RESPONSABILIDADE CIVIL DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Ana Rossy da Silva[1]; Alarico Marques Pereira[2]

RESUMO: **Tema:** A influência exercida pelos criadores de conteúdo digital nas decisões de consumo e a responsabilização civil decorrente da divulgação de produtos e serviços nas redes sociais, analisando os deveres jurídicos relacionados à transparência, boa-fé e proteção do consumidor nas relações estabelecidas entre influenciadores digitais, empresas patrocinadoras e seguidores no ambiente online. **Justificativa:** No decorrer dos anos, o avanço das plataformas digitais modificou profundamente as relações sociais, econômicas e comerciais. A internet deixou de ser apenas um espaço de comunicação e passou a exercer forte influência nos hábitos, opiniões e escolhas de consumo dos usuários. Nesse cenário, os influenciadores digitais passaram a ocupar posição de destaque, atuando na divulgação de produtos, serviços e marcas, influenciando diariamente milhares de pessoas. Contudo, o crescimento desse mercado trouxe problemas relacionados à publicidade enganosa, à omissão de informações importantes e à divulgação de produtos sem segurança ou qualidade comprovada, ocasionando prejuízos aos consumidores. Diante disso, torna-se relevante discutir até que ponto os influenciadores digitais devem responder juridicamente pelos danos causados aos seus seguidores, cujas escolhas são baseadas na divulgação de serviços e produtos. **Objetivo:** O presente trabalho tem como objetivo analisar a responsabilidade civil dos influenciadores digitais nas relações de consumo estabelecidas no ambiente virtual, especialmente nos casos envolvendo publicidade de produtos e serviços divulgados em redes sociais. **Metodologia:** A presente pesquisa será desenvolvida por meio do método dedutivo, utilizando abordagem qualitativa para análise do tema proposto. Quanto aos procedimentos técnicos, será realizada pesquisa bibliográfica e documental, com base em livros, legislações, entendimentos doutrinários, decisões

[1] Acadêmica do 3º período do Curso de Direito da Faculdade de Itaituba. E- mail: ana.silva022017@gmail.com
[2] Orientador: Professor da Faculdade de Itaituba. E-mail: Prof.alaricomp@gmail.com

judiciais e aproximadamente 15 artigos científicos publicados entre os anos de 2019 e 2025, pesquisados nas plataformas Google Acadêmico, Scielo e Revista dos Tribunais, relacionados ao Direito Civil, ao Direito do Consumidor e às relações jurídicas no ambiente digital. **Resultados:** A pesquisa demonstra que os influenciadores digitais exercem significativa influência sobre o comportamento dos consumidores, visto que atuam como uma ponte entre a marca e o público. Verificou-se que a responsabilidade civil pode ocorrer quando houver divulgação enganosa, abusiva ou omissão de informações relevantes sobre produtos e serviços anunciados. Observou-se ainda que o Código de Defesa do Consumidor oferece mecanismos de proteção aos consumidores, responsabilizando os influenciadores quando há danos decorrentes das publicidades enganosas e abusivas nas redes sociais. **Considerações Finais:** Conclui-se que os influenciadores digitais possuem o dever de agir com responsabilidade, transparência e boa-fé nas publicidades realizadas em plataformas digitais, visando a proteção dos seguidores. É imprescindível compreender que esses agentes influenciam diretamente na decisão de milhares de consumidores. Assim, a responsabilização civil mostra-se um importante instrumento de proteção ao consumidor e de equilíbrio nas relações digitais, demonstrando a necessidade de constante adaptação do Direito às transformações tecnológicas da sociedade.

Palavras-chave: Responsabilidade Civil. Influenciadores Digitais. Relações de Consumo. Código de Defesa do Consumidor. Publicidade Enganosa.