa, não há responsabilidade. Nessa concepção, o causador do dano somente será responsabilizado se agir com dolo ou culpa (Gonçalves, 2017).

Por outro lado, ensina Tepedino, Terra e Guedes (2023, p. 4) que na responsabilidade objetiva:

> o legislador, mediante expressa disposição legislativa, passou a impor o dever de indenizar independentemente da identificação da conduta culposa do ofensor, associando a reparação não pelo seu comportamento, mas ao risco da atividade da qual resultou o dano.

Nessas situações, a responsabilidade é satisfeita apenas com o dano e o nexo de causalidade (Gonçalves, 2017).

3.3 O *INFLUENCER* NA ERA DO DIREITO DIGITAL

Como cediço, o mundo está em constante transformação, assim como o tema da responsabilidade civil, sugerindo Tepedino, Terra e Guedes que:

> a responsabilidade civil é dos temas mais suscetíveis aos influxos das mudanças sociais. O desenvolvimento de novas tecnologias e de modelos de negócios inovadores, o estabelecimento de diferentes práticas sociais e formas de relacionamento humano provocam, não raro, danos injustos à esfera jurídica de diversos sujeitos, a requerer resposta rápida e eficaz tanto do Poder Judiciário, inexorável porta de entrada dos conflitos interpessoais, como do Poder Legislativo, chamado a disciplinar, e quiçá prevenir, referidas contendas (2023, p. xv).

Neste sentido, Pinheiro (2021, p. 17) enfatiza que “quando a sociedade muda, deve o Direito também mudar, evoluir.”

A mesma escritora ainda é certeira ao escrever que:

> a Internet é mais que um simples meio de comunicação eletrônica, formada não apenas por uma rede mundial de computadores, mas, principalmente, por uma rede mundial de Indivíduos. Indivíduos com letra maiúscula, porque estão inseridos em um conceito mais amplo, que abrange uma individualização não só de pessoas

> físicas como também de empresas, instituições e governos. A Internet elimina definitivamente o conceito de corporação unidimensional, impessoal e massificada. Isso significa profunda mudança na forma como o Direito deve encarar as relações entre esses Indivíduos. É diante de tal conjuntura que entendemos oportuna esta reflexão sobre a evolução do Direito para atender à sociedade digital. (Pinheiro, 2021, p. 17).

Segundo Pinheiro (2021, p. 181) "a responsabilidade civil é um instituto em transformação no contexto da sociedade digital", de modo que a responsabilidade civil do *influencer* vem ganhando destaque e gerando controvérsias.

Mas quem seriam os *influencers*?

Os influenciadores digitais são pessoas que se expressam através das redes sociais, gerando conteúdo e, por meio dele, impactam indivíduos e comunidades. As pessoas, ao longo do tempo, passam a gostar desses influenciadores e confiam no que dizem. Seu público se torna numeroso, leal e engajado. Por isso, os influenciadores ditam comportamentos e até a mentalidade de seus seguidores em relação aos temas que abordam. (Koelle, 2019).

Maximilian (2023) diz que os influencers são indivíduos que devido a alta quantidade de seguidores nas redes sociais, como Instagram, Tiktok, ganham fama, e com isso conseguem divulgar marcas, produtos e serviços.

Ensina Isabela Munhoz:

> a forma de interação social empregada pelos influenciadores é capaz de modificar comportamentos, mentalidades e até mesmo gostos e opiniões. A técnica utilizada é mostrar seu estilo de vida, preferências, escolhas etc., fazendo com que surja no usuário consumidor uma necessidade de também viver aquilo, haja vista a ótima experiência demonstrada pelo influencer (2022, n.p).

É relevante observar que, inicialmente, a figura do influenciador digital não estava associada a uma atividade profissional. Eles eram indivíduos que se destacavam nas mídias sociais devido ao carisma e personalidade. Somente com o desenvolvimento da internet, na era do direito digital, é que os influenciadores ganharam destaque (Azevedo; Magalhães, 2021).

Embora ainda não seja uma profissão regulamentada por uma lei específica, que discipline as atividades dos influenciadores e as relações estabelecidas entre eles, algumas leis dispersas são aplicadas para salvaguardar essas relações, como o CC, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e a Lei do Marco Civil da Internet, razão da máxima importância deste trabalho (Azevedo; Magalhães, 2021).

Nessa diapasão, um dos pontos mais importantes é o da responsabilidade pelo conteúdo. O conteúdo é o principal fator que atrai as pessoas para a Internet, motivo pelo qual

devem ser submetido aos valores morais da sociedade e atender aos critérios de veracidade. Por isso se faz necessário determinar os limites de responsabilidade dos provedores, dos donos de websites, das produtoras de conteúdo, dos usuários de e-mail e de todos os que tenham de algum modo participação, seja em sua produção, seja em sua publicação ou compartilhamento (Pinheiro, 2021).

Sobre o tema, verifica-se que paira divergência jurisprudencial sobre o assunto abordado, dada a sua complexidade e relevância para o direito, assim como para a sociedade.

Na visão Patrícia Peck Pinheiro (2021, p. 184) "a sociedade digital tem trazido uma abordagem de ampliação da responsabilização, buscando exigir uma conduta mais preventiva e proativa, em que os riscos devem ser gerenciados e mitigados e os danos devem ser ressarcidos".

3.4 DA RESPONSABILIDADE CIVIL DO *INFLUENCER* NA ÓTICA DO CÓDIGO CIVIL E DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A responsabilidade civil subjetiva constitui a regra geral no ordenamento jurídico brasileiro, fundamentada na teoria da culpa. Destarte, para que haja indenização é necessária a comprovação da culpa genérica, que abrange tanto o dolo como a culpa em sentido estrito (Tartuce, 2021, p. 545).

Neste contexto, essa é a regra adotada pelo CC. No entanto, é importante observar que o mencionado diploma legal também passou a permitir a responsabilidade objetiva, desde que a lei expressamente especifique as situações, nos termos do parágrafo único do artigo 927 do CC[3] (Tartuce, 2021, p. 548).

Nesse sentido, são os ensinamentos de Tepedino, Terra e Guedes:

> o Código Civil Brasileiro de 2002, a seu turno, consolidando a orientação constitucional, implementou relevantes alterações na disciplina da responsabilidade civil, convertendo em objetiva a responsabilidade em diversas situações antes regidas pela culpa presumida, como se passou com a responsabilidade por fato de terceiro, e criando novas hipóteses de responsabilidade objetiva, a exemplo daquela relativa à responsabilidade empresarial "pelos danos causados pelos produtos postos em circulação" (art. 931). Diversas situações antes vinculadas à culpa passaram a prescindir da aferição da conduta negligente, imprudente ou imperita do agente ou da violação de dever jurídico, impondo-se a reparação, em homenagem à axiologia

[3] Art 927 [...] Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

> constitucional, mesmo diante de danos (injustos) causados por atos lícitos (2023, p. 5).

Veja que a regra é a responsabilidade subjetiva, entretanto, o próprio CC previu as situações a serem regidas pela responsabilidade objetiva.

Dentro da seara do CDC, a implementação da responsabilidade civil seguiu um caminho distinto, adotando como regra geral a responsabilidade objetiva, conforme será explicado.

Devido ao aumento da produção em massa e o consumo em larga escala, o consumidor ficou em desvantagem e vulnerável perante o fornecedor. Isso ocorreu à medida que o fornecedor se fortaleceu técnica e economicamente, enquanto o consumidor teve o seu poder de escolha enfraquecido. Com o acesso direto aos fabricantes cada vez mais limitado, os consumidores se viram obrigados a aceitar as condições preestabelecidas em contratos de adesão, por exemplo. Consequentemente, teve origem desequilíbrio acentuado entre os fornecedores e consumidores, que não poderia passar despercebido para o Direito (Cavalieri Filho, 2022, p.23).

Venosa assevera que:

> o Código de Defesa do Consumidor foi promulgado com lastro nos termos do art. 5º, inciso XXXII; art. 170, inciso V, da Constituição de 1988, bem como no art. 48 de suas disposições transitórias. Segundo a nova ordem constitucional, a defesa do consumidor é um dos ditames básicos da ordem econômica. Trata-se de codificação moderna, na qual muitos de seus princípios são inovadores, mesmo se comparados com a ordem internacional. Os direitos do consumidor surgem como forma de proteção do indivíduo perante o desenvolvimento que as sociedades de consumo atingiram. A vulnerabilidade do consumidor é sua própria essência. (2023, p. 554).

Neste contexto, a edição do CDC teve como finalidade restabelecer o equilíbrio entre as partes da relação de consumo, e umas das suas principais características é a adoção da responsabilidade objetiva como regra geral. Portanto, o consumidor não precisa mais comprovar a culpa, apenas os demais pressupostos do dano, conduta e nexo causal para reparação dos prejuízos sofridos (Tepedino; Terra; Guedes, 2023 p. 257).

Além de adotar a responsabilidade objetiva como regra, o CDC impõe o dever de reparação de forma solidária a toda cadeia de fornecedores, constituindo mais uma maneira de proteção ao consumidor (Tepedino; Terra; Guedes, 2023 p. 257).

3.4.1 Consumidor e fornecedor

A fim de possibilitar a posterior análise da natureza jurídica do *influencer*, necessário se faz apresentar os conceitos de consumidor e fornecedor.

O conceito de consumidor pode ser extraído do artigo 2° do CDC:

> Art. 2° Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.
> Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo (Brasil, 1990).

Para Gagliano e Pamplona Filho (2023, p. 155), a qualidade de consumidor pode ser atribuída tanto a pessoa física como a pessoa jurídica e o que, de fato, caracteriza o consumidor, é o gozo do produto ou serviço como destinatário final.

Ademais, a legislação consumerista também criou a figura do consumidor por equiparação, por meio da qual considera-se consumidor todas as pessoas que houverem intervindo nas relações de consumo, nos termos do parágrafo único do artigo 2º do CDC, acima transcrito (Tartuce, 2021, p. 578).

De outro lado da relação de consumo, está o fornecedor, assim definido pelo artigo 3° do CDC:

> Art. 3° Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (Brasil, 1990).

Logo, para configurar uma relação de consumo é necessário que os sujeitos se encaixem nos conceitos de consumidor e fornecedor. Portanto, será necessário analisar se os *influencers* e o seu público se encaixam nessas definições.

3.5 DA RESPONSABILIDADE CIVIL NA LEI DO MARCO CIVIL DA INTERNET

O objetivo da Lei n. 12.965/2014, mais conhecida como o Marco Civil da Internet, foi definir o conjunto de direitos e obrigações que se aplicam aos usuários de internet, provedores e poder público, para proporcionar a integração do Direito e a chamada cultura digital (Leite; Lemos, 2014).

Deste modo, na discussão da responsabilidade civil do *influencer,* após muito debater acerca da forma de responsabilização dentro do ambientes virtuais, foi editada a Lei do Marco Civil da Internet (Lei 12.965, de abril de 2014), onde estabeleceu-se no artigo 18 que o provedor de conexão a internet não será responsabilizado civilmente por danos causados por conteúdo produzido por terceiros, exceto quando por ordem judicial não retirar o conteúdo indesejado no prazo assinalado, conforme artigo 19 da referida lei (Tartuce, 2021, p. 562-565).

Nas palavras de Pinheiro,

> se o provedor de aplicação não pode ser responsabilizado pela publicação do conteúdo em si, pois não pode haver censura prévia, e também não pode ser responsabilizado pela permanência do conteúdo enquanto não houver uma ordem judicial solicitando a sua remoção, por certo deve ser totalmente responsabilizado, de forma severa, por sua omissão se não atender ao pedido judicial de forma imediata e com o uso de todos os seus recursos técnicos, inclusive podendo ser atribuída a ele a corresponsabilidade por sua conivência e cumplicidade passiva com a lesão proferida contra a vítima (2021, p.183).

Para o Direito Digital, a teoria do risco tem maior aplicabilidade para resolver os problemas de reparação do dano, pois a culpa é um elemento dispensável, ou seja, existe responsabilidade mesmo sem culpa em determinadas situações (Pinheiro, 2021).

Pinheiro (2021, p.181) segue explicando:

> Considerando apenas a Internet, que é mídia e veículo de comunicação, seu potencial de danos indiretos é muito maior que de danos diretos, e a possibilidade de causar prejuízo a outrem, mesmo que sem culpa, é real. Por isso, a teoria do risco atende às questões virtuais e a soluciona de modo mais adequado, devendo estar muito bem associada à determinação legal de quem é o ônus da prova em cada caso.

3.5.1 Provedores

Para Leonardi (2012), provedor de serviços de internet é gênero do qual as demais categorias são espécies. Assim, provedor de internet é a pessoa natural ou jurídica que fornece serviços relacionados ao funcionamento da internet ou por meio dela.

Dentre as espécies, o *influencer* se encaixa no provedor de conteúdo ou provedor de informação.

Ceroy (2014, n.p) explica que:

> o provedor de conteúdo é toda pessoa natural ou jurídica que disponibiliza na internet as informações criadas ou desenvolvidas pelos provedores de informação (ou autores), utilizando servidores próprios ou os serviços de um provedor de hospedagem para armazená-las. São diversos os exemplos de provedores de conteúdo, já que englobam desde pessoas naturais que mantêm um website ou blog pessoal a grandes portais de imprensa.

Já o provedor de informação autor de qualquer informação apresentadas nas redes (Ceroy, 2014).

Assim, um indivíduo que opera um website ou possui uma conta em uma plataforma de rede social é considerado um provedor de conteúdo. No entanto, se essa mesma pessoa adiciona informações ao site, ela adquire a função adicional de provedor de informações ou autor (Ceroy, 2014).

4 DA NATUREZA JURÍDICA DA RESPONSABILIDADE CIVIL DO *INFLUENCER* NA ERA DO DIREITO DIGITAL

Com o notável aumento do personagem do *influencer* nas plataformas virtuais, observou-se a necessidade de estabelecer mecanismos de proteção para os seguidores. A partir desse cenário, surgiu o questionamento acerca da possibilidade de responsabilização civil dos influenciadores digitais em relação aos produtos e serviços divulgados em suas redes sociais e qual seria a natureza jurídica a ser aplicada em tais casos (Azevedo; Magalhães, 2021).

Gasparatto, Freitas e Efing explanam (2019, p. 3) que

> muitos são os fatores que influenciam o comportamento do consumidor, contudo, um elemento em específico tem chamado à atenção pelo grande poder de influência e convencimento exercido na sociedade de informação, qual sejam, os influenciadores digitais.

Assim, o presente capítulo visa identificar as diferentes vertentes sobre a responsabilidade civil dos influenciadores digitais tendo em vista a discussão jurisprudencial entre responsabilidade subjetiva, objetiva, e até mesmo a ausência de responsabilidade.

Por isso, após a compreensão de assuntos essenciais da responsabilidade civil, neste último capítulo vamos falar sobre a investigação da natureza jurídica a ser aplicada nos casos de violação de direitos e, ainda, analisar alguns precedentes dos Tribunais de Justiça Estaduais sobre o assunto, para que ao final possamos tirar nossas conclusões sobre o tema.

Ademais, cumpre esclarecer que ainda são poucos os julgados existentes sobre o tema, razão pela qual foram escolhidos três deles para análise no presente trabalho, além de um processo judicial com julgamento apenas primeiro em primeiro grau envolvendo a famosa *influencer* Virgínia Fonseca.

No entanto, destaca-se que as demandas investigadas abordam as várias correntes da natureza jurídica da responsabilidade civil do *influencer,* conforme veremos adiante.

4.1 PRECEDENTES DOS TRIBUNAIS DE JUSTIÇA ESTADUAIS

No Brasil, ainda não existe uma legislação específica para regulamentar as atividades e responsabilidades do *influencer,* recorrendo-se, portanto, a legislação civilista (Bigas, 2023).

Desse modo, estabelecer parâmetros sobre a natureza jurídica da responsabilidade civil é de suma importância, principalmente porque em 2021 o jornal da Universidade do Estado de São Paulo publicou uma matéria apresentando dados estatísticos em que o Brasil superou a

China, assumindo o posto de país mais impactado pela influência digital, visto que, segundo levantamento do setor, 40% dos consumidores brasileiros já compraram algum produto em razão do trabalho feito por um *influencer* (Capomaccio, 2021).

Diante desse cenário, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), editou, no mesmo ano, o Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais contendo orientações sobre como aplicar o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitário ao conteúdo publicado nas redes sociais, principalmente para resguardar os influenciadores digitais de eventuais problemas (Maximilian, 2023; CONAR, 2021).

Todavia, o Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais ainda é pouco conhecido entre este segmento, razão pela qual a regulamentação por meio de lei traria mais segurança jurídica para o tema (Maximilian, 2023).

De acordo com o professor Beçak ([2023] *apud* Bigas, 2023)

> uma lei específica para a internet pode impor uma responsabilização muito mais rápida e mais dura ao influenciador que divulga produtos de risco para a saúde e estabilidade financeira. Além dos influenciadores, plataformas que abrigam esses conteúdos também devem estar submetidas à lei.

Nesse ponto, tramita na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei n. 2.347/2022 proposto pelo deputado José Nelto do Partido Progessista (PP) que se propõe a regulamentar a atividade do influenciador digital profissional no âmbito federal (Brasil, 2022).

De fato, a ideia é reconhecer a atividade do *influencer* como uma profissão, justificando-se pelo alto índice de influenciadores que movimenta o mercado financeiro atualmente (Brasil, 2022).

Apesar de buscar regulamentar a profissão, a lei não dispõe sobre maiores obrigações da categoria.

Atualmente, o projeto de lei está em análise na Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público (CTASP) (Brasil, 2022).

Enquanto não votado o projeto de lei, é cediço que a jurisprudência é fonte do direito que deve suprir a ausência de Lei para o caso concreto ou decidir qual regra deve ser aplicada quando houver divergência legal, por isso a importância de analisar os precedentes jurisprudenciais sobre a natureza jurídica da responsabilidade do *influencer,* considerando que não há norma específica sobre o tema (Souza, 2014).

4.1.1 Caso Virgínia Fonseca baseado na responsabilidade civil do Código Civil

Importa trazer à discussão o incidente envolvendo a influenciadora digital Virgínia Fonseca, que conduziu uma campanha publicitária para uma empresa que vende telefones. Na ocasião, uma seguidora da blogueira efetuou a compra do produto IPHONE 8 PLUS via internet, no entanto, mesmo após o pagamento, não recebeu o bem adquirido (Barra Mansa, 2020).

Em razão disso, a compradora ajuizou ação em face da influenciadora, da empresa vendedora e da rede social Facebook/Instagram no Juizado Especial Cível de Barra Mansa/RJ, pleiteando a condenação da rés na restituição dos valores pagos e compensação por danos morais (Barra Mansa, 2020).

Ao julgar o mérito do litígio, o juiz leigo verificou ser incontroversa a relação jurídica entre a compradora e a *influencer*, mas sem incidir o CDC (Barra Mansa, 2020).

Nesse sentido, decidiu responsabilizar a *influencer* Virgínia Fonseca de forma objetiva com base no parágrafo único do artigo 927 do CC, assim consignando:

> verifico que a ATIVIDADE NORMALMENTE DESENVOLVIDA pela requerida (Virgínia) implicar em expor produtos de terceiros a venda, **sob sua chancela e indiscutível influência, posto que sem ela, não teríamos a contratação do produto, pois por ser seguidora desta é que a ré comprou o direcionado produto.** Portanto, é notório que a segunda requerida faz tal ato com habitualidade, conforme se apura em seu perfil virtual na plataforma do instagram, aliado a isso, essa ré não nega tal intermediação, mas apenas a questão do valor, permanecendo incólume a relação de intermediação, sobre a qual se lucra com habitualidade, o que atraí a responsabilidade normalmente desenvolvida pela mesma. Ademais, a responsabilidade civil tem se ampliado ao repousar-se sobre a vítima, o que se denomina de primazia da vítima com fundamento na solidariedade dos ofensores, e isso por meio do princípio da solidariedade, que, aliás, tem matriz Constitucional, (art.3ª, I da CFRB/88). Aliado ao acima mencionado, a ré (Revel) não se desincumbiu de demonstrar a presença de fato que possa obstar, modificar ou extinguir o direito subjetivo da demandante, na forma do artigo 373, inc. II, do NCPC, devendo **RESPONDER PELOS RISCOS DO SEU EMPREENDIMENTO, CONSIDERANDO QUE QUEM RETIRA PROVEITO DE UMA ATIVIDADE DE RISCO, COM PROBABILIDADE DE DANOS, OBTENDO VANTAGENS, LUCROS, BENEFÍCIOS, DEVE ARCAR COM OS PREJUÍZOS DELES DECORRENTES. Assim restou patente a responsabilidade da revel nesse caso em tela** (Barra Mansa, 2020, grifo nosso).

Nesse caso, a responsabilidade civil restou configurada de maneira objetiva por meio do CC, “a qual independe de dolo ou culpa do agente, ou seja, verificado nexo de causalidade da potencialidade do dano e o dano efetivamente experimentado o agente é civilmente responsável, em razão da teoria do risco” (Henrique, 2020, p. 12).

Nesse ponto, os influenciadores digitais, devido à sua capacidade potencial de causar danos por meio do conteúdo que produzem, podem ser responsabilizados civilmente pelos danos enfrentados pelos seguidores dos produtos que divulgam (Henrique, 2020, p.12).

Para Tepedino, Terra e Guedes

> a adoção da teoria do risco criado pelo parágrafo único do art. 927 mostra-se, portanto, conforme à sistemática do Código Civil e aos valores constitucionais. Àquele que, com sua atividade, cria risco elevado de dano, atribui-se o ônus de arcar com os prejuízos por ela causados. Obriga-se, assim, o agente a internalizar o custo em sua atividade, evitando-se que a vítima suporte, sozinha, o dano por ele causado, em homenagem ao princípio da solidariedade social (2023, p. 142).

Por fim, a aplicação deste instituto para os influenciadores digitais ocorre principalmente para desencorajar a reincidência de condutas negligentes, visando evitar dano perante o público (Henrique, 2020, p. 13).

Em relação à plataforma Facebook a demanda foi julgada improcedente com fulcro na Lei do Marco Civil da Internet, uma vez que não houve notificação judicial para retirada do conteúdo indevido, portanto, não houve conduta desidiosa por parte da ré em retirar a publicação das redes (Barra Mansa, 2020).

O pleito de indenização por danos morais foi julgado totalmente improcedente (Barra Mansa, 2020).

Do entendimento que a natureza jurídica do *influencer* é objetiva baseada no CC coaduna Tartuce & Neves apud Azevedo e Magalhães (2021, p. 12), uma vez que a presença de atos ilícitos nas publicidades violam diretamente dois princípios de ordem pública: o da boa-fé e o da confiança. Essa circunstância enseja a responsabilidade civil por força de lei, invocando a aplicação da regra contida no art. 927 do Código Civil.

4.1.2 Acórdão proferido no Recurso Inominado n. 0031564-51.2019.8.16.0182 do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná (TJPR) aplicando ao *influencer* a responsabilidade civil objetiva prevista no Código de Defesa do Consumidor

Neste ponto, será possível perceber a inclinação pelo reconhecimento da figura do *influencer* como fornecedor, fundamentando-se a aplicação da legislação consumerista para reparação civil dos danos causados.

O acórdão a ser explanado é o proferido no Recurso Inominado n. 0031564-51.2019.8.16.0182 do TJPR.

Extrai-se da demanda que um indivíduo ingressou com ação de indenização por danos materiais e morais em face de uma *influencer,* que atuou na divulgação de uma jornada espiritual a ser realizada no Egito, contudo, a viagem acabou sendo cancelada sem que houvesse restituição dos valores já pagos pela consumidora, a qual foi julgada procedente em 1º grau (Paraná, 2021).

Pontuou o Tribunal que a divulgação da viagem nas redes sociais da *influencer* convidando os seguidores para participar da jornada espiritual, bem como o envio de e-mails desejando boas vindas após aquisição do pacote de viagem representam atitudes que geraram confiança na seguidora para aquisição do serviço, entendendo-se inclusive, que a influenciadora, desta maneira, avalizou o serviço ofertado (Paraná, 2021).

"Assim, a responsabilização em comento não se dá pelo papel de organização do evento, havendo a instrução dos autos esclarecido que a reclamada não possuía ingerência na forma de condução, **mas sim como influenciadora digital**" (Paraná, 2021, p. 3, grifo nosso).

Para Gasparatto, Freitas & Efing (2019), a responsabilidade civil dos influenciadores digitais deriva da função de garantidores que assumem ao recomendar um produto ou serviço. A confiança depositada no influenciador amplifica o poder persuasivo sobre o comportamento do consumidor, incentivando-o a efetuar a aquisição.

De fato, a publicidade promovida pelo *influencer* é o elemento crucial na decisão de adquirir um produto ou serviço, sendo, muitas vezes, irrelevante a marca, o preço, ou outra especificidade dos bem.

Cavalcante e Guimarães (2023, local 3) escrevem que:

> o interesse da maioria dos seguidores está no fato de que o influenciador é uma celebridade, sendo assim, o fato dele está anunciando algum produto, já desperta curiosidade no seguidor de buscar mais sobre o produto recomendado, pois acredita que o produto seja confiável e utilizado na rotina do *influencer*. Isso, na maioria das vezes, ocorre devido ao desejo das pessoas em se sentirem ou serem como seus ídolos, já que o influenciador causa o efeito de inspiração e admiração de quem os acompanha.

Inclusive, o Tribunal entendeu não obstante a *influencer* não tenha recebido a contraprestação pela divulgação da viagem não é fato suficiente a afastar a responsabilidade civil de reparar os danos causados à consumidora (Paraná, 2021).

Todavia, para Henrique (2020, p.4) o ganho financeiro do *influencer* em sua atividade está intrinsecamente ligado à sua visibilidade, de modo que cria uma relação de responsabilidade. Isso ocorre porque o retorno financeiro não seria possível se o consumidor não reagisse à influência exercida pelo influenciador.

Independentemente da ocorrência de compensação financeira, é indiscutível que é o poder de influência que coloca a celebridade digital como responsável por eventuais problemas que os consumidores venham a ter com o produto ou serviço divulgado.

Diante do caso fático apresentado, a influenciadora deve responder civilmente pelos danos causados, uma vez que atuou na relação de consumo entre a consumidora e a empresa de viagens pela confiança gerada para a aquisição do serviço, sob o prisma que está avalizando o serviço. Logo, a condenação da *influencer* foi mantida em grau recursal (Paraná, 2021).

Cumpre colocar em evidência a ementa deste acórdão:

> CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS. VIAGEM PARA O EGITO EM JORNADA ESPIRITUAL. CANCELAMENTO DA VIAGEM SEM RESTITUIÇÃO DOS VALORES ADIANTADOS. RECURSO INTERPOSTO PELA GUIA ESPIRITUAL CONVIDADA. PRELIMINAR DE ILEGITIMIDADE REJEITADA. APLICAÇÃO DA TEORIA DA APARÊNCIA. DIVULGAÇÃO DA JORNADA REALIZADA PELA RECORRENTE. RESPONSABILIDADE CIVIL DO INFLUENCIADOR DIGITAL. **RECORRENTE QUE, AO EFETUAR A PUBLICIDADE DA VIAGEM, AVALIZOU O SERVIÇO**. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO (Paraná, 2021, p.1, grifo nosso).

Esse precedente aplicou a responsabilidade civil no contexto da lei consumerista de maneira objetiva, dispensando uma análise da conduta com base na presença de culpa ou dolo. Dessa forma, é suficiente estabelecer o nexo de causalidade entre o dano sofrido pelo consumidor e a conduta do fornecedor de produtos e serviços para que surja a obrigação de reparar o dano, sendo os influenciadores digitais considerados fornecedores nesse contexto (Miragem, 2016).

Nessa senda,

> pode-se concluir que: anúncio publicitário é toda e qualquer forma de publicidade, independentemente do meio em que é propagada. No caso dos influenciadores, o meio de propagação da publicidade é a rede social, materializada nos aplicativos como facebook, twitter, instagram, Tumblr, entre outros. O termo produto é gênero composto por várias espécies, tais quais: os bens, serviços, facilidades, instituições, até mesmo ideias, promovidos pela publicidade. Ou seja, tudo que os influencers divulgam nas mídias, com a intenção de vender, comercializar e divulgar, é considerado produto. Por fim, consumidor, segundo o CONAR, é toda pessoa atingível pelo anúncio, como consumidor final, público intermediário ou usuário. Em outras palavras, os chamados seguidores, aqueles que acompanham os conteúdos produzidos pelos influencers, são considerados consumidores, uma vez que são diretamente "afetados" pelos anúncios publicitários nas mídias sociais daqueles. São o público-alvo do anúncio". (Azevedo; Magalhães, 2021, p. 5).

Entende-se a figura do *influencer* como fornecedor por equiparação, uma vez que contempla a cadeia de consumo (Henrique, 2020, p. 15).

Ainda na seara do direito do consumidor, vigora a responsabilidade solidária entre os integrantes da cadeia de consumo, de modo que é facultado ao consumidor escolher quem deve ser responsabilizado pelos prejuízos experimentados (Henrique, 2020, p. 15-16).

E segue explicando:

> a ausência de informação clara e inequívoca sobre a existência de relação contratual entre o influenciador digital e o produto ou serviço que divulga, vindo a publicidade ser baseada tão-somente na confiança o público, demonstra um desequilíbrio de informações perante o consumidor, colocando-o em vulnerabilidade (Henrique, 2020, p. 4).

Nesse viés, coloca-se nas mãos do próprio consumidor a decisão de obter a reparação dos danos do *influencer,* ficando evidente para a sociedade se foi o poder de influência que ensejou a compra de determinado produto ou serviço.

Alfim, cumpre mencionar que, conforme a perspectiva de Gasparatto, Freitas e Efing (2019), a natureza jurídica da responsabilidade civil do *influence*r no âmbito do CDC é objetiva. Essa abordagem impugna o enquadramento da celebridade como profissional liberal, pois, via de regra, a contratação deles decorre das qualidades externas da beleza, fama e prestígio que gozam nas redes sociais e não da capacidade técnica ou intelectual.

4.1.3 Acórdão proferido no Recurso Inominado n. 0031564-51.2019.8.16.0182 do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (TJSP) e Apelação Cível n. 0709603-37.2021.8.07.0006 do Tribunal de Justiça do Distrito Federal (TJDF) excluindo o *influencer* da obrigação de reparação dos danos

Outro importante acórdão sobre o tema é oriundo do Recurso Inominado n. 0031564-51.2019.8.16.0182 do TJSP, em que a realidade fática é a seguinte:

> Aduz a recorrente, em resumo, que realizou a compra do produto ofertado pelo segundo recorrido, Guilherme Cagnoto de Araújo, que atua como *influencer digital* nas redes sociais, acreditando em sua palavra, bem como divulgação. Defende que há responsabilidade objetiva, haja vista que propaganda do anuncio publicitário é equiparada a uma relação de consumo entre o consumidor e o influenciador (São Paulo, 2021, p. 3).

No processo, verifica-se a recorrente discussão acerca da legitimidade passiva do *influencer* para responder civilmente pelos prejuízos causados decorrentes da não entrega do produto adquirido.

Neste sentido, em primeiro grau foi reconhecida a ilegitimidade passiva do *influencer* para integrar a lide, entendimento que foi confirmado pelo TJSP em segundo grau (São Paulo, 2021)

Os desembargadores entenderam que o *influencer* é um formador de opinião digital que influencia os seguidores através de publicações nas redes sociais e não o próprio fabricante ou prestador de serviço, razão pela qual a responsabilidade civil não alcança o veículo de comunicação utilizado, neste caso, o *influencer* (São Paulo, 2021).

Inclusive, fizeram uma comparação: o apresentador de televisão, que faz anúncios publicitários, desempenha papel de garoto-propaganda e não de avalista do produto ou serviço que está sendo anunciado. Assim, o fato de anunciar um produto ou serviço também não torna o *influencer* corresponsável pelos danos (São Paulo, 2021).

Ademais, o acórdão não deixou de mencionar como funciona a relação de consumo nestes casos, a propósito:

> A existência de relação de consumo não altera o quadro, porquanto o *influencer digital* atua como mero divulgador do produto ou serviço, podendo ser, inclusive, mediante remuneração, não tendo o dever de aferir a idoneidade do fornecedor, o que exclui a possibilidade de que responda pelo alegado inadimplemento do anunciante.

A vertente que coloca o *influencer* como ilegítimo para responder pelos danos causados aos seguidores não o insere na cadeia de consumo como fornecedor por equiparação, mas o entende como mero agente publicitário, que não detém qualquer conhecimento ou experiência sobre os produtos e serviços anunciados.

O segundo acórdão a ser analisado sobre o tema que compactua pela inexistência de relação de consumo e responsabilização do *influencer* foi proferido na Apelação Cível n. 0709603-37.2021.8.07.0006 do TJDF.

No caso em discussão, narrou a autora que adquiriu uma “cadeirinha” para transporte de bebês em automóvel pelo valor de R$ 2.250,00 (dois mil duzentos e cinquenta reais) através de anúncios no Instagram promovido por uma *influencer*. Entretanto, nunca recebeu o produto (Distrito Federal, 2022).

O acórdão justificou fundamentadamente os motivos pelos quais não se configura uma relação de consumo, a propósito:

> Ora, para que se configure a relação de consumo, é necessário que uma pessoa adquira de outra um produto ou serviço, e do outro lado, alguém que forneça um produto.
> No presente caso, não existe relação de consumo entre as partes, uma vez que a aquisição de produtos indicados por influenciadores não revela uma relação de consumo entre ambos, não se encaixando nos conceitos de consumidor e fornecedor ditados pela legislação consumerista, ainda que por equiparação.
> Em verdade, trata se de relação entre particulares, restando demonstrado que a apelada não comercializa produtos ou serviços, não se enquadrando, portanto, no conceito de fornecedora, nem por equiparação.
> Depreende-se da leitura dos autos que a apelante não adquiriu nenhum produto ou serviço da apelada, haja vista que esta somente divulga diversos produtos em sua página, de forma que as relações jurídicas estabelecidas posteriormente à divulgação do produto em rede social não são de sua responsabilidade (Distrito Federal, 2022, p. 4).

A ementa, inclusive, destacou esses pontos, senão vejamos:

> PROCESSUAL CIVIL. PRELIMINAR DE NÃO CONHECIMENTO DO RECURSO. REJEIÇÃO. DANOS MORAIS. AQUISIÇÃO DE PRODUTO. **PUBLICIDADE EM CONTA DE INSTAGRAM DE INFLUENCIADORA DIGITAL. RELAÇÃO DE CONSUMO NÃO CARACTERIZADA.**
> [...]
> 2. Não se aplicam ao caso em tela as disposições do Código de Defesa do Consumidor, uma vez que entre os litigantes não restou caracterizada relação de consumo.
> 3. Não há relação jurídica entre a parte autora e a ré, influenciadora digital, tendo em vista que não houve prestação de serviços pela recorrida, que, afinal, não integra a cadeia produtiva da empresa.
> 4. Recurso não provido. ((Distrito Federal, 2022, p. 1, grifo nosso).

Igualmente ao TJSP, o TJDF entende que o fato do *influencer* atuar na formação de opinião virtual não o torna corresponsável por eventuais problemas que o consumidor venha a ter com o produto, pois a entrega, por exemplo, não está sob sua organização (Distrito Federal, 2022).

Diante dos precedentes apresentados, é possível verificar que há discussão se o *influencer* deve ou não ser responsabilizado pelos danos que causar quando fizer divulgações que contribuam na formação da opinião virtual, assim como sua inclusão na cadeia de consumo.

Inobstante, é sabido que quando houver responsabilização esta se dará de forma objetiva com base na teoria do risco da atividade, basta decidir se será com base no CC ou CDC.

Assim, até o momento são esses os julgados acerca da natureza jurídica da responsabilidade civil do *influencer,* tema que poderá ser aprofundado com a superveniência de novos julgamentos.

5 CONCLUSÃO

Por meio deste trabalho monográfico estudamos a natureza jurídica da responsabilidade civil do *influencer* na era do direito digital, revelando um cenário desafiador e em constante evolução no ordenamento jurídico brasileiro. A figura do *influencer*, detentor de considerável poder de influência nas redes sociais, suscita questionamentos cruciais quanto à sua responsabilidade pelos danos decorrentes de suas atividades.

Para alcançar o objetivo proposto, abordamos as espécies de responsabilidade civil, dando ênfase ao modo como é tratada no CC, no CDC e na Lei do Marco Civil da Internet, buscando a abordagem mais adequada para as atividades desenvolvidas pelos influenciadores digitais e com vistas a promover uma proteção eficaz às vítimas.

Observamos que não há lei específica para regulamentação do tema, recorrendo-se as demais fontes do Direito para encontrar uma saída quando uma celebridade digital pratica um ato ilícito. Aliás, sequer a profissão de *influencer* já está devidamente regulamentada.

Assim, avaliamos as posições jurisprudenciais sobre o tema, mesmo que em número limitado, onde foi possível identificar que não há consenso sobre a natureza jurídica do *influencer* que divulga produtos e serviços em suas redes sociais.

Inicialmente, cumpre destacar que nenhum precedente responsabilizou o *influencer* mediante a verificação de culpa, na chamada responsabilidade civil subjetiva.

Assim, tanto o entendimento baseado no CC como no CDC elencaram a responsabilidade objetiva fundada na teoria do risco da atividade como natureza jurídica a ser aplicada, e especialmente no âmbito consumerista, o *influencer* é equiparado a um fornecedor.

Porém, a crítica sobre essa visão advém do desconhecimento do *influencer* sobre o produto ou serviço que foi contratado para fazer a divulgação, uma vez não está ali para ser um garantidor da entrega e qualidade dos produtos ou serviços, mas apenas para efetuar propaganda. Assim, alguns entendimentos excluem o *influencer* da cadeia de consumo e da obrigação de reparação dos danos.

Não obstante, o que se coloca em voga é o poder de influência desses indivíduos, fator responsável pela aquisição de produtos ou serviços e assim sendo, não haveria como afastar a responsabilidade pelos danos. Em verdade, o *influencer* é um verdadeiro fornecedor por equiparação, pois a sua influência e fama é o ponto chave na discussão do tema, o que o insere na cadeia de consumo.

Deste modo, a conclusão que se extrai do estudo é que a natureza jurídica da responsabilidade civil do *influencer* na era digital é objetiva, independente da comprovação de culpa.

Embora possa parecer inadequado categorizar o *influencer* como fornecedor por equiparação, haja vista que não está ali para avalizar o produto ou serviço, mas apenas divulgá-lo, é preciso levar em conta a intensidade do poder de influência que estas figuras possuem, considerando as normas de proteção ao consumidor e as peculiaridades da era digital, onde a influência e a disseminação de conteúdo ocorrem em uma escala sem precedentes.

Diante desse cenário, a regulamentação das atividades do *influencer* poderá fornecer parâmetros mais claros para a responsabilização dessas figuras, a ponto de esclarecer aos seguidores a possibilidade de cobrar danos diretamente dos influenciadores, assim como garantir que eles adotem práticas preventivas em suas atividades.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Marina Barbosa; MAGALHÃES, Vanessa de Pádua Rios. A responsabilidade civil dos influenciadores digitais pelos produtos e serviços divulgados nas redes sociais. **Revista Eletrônica do Ministério Público do Estado do Piauí**, jul/dez. 2021. Disponível em: A-responsabilidade-civil-dos-influenciadores-digitais-pelos-produtos-e-serviços-divulgados-nas-redes-sociais.pdf (mppi.mp.br). Acesso em: 29 out 2023.

BARRA MANSA. Juizado Especial. **Processo n. 0019543-02.2019.8.19.0007.** Vistos. Dispensado o relatório, conforme artigo 38 da Lei 9.099/95. Examinados, Fundamento e decido. Cuida-se de Ação de Conhecimento, pelo procedimento sumaríssimo da Lei nº 9.099/95, por meio da qual a parte autora objetiva a condenação das rés em restituição de valor pago [...]. Juiz Leigo Rafael da Silveira Thomaz, 29 de março de 2020. Disponível em: influenciadora-digital-responde-golpe.pdf (conjur.com.br). Acesso em: 07 nov 2023.

BIGAS, Bárbara. **França:** primeiro país europeu a regulamentar marketing de influenciadores digitais. E no Brasil? Jornal da USP, 2023. Disponível em: França: primeiro país europeu a regulamentar marketing de influenciadores digitais. E no Brasil? – Jornal da USP. Acesso em: 11 nov 2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 29 set 2023.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 2347/2022**. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 2022. Disponível em: Portal da Câmara dos Deputados (camara.leg.br). Acesso em: 13 nov 2023.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Institui o Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10406.htm. Acesso em: 29 set 2023.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: L8078compilado (planalto.gov.br). Acesso em: 29 out 2023.

CAPOMACCIO, Sandra. **Influenciador digital é o responsável por 40% das compras feitas pelo consumidor brasileiro.** Jornal da USP, 2021. Disponível em: Influenciador digital é o responsável por 40% das compras feitas pelo consumidor brasileiro – Jornal da USP. Acesso em: 12 nov 2023.

CAVALCANTE, Lara Eduarda Moura; GUIMARÃES, Natália Vieira. A responsabilidade civil do influenciador digital no hiperconsumo. **Revista FT**, maio 2023. Disponível em: A RESPONSABILIDADE CIVIL DO INFLUENCIADOR DIGITAL NO HIPERCONSUMO[1] – ISSN 1678-0817 Qualis B2 (revistaft.com.br). Acesso em: 14 nov 2023.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2022. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 12ª Ed, São Paulo: Atlas, 2015.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 15ª Ed. São Paulo: Atlas, 2023. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 16ª Ed. São Paulo: Atlas, 2021. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

CEROY, Frederico Meinberg. **Os conceitos de provedores no Marco Civil da Internet.** Migalhas, 2014. Disponível em: Os conceitos de provedores no Marco Civil da Internet (migalhas.com.br). Acesso em: 29 out 2023.

CONAR. **Guia de publicidades por influenciadores digitais**. [São Paulo], 2021. Disponível em: CONAR_Guia-de-Publicidade-Influenciadores_2021-03-11.pdf. Acesso em: 12 nov 2023.

CRUZ, Gisela Sampaio. **O problema do nexo causal na responsabilidade civil.** Rio de Janeiro: Renovar, 2005. Disponível em: Gisela Sampaio - Nexo Causal (Opcional).pdf (usp.br). Acesso em: 28 out 2023.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro:** responsabilidade civil. 37ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2023. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

DIREITO, Carlos Alberto Menezes; CAVALIERI, Sérgio. **Comentários ao novo Código Civil**. Vol. 13, Rio de Janeiro: Forense, 2007.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça. **Apelação Cível n. 0709603-37.2021.8.07.0006.** PROCESSUAL CIVIL. PRELIMINAR DE NÃO CONHECIMENTO DO RECURSO. REJEIÇÃO. DANOS MORAIS. AQUISIÇÃO DE PRODUTO. PUBLICIDADE EM CONTA DE INSTAGRAM DE INFLUENCIADORA DIGITAL. RELAÇÃO DE CONSUMO NÃO CARACTERIZADA. [...]. Relator: Desembargador Cruz Macedo, 24 de agosto de 2022. Disponível em: https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistjAcesso em: 20 maio 2023.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo Mario Veiga. **Novo curso de Direito Civil:** Responsabilidade Civil. 21ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2023. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

GASPARATTO, Ana Paula Gilio; FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra; EFING, Antônio Carlos. Responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Revista Jurídica Cesumar**, Paraná, (1-24), janeiro/abril, 2019. Disponível em: Responsabilidade civil dos influenciadores digitais | Revista Jurídica Cesumar - Mestrado (unicesumar.edu.br). Acesso em: 20 maio 2023.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil 3: responsabilidade civil, direito de família, direito das sucessões.** 4ª Ed, São Paulo: Saraiva, 2017.
GONÇALVES, Carlos Roberto. **Responsabilidade civil.** 22ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2023. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

HENRIQUE, Maíra Moura Barros. Responsabilidade civil das celebridades digitais na publicidade do *Instagram*. **Revista Caderno Virtual,** maio 2020. Disponível em: Vista do Responsabilidade Civil das Celebridades Digitais na Publicidade do Instagram (idp.edu.br). Acesso em: 11 nov 2023.

KOELLE, Isis. **Influenciadores digitais: o que são, importância e como ser**. Fia Business School, 2019. Disponível em: Influenciadores Digitais: O que são, Importância e Como Ser - FIA. Acesso em: 01 out 2023.

LEITE, Jorge Salomão; LEMOS, Ronaldo. **Marco Civil da Internet**. Rio de Janeiro: Atlas, 2014. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

LEONARDI, Marcel. **Internet**: elementos fundamentais. in Responsabilidade Civil na Internet e nos demais meios de comunicação. 2ª. Ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

MAXIMILIAN, Paulo. Responsabilidade dos influencers que indicam produtos sob a ótica do CDC. **Revista Consultor Jurídico**, abr. 2019. Disponível em: ConJur - Responsabilidade dos influencers sob a ótica do CDC. Acesso em: 29 out 2023.

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

MUNHOZ, Isabela. **Publicidade nas Redes Sociais: quais os limites da Responsabilidade Civil dos Influenciadores Digitais?** Martinelli & Guimarães Advocacia Contemporânea, 2022. Disponível em: Publicidade nas Redes Sociais: quais os limites da Responsabilidade Civil dos Influenciadores Digitais? - Martinelli & Guimarães % (martinelliguimaraes.com.br). Acesso em: 29 out 2023

PARANÁ. Tribunal de justiça. **Recurso Inominado 0031564-51.2019.8.16.0182. RECURSO INOMINADO.** AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. ALEGAÇÕES DE VIOLAÇÃO AO PRINCÍPIO DA DIALETICIDADE, DE INOVAÇÃO RECURSAL E DE NULIDADE DA SENTENÇA AFASTADAS. PRINCÍPIO DO JUIZ NATURAL QUE NÃO SE APLICA AOS JUÍZES LEIGOS. CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS. VIAGEM PARA O EGITO EM JORNADA ESPIRITUAL. CANCELAMENTO DA VIAGEM SEM RESTITUIÇÃO DOS VALORES ADIANTADOS. RECURSO INTERPOSTO PELA GUIA ESPIRITUAL CONVIDADA. PRELIMINAR DE ILEGITIMIDADE REJEITADA. APLICAÇÃO DA TEORIA DA APARÊNCIA. DIVULGAÇÃO DA JORNADA REALIZADA PELA RECORRENTE. RESPONSABILIDADE CIVIL DO INFLUENCIADOR DIGITAL. RECORRENTE QUE, AO EFETUAR A PUBLICIDADE DA VIAGEM, AVALIZOU O SERVIÇO. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO. Relatora: Manuela TallãoBenke, 08 de abril de 2021. Disponível em: https://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/j/2100000015106711/Ac%C3%B3rd%C3%A3o-0031564-51.2019.8.16.0182. Acesso em: 20 out 2023.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Direito Digital**. 7ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2021. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

ROSENVALD, Nelson; BRAGA NETTO, Felipe. **Responsabilidade Civil:** teoria geral. São Paulo: Foco, 2022. E-book. Acesso restrito via Biblioteca Virtual.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça. **Recurso Inominado n. 1006926-92.2020.8.06.0223**. Ação indenizatória. Responsabilidade civil. Ilegitimidade passiva do apresentador do produto adquirido em rede social conhecido com influenciador digital mantida. Impossibilidade de responsabilização pelo insucesso do negócio. Inexistência de danos morais indenizáveis. Ausência de constrangimento, ofensa à honra e/ou exposição dos autores a situação vexatória ou humilhante. Indenização por dano moral que deve ser reservada para os casos de dor profunda e intensa, em que ocorre violação aos direitos da personalidade. Multa. Conversão em perdas e danos. Astreintes que devem ser majoradas, pois seu objetivo é impor a parte a cumprir a decisão judicial. Sentença parcialmente reformada. Recurso provido em parte. Relatora: Suzana Pereira da Silva, 29 de junho de 2021. Disponível em: getArquivo.do (tjsp.jus.br). Acesso em: 05 nov 2023.

SOUZA, Rogerio Soares de. A jurisprudência como fonte de Direito. **Projeção, Direito e Sociedade**, Brasília, 2014. Disponível em: http://revista.faculdadeprojecao.edu.br/index.php/Projecao2/article/viewFile/411/368. Acesso em: 11 nov 2023.

SOUZA, Rogerio Soares de. A jurisprudência como fonte de Direito. **Projeção, Direito e Sociedade**, Brasília, 2014. Disponível em: http://revista.faculdadeprojecao.edu.br/index.php/Projecao2/article/viewFile/411/368. Acesso em: 11 nov 2023

STOCO, Rui. **Tratado de responsabilidade civil: doutrina e jurisprudência**. 7ª Ed. São Paulo: editora Revista dos Tribunais, 2007.

TARTUCE, Flávio. **Direito Civil:** direito das obrigações e responsabilidade civil. 16ª Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

TEPEDINO, Gustavo; TERRA, Aline de Miranda Valverde; GUEDES, Gisela Sampaio da Cruz. **Fundamentos do Direito Civil:** Responsabilidade Civil. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2023. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil:** obrigações e responsabilidade civil. 23ª Ed. São Paulo: Atlas, 2023. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.