



Evento	Salão UFRGS 2022: SIC - XXXIV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2022
Local	Campus Centro - UFRGS
Título	São os influenciadores digitais fornecedores para fins de responsabilidade civil de acordo com o Código de Defesa do Consumidor?
Autor	LETÍCIA DA SILVEIRA MARQUES
Orientador	CLAUDIA LIMA MARQUES

Com o avanço tecnológico e a utilização cada vez maior das plataformas de mídias sociais também para a comercialização de produtos e serviços, surge um novo personagem no mercado de consumo on-line: a figura do influenciador digital. Em um contexto de economia plataformizada em que a confiança é, agora, elemento essencial a ser buscado para o estabelecimento de relações de consumo, os influenciadores digitais, indivíduos com grande destaque nas redes pelo poder de induzimento e proximidade com seus seguidores, atuam como formadores de opinião e referência para a divulgação de produtos e serviços. Isso resulta da relação de intimidade e conexão entre eles e seu público, os consumidores, que influencia direta ou indiretamente na tomada de decisão para adquirir ou não algum produto ou serviço. Não por acaso, nos últimos anos, o valor gasto em publicidade com influenciadores digitais pelas empresas tem aumentado consideravelmente. A pergunta que se objetiva responder é, portanto, se podem esses novos personagens serem considerados fornecedores para fins de responsabilidade civil conforme o Código de Defesa do Consumidor. Adotou-se, para a realização da pesquisa, a metodologia lógico-dedutiva, através de pesquisa bibliográfica e jurisprudencial. Como resultado, a conclusão é pela possibilidade de responsabilização objetiva dos influenciadores digitais por eventuais danos ou prejuízos causados aos consumidores, seja por publicidade ilícita, seja por bens ou serviços que tenham sido divulgados por eles com base na teoria do fornecedor equiparado e fiduciário.