

A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS PELA PUBLICIDADE VEICULADA SOB A ÓTICA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Ana Lorena Sales Moura, Sidney Guerra Reginaldo

Nas últimas décadas, a revolução tecnológica e a ascensão da internet implicaram diversas transformações na dinâmica social, especialmente nas relações de consumo. Hoje, os consumidores estão conectados eletronicamente a todo momento e não têm acesso direto aos produtos, de modo que a publicidade teve de se adaptar, utilizando-se, para tanto, de um novo ator social: o digital influencer. O influenciador digital é um dos elementos marcantes do mundo virtual, sendo molas propulsoras de vendas ao utilizar do seu poder de persuasão, respaldado na relação de confiança com os seus seguidores. A atuação destes, porém, pode implicar vários riscos ao consumidor, já que a forma pela qual promovem marcas e produtos, com o uso da naturalidade e descontração, é feita através de uma publicidade mascarada, enganosa e até mesmo prejudicial. Nesse cenário, questiona-se se a interferência danosa desse novo ator social nas relações de consumo, e se, diante disso, pode haver responsabilidade civil ante à publicidade ilícita veiculada. Busca-se, assim, analisar a forma de atuação do influenciador digital e as diretrizes previstas na Lei Consumerista, sobretudo acerca da publicidade, a fim de demonstrar, através deste paralelo, como o influenciador digital pode ser responsabilizado civilmente. A metodologia utilizada para o estudo foi a pesquisa bibliográfica, a revisão de artigos científicos e obras doutrinárias, e a análise jurisprudencial. Nos resultados, notou-se que a legislação precisa adequar-se à atuação dos influenciadores digitais, mas que, ainda assim, é eficaz para salvaguardar os consumidores de abusos decorrentes da publicidade ilícita. Conclui-se que, de fato, os digitais influencers podem ser equiparados aos fornecedores de bens e serviços e, conseqüentemente, responsabilizados civilmente pela infração aos princípios insculpidos no Código de Defesa do Consumidor, o que é de extrema importância nos dias atuais, dada a vulnerabilidade dos consumidores no mercado virtual.

Palavras-chave: RESPONSABILIDADE CIVIL. INFLUENCIADOR DIGITAL. PUBLICIDADE. CONSUMIDOR.