

ESCOLA DE DIREITO
CURSO DE DIREITO

MANOELA FRANCESCHINI RIGO DE SOUZA

**RESPONSABILIDADE CIVIL PELO USO INDEVIDO DA IMAGEM DE INFLUENCIADOR
DIGITAL: ALGUNS APONTAMENTOS À LUZ DA APELAÇÃO CÍVEL Nº 70083241612 – RS**

Porto Alegre

2022

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

RESPONSABILIDADE CIVIL PELO USO INDEVIDO DA IMAGEM DE INFLUENCIADOR DIGITAL: ALGUNS APONTAMENTOS À LUZ DA APELAÇÃO CÍVEL Nº 70083241612 – RS

Manoela Franceschini Rigo de Souza*
Prof.^a. Dra. Liane Tabarelli*

RESUMO

Atualmente, em virtude da rapidez do mundo tecnológico e da necessidade de atualização do ordenamento jurídico, o estudo da responsabilidade civil por violação do direito à imagem torna-se um assunto importante a ser abordado para um melhor resultado da prática jurídica. Nesse sentido, o presente artigo busca analisar alguns apontamentos referentes ao instituto da responsabilidade civil brasileira com relação ao uso indevido de imagem de influenciador digital, através da observância do julgado Apelação Cível nº 70083241612 – RS. A escolha do tema justifica-se pela relevância que a responsabilidade civil e o uso de imagem possuem na contemporaneidade, especialmente no que tange ao influenciador digital, figura notória no ciberespaço. O método de abordagem utilizado para a composição do presente trabalho foi o dedutivo, tendo como fontes, a doutrina, a jurisprudência brasileira e a legislação. O Código Civil e a Constituição Federal têm previstos em seus dispositivos o direito à imagem e as consequências de sua inviolabilidade. No que toca ao influenciador digital, além dos pressupostos que compõe a responsabilidade civil, deve-se estudar o seu conceito e os reflexos dessa nova atividade para a sociedade. Por fim, conclui-se que apesar de existir doutrina e jurisprudência fundamentada que se assemelha ao tema, somente a análise do caso concreto poderá definir a melhor solução jurídica a ser adotada referente à responsabilidade civil pelo uso indevido da imagem dos influenciadores digitais.

Palavras-chave: Responsabilidade Civil; Influenciador digital; Direito à imagem; Violação da imagem; Apelação Cível nº 70083241612 – RS; Método de pesquisa dedutivo.

1 INTRODUÇÃO

Com a ascensão da internet, surgem e renovam-se diariamente os meios de comunicação, as novas formas de consumo, de lazer, educação, entre outras atividades que tocam o ordenamento jurídico brasileiro. Com um clique apenas, milhares de potenciais consumidores são alcançados, pessoas de todos os cantos do mundo que raramente seriam contatados por outros canais de comunicação.

A imagem é um instrumento que evoluiu ao longo dos anos e ganhou espaço na área digital. A sua captação e disseminação ocorrem em segundos com o avanço de aparelhos tecnológicos, e se faz presente em quase todos os meios de comunicação com o objetivo de demonstrar o que é vivido em tempo real.

Dentro desse novo espaço, apresentam-se os influenciadores digitais, que são indivíduos que possuem magnetismo para convencer seus seguidores das redes sociais a adquirir novos hábitos de consumo e modos de vida por meio da criação de conteúdo com o uso de suas imagens.

* Graduanda do Curso de Ciências Jurídicas e Sociais da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. E-mail: manoela.souza@edu.pucrs.br.

* Orientadora: Prof.^a Dra. Liane Tabarelli. Professora adjunta do curso de Ciências Jurídicas e Sociais da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS. E-mail: liane.tabarelli@pucrs.br.

Nesse contexto, aponta-se pesquisa realizada pelo instituto QualiBest no ano de 2018, por meio de um questionário online disponibilizado para 700 pessoas, nele foi identificado que os influenciadores digitais se tornaram a segunda fonte de informações para a tomada de decisões na compra de um produto, com 49% dos respondentes, perdendo apenas para amigos e parentes que tiveram o total de 57%, consoante exposto pela diretora Daniela Malouf.¹

O influenciador digital é a profissão que está tomando conta no mundo tecnológico, uma vez que se faz presente na vida de milhares de pessoas que os seguem. Assim, no presente trabalho serão tecidos alguns apontamentos e esclarecimentos referente ao uso indevido de imagem no que toca a esses indivíduos. Para ilustrar o artigo, será analisada a Apelação nº 70083241612 da 9ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul.

Pretende-se, com a realização dessa pesquisa situar o ordenamento jurídico brasileiro sobre a nova profissão da contemporaneidade, qual seja, a de criador de conteúdo para a internet. Desse modo, têm-se como com principal objetivo estudar o uso indevido de imagem, ferramenta imprescindível nessa atividade laboral, bem como a indenização, material e imaterial, que cabe a esses indivíduos.

Essa pesquisa justifica-se, pois, a sociedade atual está inserida no espaço virtual, ao qual os influenciadores digitais somaram-se no decorrer dos anos. Além disso, nos dias atuais, esses fornecedores de conteúdo são caracterizados como figuras públicas e notórias que possuem seu ambiente de trabalho na internet, sendo de extrema importância delimitar os direitos e deveres para reconhecimento próprio e das pessoas que usam desses serviços como fontes de informação.

Primeiramente, serão realizados comentários acerca da responsabilidade civil, conceituando-a e versando suas características no que toca a sua subjetividade e a objetividade, à responsabilidade contratual e extracontratual, além de breves esclarecimentos sobre o conceito de indenização.

Após, abordara-se com mais profundidade os pressupostos do dever de ressarcir, abrindo três subtópicos para falar sobre cada pressuposto, dentre eles: a conduta antijurídica, que é o ato praticado que gera a responsabilidade civil; o nexa causal, que faz a ligação entre a conduta e o dano; e o dano, que é o resultado que acarreta a reparação do instituto da responsabilidade civil.

Outrossim, discorrer-se-á sobre a sociedade atual de hiperconsumo, pontuando os prós e contras da era contemporânea. Também, nessa senda, será realizado um estudo referente aos impactos que as redes sociais têm nas relações de consumo e, deste mesmo tópico, abre-se dois subtópicos para tratar sobre os influenciadores digital e o uso de sua imagem como instrumento de trabalho, bem como a proteção jurídica da imagem.

Por fim, a partir do método dedutivo, o qual foi feito com auxílio das doutrinas, legislações e as jurisprudências brasileiras, busca-se compreender sobre a responsabilidade civil pelo uso indevido de imagem de influenciador digital. Sucessivamente, contextualiza-se com a Apelação Cível nº 70083241612 – RS, e apresenta-se outros casos que ilustram o presente artigo.

2 COMENTÁRIOS ACERCA DO INSTITUTO DA RESPONSABILIDADE CIVIL

Nos primórdios da humanidade, os danos causados à população provocavam uma ação imediata de vingança. Esse ato levava os indivíduos a quererem fazer a justiça “pelas próprias

¹ PACETE, Luiz Gustavo. Influenciadores já são a segunda fonte para tomada de decisão: estudo da Qualibest aponta que os criadores de conteúdo só perdem em influência para parentes e amigos na hora que o consumidor opta por um serviço ou produto. **Meio & mensagens**, [s. l.], 7 jun. 2018. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/06/07/influenciadores-ja-sao-a-segunda-fonte-para-tomada-de-decisao.html>. Acesso em: 16 jun. 2022.

mãos”, como a pena de talião, “olho por olho, dente por dente”². Com o progresso das relações sociais, e com vistas a assegurar o convívio harmônico em sociedade, foram criadas normas, direitos e deveres.

A responsabilidade civil surgiu como um dever jurídico civilizado de restituição do dano material e/ou imaterial sofrido pelo causador por ação ou omissão. Leciona Sílvia Venosa que se pode definir esse instituto como “Em princípio, toda atividade que acarreta prejuízo gera responsabilidade ou dever de indenizar (...) O termo responsabilidade é utilizado em qualquer situação na qual alguma pessoa, natural ou jurídica, deva arcar com as consequências de um ato, fato ou negócio danoso.”³

Nesse contexto, pode-se afirmar que a responsabilidade civil está inteiramente conectada com a prática de um ato que viole uma obrigação e que acarrete o dever de reparar um dano, seja ele positivo, dar ou fazer; ou negativo, não fazer, conforme disposto no art. 927 do Código Civil, “Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.”⁴

Ademais, a responsabilidade civil pode ser dividida em duas espécies, a responsabilidade subjetiva e a objetiva. De forma resumida, a responsabilidade civil subjetiva baseia-se na culpa do agente, quando esse age conscientemente para a produção do resultado, por negligência, imprudência ou imperícia⁵, devendo provar a sua responsabilidade.

Já de outro lado, tem-se a responsabilidade objetiva a qual independe de culpa para responsabilizar o causador⁶, consoante previsto no parágrafo único do artigo já mencionado: “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.”⁷

Nesse ponto de vista, Bruno Miragem corrobora que “[...] a responsabilidade civil se insere no âmbito das relações obrigacionais, é espécie de obrigação, obrigação de indenizar.”⁸ Além disso, observa-se que aquele que praticar ato ilícito tem a obrigação de repará-lo. Todavia, não é especificado o que é o ato ilícito, usando de complemento em seu conceito o art. 186 do Código Civil, o qual dispõe: “Aquele que, por ação ou omissão

² VENOSA, Sílvia de S. **Direito Civil: obrigações e responsabilidade civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021. v. 2. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026696/>. Acesso em: 23 maio 2022. p. 373.

³ VENOSA, Sílvia de S. **Direito Civil: obrigações e responsabilidade civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021. v. 2. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026696/>. Acesso em: 23 maio 2022. p. 357

⁴ BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.

⁵ OLIVEIRA, Maria Tereza Cabral Costa. Responsabilidade civil: origem e pressupostos gerais. **Âmbito Jurídico**, [s. l.], 1 jun. 2012. Disponível em: [https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-civil/responsabilidade-civil-origem-e-pressupostos-gerais/#:~:text=%E2%80%9CA%20a%C3%A7%C3%A3o%2C%20elemento%20constitutivo%20da,lesado.%E2%80%9D%20\(DINIZ%2C%202005](https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-civil/responsabilidade-civil-origem-e-pressupostos-gerais/#:~:text=%E2%80%9CA%20a%C3%A7%C3%A3o%2C%20elemento%20constitutivo%20da,lesado.%E2%80%9D%20(DINIZ%2C%202005). Acesso em: 25 maio 2022.

⁶ VENOSA, Sílvia de S. **Direito Civil: obrigações e responsabilidade civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021. v. 2. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026696/>. Acesso em: 23 maio 2022. p. 362.

⁷ BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.

⁸ MIRAGEM, Bruno. **Direito civil: responsabilidade civil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. *E-book*. p. 72.

voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.”⁹

Outrossim, a doutrina aborda que a natureza da responsabilidade civil pode conceituar-se como contratual e extracontratual. A responsabilidade civil contratual é, de forma suscinta, quando há um contrato bilateral, ou seja, contratante e contratado, se o acordado for descumprido, torna-se inadimplente¹⁰, com fulcro nos arts. 395 e 389 do Código Civil.¹¹

De outro lado, a responsabilidade civil extracontratual, aquiliana, refere-se aos dispositivos citados anteriormente, posto que se trata de uma conduta que não está prevista em um contrato, segundo Carlos Roberto Gonçalves: “Na responsabilidade extracontratual, nenhum vínculo jurídico existe entre a vítima e o causador do dano, quando este pratica o ato ilícito.”¹²

É importante versar nesse trabalho também o conceito de indenização, que é a ação ou efeito de ser compensado ou reparado por um dano ou prejuízo sofrido¹³. Silvio Venosa conclui que, em princípio, toda atividade que gere um dano acarreta a responsabilidade ou dever de indenizar. Além do mais, acrescenta que os princípios da responsabilidade têm como objetivo restaurar um equilíbrio patrimonial e moral violado, porque o prejuízo/dano é um fator de inquietação social.¹⁴

Logo, de forma breve foram tecidos alguns comentários acerca do instituto da responsabilidade civil, no próximo item do presente trabalho serão estudados os requisitos do dever de ressarcir, elementos que compõem esse instituto.

3 REQUISITOS DO DEVER DE RESSARCIR

Os requisitos do dever de ressarcir são os elementos que compõem a responsabilidade civil, ou seja, são pressupostos que caracterizam a existência desse instituto e garantem ao lesado a comprovação da existência de seus direitos.

A responsabilidade civil, consoante apresentado por Cavalieri Filho é composta por três requisitos do dever de ressarcir de acordo com a doutrina francesa¹⁵, em breve síntese,

⁹ BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.

¹⁰ GONÇALVES, Carlos R. **Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Editora Saraiva, 2021. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555592931/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 30

¹¹ Art. 395. Responde o devedor pelos prejuízos a que sua mora der causa, mais juros, atualização dos valores monetários segundo índices oficiais regularmente estabelecidos, e honorários de advogado. Parágrafo único. Se a prestação, devido à mora, se tornar inútil ao credor, este poderá enjeitá-la, e exigir a satisfação das perdas e danos. Art. 389. Não cumprida a obrigação, responde o devedor por perdas e danos, mais juros e atualização monetária segundo índices oficiais regularmente estabelecidos, e honorários de advogado. (BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.).

¹² GONÇALVES, Carlos R. **Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Editora Saraiva, 2021. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555592931/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 30.

¹³ SIGNIFICADO de Indenização. **Dicionário online de Português**, [s. l.], 2019. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/indenizacao/#:~:text=Significado%20de%20Indeniza%C3%A7%C3%A3o,devido%20por%20direito%3A%20indeniza%C3%A7%C3%A3o%20trabalhista>. Acesso em: 25 maio 2022.

¹⁴ VENOSA, Sílvio de S. **Direito Civil: obrigações e responsabilidade civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021. v. 2. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026696/>. Acesso em: 23 maio 2022. p. 357.

¹⁵ CAVALIERI FILHO, Sergio; **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 53

estão descritos no art. 186 do Código Civil¹⁶, quais sejam: a) a conduta, que é o ato que viola um dever jurídico, podendo ser por ação ou omissão; b) o nexo de causalidade, que se entende pelo vínculo entre o fato e o resultado; e c) o dano, o qual se esclarece por ser a lesão causada/direito violado.

Imperioso ressaltar que existem autores que consideram a culpa como quarto requisito do dever de ressarcir, uma vez que essa teoria foi trazida pela legislação francesa, no Código Civil de Napoleão¹⁷. Entretanto, o elemento culpa é, na verdade, um fundamento que caracteriza a responsabilidade civil subjetiva.

Nesse cenário, Bruno Miragem aclara que tanto a culpa como o risco fazem parte do nexo de imputação, considerando-os como fundamentos da responsabilidade civil:

Atualmente, convivem no art. 186 do Código Civil, e consequentemente da responsabilidade por ato ilícito prevista no seu art. 927, sistema de responsabilidade civil ambos os nexos de imputação. A culpa é fundamento nuclear do conceito de ato ilícito presente caput. O risco é o fundamento da responsabilidade objetiva prevista no art. 927, parágrafo único, além de diversas outras disposições previstas no Código Civil e na legislação especial.¹⁸

Portanto, diante dessa introdução dos pressupostos do dever de indenizar, serão analisados nos próximos subitens suas definições e importância dentro do instituto em estudo.

3.1 AÇÃO OU OMISSÃO

O primeiro pressuposto a ser analisado no presente trabalho é a conduta, a qual Maria Helena Diniz conceitua pelo ato humano, voluntário ou objetivamente imputável que gera risco ou prejuízo, lícito ou ilícito, por meio de ação ou omissão *a outrem*, e ocasiona no dever de ressarcir os direitos do lesado. Esse ato pode ser realizado pelo próprio agente, por terceiro, por animal ou coisa inanimada.¹⁹

Considerando a definição acima exposta, observa-se que a característica principal desse pressuposto é a antijuridicidade, ou seja, a conduta deve ser um ato que infringe os direitos e normas e que causa prejuízo a outrem por ação ou omissão.

Ainda, aduz-se que:

A ação, fato gerador da responsabilidade, poderá ser ilícita ou lícita. A responsabilidade decorrente de ato ilícito baseia-se na ideia de culpa, e a responsabilidade sem culpa funda-se no risco, que se vem impondo na atualidade, principalmente ante a insuficiência da culpa para solucionar todos os danos. O comportamento do agente poderá ser uma comissão ou uma omissão. A comissão vem a ser a prática de um ato que não se deveria efetivar, e a omissão, a não observância de um dever de agir ou da prática de certo ato que deveria realizar-se.²⁰

¹⁶ 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. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.).

¹⁷ SANTOS, Pablo de Paula Saul. Responsabilidade civil: origem e pressupostos gerais. **Âmbito Jurídico**, 1 jun. 2012. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-civil/responsabilidade-civil-origem-e-pressupostos-gerais>. Acesso em: 25 maio 2022.

¹⁸ MIRAGEM, Bruno. **Direito civil: responsabilidade civil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. *E-book*. Acesso em: 13 maio 2022, p. 152.

¹⁹ DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro: responsabilidade civil**. 19. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2005. v. 7, p. 43-44.

²⁰ DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro: responsabilidade civil**. 19. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2005. v. 7, p. 44.

Desse modo, nota-se que a ação é facilmente identificada, visto que é notória a prática dessa conduta. Diferentemente da omissão, pois essa trata-se do deixar de realizar o ato, ou seja, não é percebida com clareza. Além do mais, corrobora-se que a omissão não é definida por qualquer ato deixado de fazer, é algo que deveria ser feito, é um dever jurídico.

Nesse contexto, Cavalieri Filho confirma:

Em suma, só pode ser responsabilizado por omissão quem tiver o dever jurídico de agir, vale dizer, estiver numa situação jurídica que o obrigue a impedir a ocorrência do resultado. Se assim não fosse, toda e qualquer omissão seria relevante e, conseqüentemente, todos teriam contas a prestar à Justiça.²¹

Outrossim, outro enfoque importante que deve ser mencionado nesse subitem é a imputabilidade, que se explica por ser a atribuição da responsabilidade de um ato a alguém, segundo os ensinamentos do autor Bruno Miragem:

[...] a imputabilidade concentra-se na existência de culpa, para o que se funda na capacidade de discernimento do agente. Para tanto, exige-se que tenha atingido certa idade, como critério geral. E, para além disso, cuida-se de verificar se o sujeito imputável está em plenas condições de sanidade mental. Os menores de 16 anos são incapazes para os atos da vida civil (art. 3º, I, do Código Civil), o que significa que não respondem pessoalmente por seus atos, mas respondem civilmente pelos atos que derem causa os pais ou os tutores, conforme o caso (art. 932, I e II, do Código Civil). Note-se, contudo, que o art. 116 do Estatuto da Criança e do Adolescente estabelece uma exceção, de modo que, quando se tratar de ato infracional que dê causa a danos patrimoniais praticado por adolescente (pela legislação brasileira, o maior de 12 anos), possa a autoridade determinar o ressarcimento.²²

Nessa senda, percebe-se que a palavra responsabilidade traz a ideia de obrigação e, ademais, é essencial mencionar que disciplina que a conduta pode ser realizada de forma direta, como previsto no art. 186 do Código Civil²³, bem como indireta, como atos de terceiros, por fatos de animais ou coisas inanimadas.

Por exemplo, cita-se o dispositivo 932 do Código Civil²⁴, esse aspecto tem por objetivo evitar a ausência do ressarcimento do ofendido, imputando a responsabilidade a alguém, porque busca a resposta pelo dano causado.

Assim, em conexão a esse pressuposto, será estudado no próximo subitem o nexo de causalidade, que é o requisito que faz a ligação entre a conduta antijurídica e o dano injusto.

²¹ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2020. *E-book*. Acesso em: 11 abril 2022 p. 63

²² MIRAGEM, Bruno. **Direito civil: responsabilidade civil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. *E-book*. Acesso 11 abril 2022 p. 76.

²³ BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.

²⁴ Art. 932. São também responsáveis pela reparação civil:

I - os pais, pelos filhos menores que estiverem sob sua autoridade e em sua companhia;

II - o tutor e o curador, pelos pupilos e curatelados, que se acharem nas mesmas condições;

III - o empregador ou comitente, por seus empregados, serviçais e prepostos, no exercício do trabalho que lhes competir, ou em razão dele;

IV - os donos de hotéis, hospedarias, casas ou estabelecimentos onde se albergue por dinheiro, mesmo para fins de educação, pelos seus hóspedes, moradores e educandos;

V - os que gratuitamente houverem participado nos produtos do crime, até a concorrente quantia.

(BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.).

3.2 NEXO CAUSAL

O nexo de causalidade por sua vez é aquele que faz a ligação entre a conduta antijurídica, seja por ação ou omissão, e o dano. Para Cavalieri Filho, o nexo causal tem como função estabelecer a limitação da obrigação de indenizar.²⁵

Além disso, entende-se que esse pressuposto deve ser o primeiro a ser analisado, já que se leciona: “Antes de decidirmos se o agente agiu ou não com culpa, se tem de responder por algum dano, teremos que apurar se ele deu causa ao dano.”²⁶

Segundo o seu ensinamento, pode haver uma responsabilidade civil sem culpa, todavia, não é possível existir uma responsabilidade sem nexo causal. Tão logo, é necessária a demonstração da causa que gerou o dano, porquanto sem ela não há como indenizar alguém.²⁷ Ademais, o Código Penal prevê em seus dispositivos esse requisito de forma sucinta: “O resultado de que depende a existência do crime, somente é imputável a quem lhe deu causa”²⁸. Dessa maneira, observa-se que o indivíduo não pode responder por aquilo que não praticou.

A jurisprudência também é bem clara quanto à importância do nexo causal:

A imputação de responsabilidade civil, objetiva ou subjetiva, supõe a presença de dois elementos de fato (a conduta do agente e o resultado danoso) e um elemento lógico-normativo, o nexo causal (que é lógico, porque consiste num elo referencial, numa relação de pertencibilidade entre os elementos de fato; e é normativo, porque tem contornos e limites impostos pelo sistema de direito.²⁹

Contudo, observa-se que não há previsão no Código Civil de definição específica sobre o nexo de causalidade. Assim, considerando a omissão da Lei, Cavalieri Filho explica que a jurisprudência e a doutrina majoritária no âmbito civil adotam a teoria da causa mais adequada, com base no art. 403 do Código atual³⁰: “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.” Ou seja, vincula-se ao resultado apenas a causa que o gerou.³¹

Assim, colaciona-se julgado que adere a esse entendimento:

APELAÇÃO. PROCESSUAL CIVIL. ACIDENTE DE TRÂNSITO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAL. MORTE DA VÍTIMA OCORRIDA POR CAUSAS DIVERSAS APÓS O TRANSCURSO DE SEIS MESES DO SINISTRO. AUSÊNCIA DE PROVA QUANTO À EXISTÊNCIA DE NEXO CAUSAL ENTRE O ÓBITO E O PRECEDENTE SINISTRO DE

²⁵ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2020. *E-book*. p. 83

²⁶ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2020. *E-book*. p. 83

²⁷ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2020. *E-book*. p. 84

²⁸ Art. 13 - O resultado, de que depende a existência do crime, somente é imputável a quem lhe deu causa. Considera-se causa a ação ou omissão sem a qual o resultado não teria ocorrido. (Redação dada pela Lei nº 7.209, de 11.7.1984) CP (BRASIL. **Decreto-lei no 2.848, de 7 de dezembro de 1940**. Código Penal. Rio de Janeiro: Presidência da República, 1940. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848.htm. Acesso em: 23 maio 2022.).

²⁹ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (primeira Turma). **REsp 719.738-RS**. Rel. Min. Teori Albino Zavascki, Brasília, DF, 22 de setembro de 2008.

³⁰ BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.

³¹ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 89

TRÂNSITO. INTELIGÊNCIA DO ART. 403 DO CÓDIGO CIVIL (CC). ADOÇÃO DA TEORIA DA CAUSALIDADE ADEQUADA. SENTENÇA DE IMPROCEDÊNCIA MANTIDA. RECURSO IMPROVIDO. [...] 3.- É inegável que o art. 403 do CC consagra a teoria da causalidade adequada, segundo a qual somente o dano que promana direta e imediatamente da conduta dolosa ou culposa pode ser imputado ao agente respectivo. [...]³²

Além do mais, cita-se o magistrado Aguiar Dias entre muitos outros doutrinadores que concordam com o uso dessa teoria no âmbito civil, mais especificamente, na parte que toca a responsabilidade civil, porque entendem que não basta que o fato tenha contribuído para o resultado, ele precisa ser a causa principal, a que se diferencia das demais já que sem ela não haveria o dano. Logo, nota-se um juízo de probabilidade, pois o magistrado deve interrogar se a ação foi relevante para a produção do resultado³³.

Considerando os apontamentos feitos para compreender o nexo de causalidade, será dissertado no próximo subtópico as características do terceiro pressuposto do dever de indenizar, o dano.

3.3 DANO

O terceiro pilar do dever de indenizar a ser abordado neste trabalho é o dano, entretanto, não existe no ordenamento jurídico brasileiro a definição legal de dano. De acordo com Cavalieri Filho, a forma correta para definir o conceito de dano é analisar a sua causa e a sua origem, levando em conta o bem jurídico atingido, o objeto lesionado, e não as consequências da lesão sobre a vítima, como o prejuízo (material) ou o direito personalíssimo (imaterial).³⁴

Outrossim, conforme exposto pelo doutrinador Bruno Miragem, o dano deve ser injusto, uma vez que não basta apenas a existência dele, tendo em conta que a própria vítima pode ser a causadora, descabendo, destarte, o direito à indenização.³⁵

Ilustra-se o conceito citado com julgado do Tribunal Regional Federal da 4ª Região:

TRIBUTÁRIO. ADUANEIRO. APREENSÃO DE VEÍCULO QUE TRANSPORTAVA MERCADORIAS INTERNADAS IRREGULARMENTE. RESPONSABILIDADE DO PROPRIETÁRIO. BOA-FÉ CONFIGURADA. PENA DE PERDIMENTO ANULADA. RESPONSABILIDADE CIVIL. PRESSUPOSTOS. DANO INJUSTO NÃO DEMONSTRADO [...] 5. Entretanto, nem todo dano/prejuízo econômico experimentado pelo particular em razão de ação ou omissão estatal ensejará o direito à indenização. Deve-se analisar, a partir de uma

³² SÃO PAULO. Tribunal de Justiça (Trigésima primeira Vara Cível). **Apelação Cível nº 1005547-75.2013.8.26.0704**. Rel. Adilson de Araujo, São Paulo, 30 de novembro de 2021. Disponível em: http://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?conversationId=&cdAcordao=14192915&cdForo=0&uuidCaptcha=sajcaptcha_7f224f7798174600b54be847107c0d4b&g-recaptcha-response=03AGdBq25EgP-Op_w641u4vh0B7rwX_bcm4OQgSTyDg5CmkjZeTbKbQJhwFbupVhCDxIJO8Cv1q-7yJTX3aH5i3KMKPyEFM57EkUCAgqzDsCCW3Q4CbzHPYJBXtspd2ktCf_72mHZoftm5dWo7spx_jLjUOkHtfXNVUC7AWyhPIQAWcwiTv10pCigKFIjsCIY9m0v14KeYroOTtuGudgeLoR5eGS8pTZptwTEUDBX4Bfi_S7ZalfeU9HrcADAcRlJeNXeonimX0dcuOmr1JONuHk-0IPQuqy0N-Nh597gnSqxbMeTzdySHJNBa1qEXtF6RVkPlk054LfkY-BUvBi-vP18FAVgybdCFyrvVZUdAqyYOuLNzluVARCdC_zSYyPuH74eM2FQc7hBx6CMKI4N6hg0wrz4nN6PnhaWMxrbfTazFMr4tKtTFov-SGNl6Yk6SITGhk4P1hg-2sx1T-A3sllxj-podRg. Acesso em: 16 jun. 2022.

³³ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 86.

³⁴ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 116.

³⁵ MIRAGEM, Bruno. **Direito civil: responsabilidade civil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. *E-book*. p. 95.

ponderação dos interesses envolvidos, a ocorrência de um dano injusto, ou seja, que transborde os riscos comuns da vida em sociedade. [...] (TRF-4 - AC: 50023203120164047209 SC 5002320-31.2016.4.04.7209, Relator: ROGER RAUPP RIOS, Data de Julgamento: 05/10/2017, PRIMEIRA TURMA)³⁶

Então, examina-se nessa Apelação Cível a importância do reconhecimento do dano injusto porque, como colocado, deve haver uma ponderação dos interesses dos envolvidos, ou seja, que se sobressaia aos riscos comuns vividos em sociedade para que seja caracterizado esse pressuposto.

Nessa linha, Cavalieri Filho lista inúmeros danos existentes, como: dano de morte, dano sexual, dano hedonístico, dano pelo custo do filho indesejado, dano de férias arruinadas, dano de *mobbing*, dano por brincadeiras cruéis, dano por rompimento de noivado, dano por descumprimento de deveres conjugais, dano por abandono afetivo de filho menor, e assim por diante.³⁷

Conquanto, a forma mais coerente de entrar em consenso sobre sua tipificação, é o questionamento sobre qual espécie pertence cada um. Desse modo, o dano é classificado de duas maneiras, o dano patrimonial e o dano extrapatrimonial, os quais serão abordados nos próximos subitens.

3.3.1 Danos Patrimoniais

Os danos patrimoniais, também chamados de danos materiais, dizem respeito ao patrimônio da vítima. Bruno Miragem pontua que serão danos materiais os suscetíveis de avaliação econômica, ou seja, que representam determinada perda financeira presente ou prejuízo de vantagem econômica futura³⁸. Cavalieri Filho, por sua vez, ilustra que esses danos podem ser corpóreos, ou seja, que se tocam, como a casa, o automóvel, o celular, o livro, enfim, o direito de propriedade; bem como incorpóreos, como o direito de crédito.³⁹

Outrossim, fundamenta-se que existe uma subdivisão dentro do dano patrimonial, denominada em dano emergente e lucro cessante. O dano emergente, também chamado de positivo, é todo aquele que, em razão do ato ilícito, resulta na diminuição efetiva e imediata do patrimônio do lesado. O art. 1.059 do Código Civil⁴⁰ constata o dano emergente como sendo o que a vítima perdeu em resultado do dano em situação presente.⁴¹

³⁶ BRASIL. Tribunal Regional Federal da 4ª Região. **Apelação cível nº 5002320-31.2016.4.04.7209/SC**. Rel. Des. Federal Roger Raupp Rios, 26 de março de 2010. Disponível em: https://jurisprudencia.trf4.jus.br/pesquisa/inteiro_teor.php?orgao=1&numero_gproc=40000227255&versao_gp roc=9&crc_gproc=79394447. Acesso em: 16 jun. 2022.

³⁷ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 116.

³⁸ MIRAGEM, Bruno. **Direito civil: responsabilidade civil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. *E-book*. p. 99

³⁹ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 117.

⁴⁰ BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.

⁴¹ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p.118.

Além do mais, conceitua-se esse dano pelo princípio da diferença, que diz respeito ao patrimônio da vítima após a conduta antijurídica e como se encontraria se não houvesse essa ação ou omissão⁴². Como exemplo, cita-se:

[...] um acidente de veículo com perda total, o dano emergente será o integral valor do veículo. Mas, tratando-se de perda parcial, o dano emergente será o valor do conserto, e assim por diante. Dano emergente é tudo aquilo que se perdeu, sendo certo que a indenização haverá de ser suficiente para a *restitutio in integrum*.⁴³

De outro lado, já apresentada a indenização pelos danos diretos e imediatos, o ordenamento jurídico brasileiro também resguarda os direitos do lesado por danos mediatos e futuros, denominando-os de lucro cessante. Carlos Roberto Gonçalves ensina que “Lucro cessante é a frustração da expectativa de lucro. É a perda de um ganho esperado.”.⁴⁴

A exemplo disso, menciona-se o caso de um médico que sofreu um acidente e manteve-se parado por determinado tempo, sem poder exercer suas funções profissionais. Aquele deverá ser indenizado pelo que deixou de ganhar durante esse período. Dessa forma, o lucro cessante é a frustração de um patrimônio que poderia ser conquistado, mas devido ao ato antijurídico deixou de ser suprido.

Nessa linha, o magistrado Aguiar Dias conclui que:

Em regra, os efeitos do ato danoso incidem no patrimônio atual, cuja diminuição ele acarreta. Pode suceder, contudo, que esses efeitos se produzam em relação ao futuro, impedindo ou diminuindo o benefício patrimonial a ser deferido à vítima. Aí estão identificados o dano positivo ou *damnum emergens* e o lucro frustrado ou *lucrum cessans*. As duas modalidades do dano podem, todavia, coincidir, assim como podem ocorrer distinta e insuladamente, conforme o caso concreto.⁴⁵

Então, não obstante o lucro cessante seja um bem futuro, esse não se confunde com o lucro imaginário. Ele precisa ser previsível aos olhos de quem receberia e não recebeu por conduta que gerou o dano.⁴⁶

Destarte, vistas as divisões dentro do dano patrimonial e seu conceito, cabe no próximo subitem deste trabalho conceituar a distinção que este possui em relação aos danos imateriais ou extrapatrimoniais.

3.3.2 Danos extrapatrimoniais

Haja vista os danos patrimoniais, que são aqueles que atingem o patrimônio da vítima, o ordenamento jurídico brasileiro também prevê os danos extrapatrimoniais, chamados de imateriais, que são os que correspondem a perdas não pecuniárias, ou seja, são todos os danos que não têm caráter patrimonial. Para fundamentar os danos imateriais, extrai-se da obra de Arnaldo Rizzardo que dano moral é aquele causado injustamente a *outrém*, e que esse não

⁴² CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 118.

⁴³ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 118.

⁴⁴ GONÇALVES, Carlos R. **Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Editora Saraiva, 2021. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978655592931/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 372.

⁴⁵ AGUIAR DIAS, José de. **Da responsabilidade civil**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1973. v. II, p. 347.

⁴⁶ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 119.

atinge ou diminui o patrimônio. Para mais, é a lesão da honra, da estima, dos vínculos de afetos legítimos, de todo direito que pertença ao “estatuto jurídico da personalidade”.⁴⁷

Além disso, os danos extrapatrimoniais, diferentemente dos patrimoniais, tem como forma de reparação algo que compense e satisfaça o direito, ainda que não todo, do lesado. A autora Daniela Courtes Lutzky preceitua que:

O que não se pode negar é que a indenização, quando diante de um dano imaterial, desempenha função diversa daquela exercida para um dano material, pois danos patrimoniais podem ser reparados in natura, já os imateriais, não; em outras palavras, a finalidade da reparação de um dano imaterial não é alcançar uma equivalência de índole patrimonial, mas proporcionar ao lesado algum tipo de satisfação ou compensação, ainda que imperfeita.⁴⁸

Inclusive, é imprescindível salientar que não são todos os danos imateriais passíveis de indenização. O magistrado é responsável por se valer da lógica do mais razoável⁴⁹, uma vez que existem questões que são meras frustrações do cotidiano, como por exemplo a passagem de pertences pela alfandega, a qual todos os indivíduos são submetidos.⁵⁰

Outrossim, um ponto importante para este trabalho é referir que o Código Civil atual tem previsto em seus arts. 1º e 2º o Direito de Personalidade, o qual é inerente aos seres humanos desde o seu nascimento, sendo que, em caso de sua violação caracteriza um dano extrapatrimonial. Assim, são considerados Direitos de Personalidade: o direito à vida, à liberdade, à saúde, à honra, ao nome, à imagem, à intimidade, à privacidade, enfim, à dignidade da pessoa humana, os danos morais puros.⁵¹

Ademais, Cavalieri Filho explica que o direito imaterial pode ser dividido em dois tipos: em sentido estrito e amplo. O dano extrapatrimonial em sentido estrito é o que viola a dignidade da pessoa humana, e por essa razão a Carta Magna de 1988 inseriu no art. 5º, V e X⁵² para a reparação desse dano. Já em sentido amplo é a violação ao direito ou atributo da personalidade do indivíduo, que são os caracteres de cada ser humano, independentemente de raça, cor, fortuna, cultura, credo, sexo, idade e nacionalidade.⁵³

Consoante o exposto, nota-se que o dano imaterial supriu a restrição de apenas abarcar a dor, tristeza e sofrimento, e hoje em dia estende a sua tutela a todos os bens personalíssimos,

⁴⁷ RIZZARDO, Arnaldo. **Responsabilidade Civil**. 8. ed. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2019. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530986087/>. Acesso em: 30 maio 2022. p. 18

⁴⁸ LUTZKY, Daniela Courtes. **A reparação de danos imateriais como direito fundamental**. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2012. p. 5562.

⁴⁹ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 134.

⁵⁰ GONÇALVES, Carlos R. **Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Editora Saraiva, 2021. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555592931/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 310.

⁵¹ BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.

⁵² Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem; X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação; (BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Acesso em 23 maio 2022.)

⁵³ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 25 maio 2022. p. 128.

podendo ser definido como uma agressão a um bem ou atributo da sua personalidade, como o direito de imagem, que será estudado mais adiante.

Logo, ainda que não se confunda com um bem material, e que, anteriormente, a doutrina fosse negacionista com a compensação extrapatrimonial, por seguir uma linha de que a dor não tem preço⁵⁴, hoje considera-se como um dano importante para sociedade atual, tendo em vista a exposição tecnológica que o mundo está inserido e os diferentes tipos de danos que a compõe. No próximo tópico será dissertado sobre a sociedade em que se vive atualmente e os efeitos do hiperconsumo sobre ela.

4 A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA DE HIPERCONSUMO

Como ponto de partida para o assunto desse item, estabelece-se primeiro o que significa o hiperconsumo, as autoras Leyde e Villas Bôas trazem um ensinamento importante para compreender o hiperconsumo, diferenciando de consumo. O consumo é “[...] a atividade de adquirir produtos essenciais à satisfação das necessidades pessoais do homem – valor relevante a ser considerado na sobrevivência do mundo contemporâneo.”⁵⁵

Já o hiperconsumo:

[...] implica o excesso, o consumo que extrapola o razoável, indo muito além da satisfação pessoal, abraçando situações que levam o homem à aquisição do supérfluo, do desnecessário, influenciado pela propaganda, pelo marketing, na maioria das vezes, e na busca de garantir “um ter” e “um estar” na sociedade.⁵⁶

Desde a revolução industrial, ocorrida em meados do século XIX, novas tecnologias surgiram e, como consequência, o capitalismo ganhou novos olhares, ampliando a sociedade consumerista⁵⁷. O ato de consumir não se estende apenas à elite, pois, nos dias de hoje, todas as classes gozam desse novo modo de vida⁵⁸. Além disso, é notória a dependência da sociedade por aquilo que é novo, porque, segundo ensinamentos de Gilles Lipovesky, observa-se que hoje em dia os indivíduos são movidos pelo desejo e pelos prazeres materiais, independentemente do necessitar.⁵⁹

Ademais, sustenta-se que a produção em massa foi ultrapassada pelo consumo emocional, ou seja, a conquista dos consumidores dá-se por meio da novidade e não da essência do produto, e todo esse processo com o objetivo de chegar à felicidade, conforme

⁵⁴ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p.130

⁵⁵ VILLAS BÔAS, Regina Vera; SANTOS, Leyde Aparecida Rodrigues dos. **A felicidade em consumir, o hiperconsumo e os direitos humanos e fundamentais**. São Paulo: [s. l.], 2014. Disponível em: <http://www.lo.unisal.br/direito/semidi2014/publicacoes/livro5/Regina%20Vera%20Villas%20B%C3%B4as%20e%20Leyde%20Aparecida%20Rodrigues%20dos%20Santos.pdf>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 5.

⁵⁶ VILLAS BÔAS, Regina Vera; SANTOS, Leyde Aparecida Rodrigues dos. **A felicidade em consumir, o hiperconsumo e os direitos humanos e fundamentais**. São Paulo: [s. l.], 2014. Disponível em: <http://www.lo.unisal.br/direito/semidi2014/publicacoes/livro5/Regina%20Vera%20Villas%20B%C3%B4as%20e%20Leyde%20Aparecida%20Rodrigues%20dos%20Santos.pdf>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 5.

⁵⁷ CECCATO, Patricia; SALOMÃO, Luiz; GOMES, Ribas. A sociedade de hiperconsumo e as marcas de moda. **ModaPalavra E-periódico**, [s. l.], ano 6, n. 9, p. 116-132, jan./jul. 2012. Disponível em: [file:///C:/Users/Marta/Downloads/7803-Texto%20do%20artigo-23652-2-10-20170809%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Marta/Downloads/7803-Texto%20do%20artigo-23652-2-10-20170809%20(2).pdf). Acesso em: 25 maio 2022. p. 2.

⁵⁸ LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 29.

⁵⁹ LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 30-31.

expõe: “[...] a prometer uma aventura sensitiva e emocional ao hiper consumidor que busca sensações variadas e melhor-estar ao nível dos sentidos.”⁶⁰

Sob essa óptica, Fábio Schwartz expõe que a publicidade também está inserida no novo consumo emocional, posto que não se preocupa mais com a qualidade do produto. Então, essa encaixa-se em uma busca incessante, seguindo esse ponto de vista propõe-se que:

A velocidade com que está roda gira é cada vez maior. A novidade perde fôlego rápido. É preciso inovar, evoluir, melhorar, aperfeiçoar, enfim, o novo envelhece depressa. Nesta nova realidade, os objetos, antes sedentamente desejados, possuem obsolescência quase instantânea.⁶¹

Nesse contexto, avista-se que além da sociedade atual ser hiper consumerista, ela está em constante busca pela aprovação, e os meios de consumo se encaixaram perfeitamente nesse cenário pelos seus discursos publicitários, que trouxeram atenção e valor ao status de cada indivíduo, os quais consomem para serem aprovados.⁶²

Entretanto, apesar da tecnologia e consumo moverem a sociedade atual, como empregos, ensino, qualidade de vida, entre outros prazeres. O hiperconsumo trouxe uma valorização fútil e individualista ao mundo, porquanto tudo se transforma em questão de segundos e o que era novo, já não é mais. A era do consumo individualista faz com que sociedade viva em uma competição para chegar à autorrealização, esquecendo-se como outros valores e alguns prejuízos podem passar a surgir para as próximas gerações, desse modo, sustenta-se: “[...] na sociedade de hiperconsumo, as pessoas tendem a situar seus interesses e os seus prazeres, em primeiro lugar, na vida familiar e sentimental, no repouso, nas férias e viagens, atividades de lazer e outras atividades associativas.”⁶³

Nesse sentido, Ulrich Beck, um filósofo alemão, escreveu a obra “Sociedade de risco: Rumo a uma Outra Modernidade”.⁶⁴ Nesse livro o autor propõe uma ideia de que se vive em um mundo pós-moderno dividido e lapidado de riscos, que são ignorados pela população que busca sempre pelo novo e lustroso, e que desconsidera o futuro das novas gerações.⁶⁵ Essa irresponsabilidade é a necessidade pelas ações imediatas, sob essa óptica leciona-se que:

Na busca por autorrealização as pessoas seguem os catálogos de turismo até os cantos mais remotos da Terra. Desfazem os melhores casamentos. Fazem-se reciclar. Jejuam. Correm. Passam de um grupo de terapia a outro. Possuídos pelo desejo de autorrealização, arrancam-se a si mesmo da terra para comprovar se suas raízes são realmente sadias.⁶⁶

⁶⁰ LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 39

⁶¹ SCHWARTZ, Fábio. **Hiperconsumo e inovação**: desafios para a qualidade na produção. Rio de Janeiro: [s. n.], 2014. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=ef80af910fa07870>. Acesso em: 25 maio 2022. p. 5.

⁶² VILLAS BÓAS, Regina Vera; SANTOS, Leyde Aparecida Rodrigues dos. **A felicidade em consumir, o hiperconsumo e os direitos humanos e fundamentais**. São Paulo: [s. l.], 2014. Disponível em: <http://www.lo.unisal.br/direito/semidi2014/publicacoes/livro5/Regina%20Vera%20Villas%20B%C3%B4as%20e%20Leyde%20Aparecida%20Rodrigues%20dos%20Santos.pdf>. Acesso em: 24 maio 2022.

⁶³ LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 227.

⁶⁴ BECK, Ulrich. **Sociedade de risco**: rumo a uma outra modernidade. São Paulo: Editora 34, 2010.

⁶⁵ SILVA, Carlos Dondici da. A sociedade de risco de Ulrich Beck e sua aplicabilidade na era pós-moderna. **Jornal Eletrônico Faculdades Integradas Vianna Júnior**, [s. l.], v. 2, n. 2, jul./dez. 2020. Disponível em: [file:///C:/Users/Marta/Downloads/755-Texto%20do%20artigo-805-1501-10-20200810%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Marta/Downloads/755-Texto%20do%20artigo-805-1501-10-20200810%20(2).pdf). Acesso em: 25 maio 2022. p. 4-5.

⁶⁶ BECK, Ulrich. **Sociedade de risco**: rumo a uma outra modernidade. São Paulo: Editora 34, 2010. p. 145.

Logo, a existência de uma variedade de serviços disponíveis gera um desejo inalcançável pela autorrealização que está acima das consequências que o hiperconsumo pode causar. O individualismo do homem pós-moderno toma conta da sociedade, porque o pensamento se expande além de suas conquistas. A centralização e a ganância pela satisfação de sua vida material e sentimental se sobressai aos diversos problemas que afetam os demais indivíduos, gerando uma ambição repetitiva por querer estar sempre mais atualizado, ensejando no hiperconsumo.⁶⁷

Todavia, esse consumo desenfreado traz inúmeras consequências para as gerações posteriores, como a poluição, a desinformação e a desvalorização dos relacionamentos pessoais e profissionais, visto que hoje as redes sociais estreitam relações, que já são supérfluas, na sua grande maioria.

Dessa forma, abordar-se-á no próximo tópico as redes sociais e os impactos nas relações de consumo, bem como as mudanças que essa nova realidade trouxe para o mundo contemporâneo, tendo em vista que esses meios de comunicação estão no centro do hiperconsumo.

5 AS REDES SOCIAIS E OS IMPACTOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

As redes sociais se tornaram uma ferramenta essencial na participação do cenário consumerista, porquanto a divulgação de produtos se faz presente nos meios de comunicação. A propaganda feita em cada rede social é adaptada de acordo com as características dela, seja por um vídeo no Youtube, seja por um patrocínio no Instagram, existem novas maneiras de “vender o peixe” na internet.⁶⁸

Antes de adentrar mais sobre o consumo nas redes sociais é necessário salientar que as relações sociais se estreitaram com essa nova ferramenta do mundo moderno. A internet deve ser usada com cautela, porque não há a possibilidade de confiar nos perfis elaborados com base em postagens e fotos. Apesar de a população mundial usar a internet como meio de comunicação e informação, acaba por inúmeras vezes a encontrar a desinformação e a falsidade sem identificador de postagem.⁶⁹

Afirma-se que existe uma disseminação crescente em relação as informações divulgadas na internet, isso aconteceu pelo surgimento das redes sociais que são mídias abertas e que permitem a livre circulação de postagens e produtos, o que facilita as relações de consumo informais e de risco, resultando no consumismo. À vista disso, contextualiza-se pelo entendimento de Dennis Soares e a Pastora Teixeira: “A interação social por meio da web abre as portas para um novo mundo de possibilidades, tanto boas quanto ruins. É possível

⁶⁷ SILVA, Carlos Dondici da. A sociedade de risco de Ulrich Beck e sua aplicabilidade na era pós-moderna. **Jornal Eletrônico Faculdades Integradas Vianna Júnior**, [s. l.], v. 2, n. 2, jul./dez. 2020. Disponível em: [file:///C:/Users/Marta/Downloads/755-Texto%20do%20artigo-805-1501-10-20200810%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Marta/Downloads/755-Texto%20do%20artigo-805-1501-10-20200810%20(2).pdf). Acesso em: 25 maio 2022. /

⁶⁸ MOREIRA, Diogo Rais Rodrigues; BARBOSAI, Nathalia Sartarello. O reflexo da sociedade do hiperconsumo no instagram e a responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Direitos Culturais**, Santo Ângelo, v. 13, n. 30, p. 73-88, maio/ago. 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/328376203_O_REFLEXO_DA_SOCIEDADE_DO_HIPERCONSUMO_NO_INSTAGRAM_E_A_RESPONSABILIDADE_CIVIL_DOS_INFLUENCIADORES_DIGITAIS. Acesso em: 25 maio 2022. p. 4

⁶⁹ CARVALHO, Mariana Freitas Caniello de; MATEUS, Crislielle Andrade. Fake news e desinformação no meio digital: análise da produção científica sobre o tema na Área de ciência da informação. ENCONTRO REGIONAL DOS ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, GESTÃO E CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO DAS REGIÕES SUDESTE, CENTRO-OESTE E SUL, 5., 2018, Belo Horizonte. **Anais** [...]. Belo Horizonte: UFMG, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/download/16901/13660/48002>. Acesso em: 16 jun. 2022. p. 3-4.

observar como as redes sociais alcançaram o consumidor, influenciando-o ao consumismo [...]”.⁷⁰

Por outro ângulo, o lado positivo dessas plataformas é que o desenvolvimento da internet simplificou o ato de consumir, hoje, a forma mais rápida e de fácil acesso aos produtos é por meio das redes sociais, as quais tiveram grande influência mercadológica no hiperconsumo. As propagandas feitas por influenciadores digitais no Instagram, os anúncios do Youtube e o *marketplace* do Facebook⁷¹ são exemplos de atrativos desses aplicativos para chamar a atenção dos usuários e incentivá-los a buscar por esse método, pois são opções mais viáveis de produtos e informações.⁷²

O Instagram, por exemplo, é um aplicativo de imagens criado em 2010, composto por diversas ferramentas e que proporciona aos seus usuários o contato com outros perfis, bem como a postagem de tudo o que desejarem mostrar, independentemente da realidade vivida. Diogo Moreira e Nathalia Barbosa enfatizam a importância de pontuar esse meio de consumo na internet:

[...] uma rede social baseada em imagens, uma língua universal capaz de transmitir emoções e seduzir, divertir e proporcionar lazer imediato. Além disso, a técnica de evasão é fundamental para sustentar e manter o consumo através do Instagram, ou seja, esse formato de rede social que privilegia elementos belos, o bem-estar, qualidade de vida, momentos de descontração e alegria, atrai e engaja os usuários dentro desse universo, fazendo-os esquecer, ainda que por alguns instantes, os desprazeres da vida cotidiana, ou até mesmo as tragédias que assolam o planeta: “consumimos em espetáculo aquilo que a vida real nos recusa.”⁷³

Assim, nota-se que a internet abre portas tanto para boas possibilidades quanto para possibilidades ruins, sendo necessário filtrar cada oportunidade. No próximo tópico será estudado sobre os influenciadores digitais e o uso de sua imagem como ferramenta de trabalho.

5.1 CONSIDERAÇÕES SOBRE OS INFLUENCIADORES DIGITAIS E O USO DE SUA IMAGEM COMO INSTRUMENTO DE TRABALHO

A comunicação social no âmbito virtual trouxe uma exposição de imagens e vídeos feita por usuários das redes sociais, principalmente no Facebook, no TikTok, no Instagram e

⁷⁰ SOARES, Dennis Verbicaro. Consumidor e redes sociais: a nova dimensão do consumismo no espaço virtual. **Revista Pensamento Jurídico**, São Paulo, v. 14, n. 1, jan./jul. 2020. Disponível em: http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produto_s/bibli_informativo/bibli_inf_2006/RPensam-Jur_v.14_n.1.10.pdf. Acesso em: 16 jun. 2022.

⁷¹ O recurso permite anunciar, comprar e vender produtos dentro da rede social (FERNANDES, Rodrigo. Facebook Marketplace: função para compra e venda de produtos chega ao Brasil. **TechTudo**, [s. l.], 22 jan. 2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/01/facebook-marketplace-funcao-para-compra-e-venda-de-produtos-chega-ao-brasil.ghtml>. Acesso em: 25 maio 2022.).

⁷² MOREIRA, Diogo Rais Rodrigues; BARBOSAI, Nathalia Sartarello. O reflexo da sociedade do hiperconsumo no instagram e a responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Direitos Culturais**, Santo Ângelo, v. 13, n. 30, p. 73-88, maio/ago. 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/328376203_O_REFLEXO_DA_SOCIEDADE_DO_HIPERCONSUMO_NO_INSTAGRAM_E_A_RESPONSABILIDADE_CIVIL_DOS_INFLUENCIADORES_DIGITAIS. Acesso em: 25 maio 2022. p.4

⁷³ MOREIRA, Diogo Rais Rodrigues; BARBOSAI, Nathalia Sartarello. O reflexo da sociedade do hiperconsumo no instagram e a responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Direitos Culturais**, Santo Ângelo, v. 13, n. 30, p. 73-88, maio/ago. 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/328376203_O_REFLEXO_DA_SOCIEDADE_DO_HIPERCONSUMO_NO_INSTAGRAM_E_A_RESPONSABILIDADE_CIVIL_DOS_INFLUENCIADORES_DIGITAIS. Acesso em: 25 maio 2022. p. 5.

no Youtube, os quais se expressam dessa forma com a finalidade de demonstrar suas emoções, conquistas, memórias e desejos para seus seguidores.⁷⁴

Nessa perspectiva, tornou-se natural a divulgação de relatos do cotidiano de pessoas que mostram um recorte daquilo que possuem e vivem por meio de suas imagens. Essa criação dinâmica acaba por prender a atenção de telespectadores resultando na inspiração, nas mudanças de opiniões e à ânsia de terem as mesmas conquistas que esses fornecedores de conteúdo, porque acreditam ser uma vida perfeita.⁷⁵

Entretanto, sem adentrar no assunto do que cada influenciador cria em suas redes sociais, observa-se que a realidade mostrada se difere de toda a vivida e por isso a ambição de seus seguidores por ter aquele estilo de vida desperta, pois dá a falsa impressão de ser uma vida sem defeitos e, nos dias de hoje aparenta ser mais difícil de ser seguida.⁷⁶

Para Alberto Valle, diretor e instrutor da Academia do Marketing, o conceito de um verdadeiro influenciador digital diz respeito: “[...] aquela pessoa ou marca, que através de seu conteúdo consegue influenciar de alguma forma a maneira que seus seguidores nos meios digitais encaram e consideram determinadas questões ou conceitos.”⁷⁷

Segundo Cássio Politi, o que caracteriza o grau de influência que um indivíduo exerce sobre o seu público é um bom desempenho em três pontos: o alcance, a relevância e a ressonância. Nesse trabalho, considera-se o influenciador digital como uma pessoa que possui notoriedade, independentemente do seu número de seguidores, logo, por esse lado, o autor acrescenta: “[...] não precisa ser popular nem ter milhões de seguidores. Precisa apenas ser relevante dentro do grupo que se propõe a influenciar”.⁷⁸

Considerando os conceitos elencados, nota-se que os influenciadores digitais utilizam do seu poder de persuasão junto ao público que os seguem para influenciá-los no espaço de consumo, já que o engajamento em suas publicações cresce rapidamente quando apresentam um produto ou marca nova.⁷⁹

À vista disso, as marcas e empresas observando o reconhecimento e influência dessas pessoas, criaram uma profissão para os criadores de conteúdo, por meio da divulgação de seus produtos e serviços, como uma espécie de propaganda.

Outrossim, o ex-ministro Castro Filho, do Superior Tribunal de Justiça, refere que há sentido nessa conexão, posto que o produto normalmente está associado a imagem da propaganda:

⁷⁴ GRIEGER, Jenifer Daiane; BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo Eduardo. Um estudo sobre influenciadores digitais: comportamento digital e identidade em torno de marcas de moda e beleza em redes sociais online.

AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento, [s. l.], v. 8, n. 1, p. 39-42, jun. 2019. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/67259>. Acesso em: 16 jun. 2022. p.01.

⁷⁵ VAZ, Lara Cristina Stoppa; FERNANDES, Natane Cristina Pereira Vassoler. **Redes sociais e a distorção da autoimagem**: um olhar atento sobre o impacto que os influenciadores digitais provocam na autoestima das mulheres. Barcelona: Centro Superior UNA de Catalão, 2019. p. 2.

⁷⁶ VAZ, Lara Cristina Stoppa; FERNANDES, Natane Cristina Pereira Vassoler. **Redes sociais e a distorção da autoimagem**: um olhar atento sobre o impacto que os influenciadores digitais provocam na autoestima das mulheres. Barcelona: Centro Superior UNA de Catalão, 2019. p. 8.

⁷⁷ VALLE, Alberto. O que são influenciadores digitais e como avaliar sua influência. **Academia do Marketing**, [s. l.], 4 jul. 2017. Disponível em: <https://www.academiadomarketing.com.br/o-que-sao-influenciadores-digitais/>. Acesso em: 4 jun. 2022.

⁷⁸ POLITI, Cassio. Influenciador digital: o que é e como classificá-lo?. **Influency.me**, [s. l.], 20 out. 2017. Disponível em: <https://www.influency.me/blog/influenciador-digital/#:~:text=Relev%C3%A2ncia%20C3%A9%20a%20import%C3%A2ncia%20que,que%20se%20prop%C3%B5e%20a%20influenciar>. Acesso em: 4 jun. 2022.

⁷⁹ SAMPAIO, Marília de Ávila e Silva; MIRANDA, Thainá Bezerra. Nem tudo que reluz é ouro: a Responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Migalhas**, [s. l.], 9 jun. 2022. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/coluna/migalhas-de-responsabilidade-civil/367690/nem-tudo-que-reluz-e-ouro-responsabilidade-civil-dos-influenciadores>. Acesso em: 16 jun. 2022.

A propaganda, não raro, vincula um produto à imagem de uma pessoa. O que se busca é fazer crer que a coisa anunciada tenha as vantagens apregoadas pela pessoa que as afirma. E o efeito positivo do anúncio em muito dependerá do prestígio público de quem faz a propaganda.⁸⁰

Desse modo, pode-se dizer que o influenciador digital está enquadrado no conceito de fornecedor⁸¹ por equiparação, tendo em vista a facilitação da comercialização e divulgação de produtos e serviços de consumo pela sua criação de conteúdo. Marília Sampaio aduz que:

O fornecedor por equiparação seria um terceiro, que serve como ajudante na aproximação entre as marcas e os consumidores para que a relação principal entre consumidor e fornecedor se realize, atuando perante aquele - no caso dos influencers, atuando perante os seguidores - como se fornecedor fosse. O intermediário seria o responsável pela relação conexa à principal, por possuir uma espécie de poder de influência na relação com o consumidor, como é o caso dos influenciadores digitais.⁸²

Compreende-se assim, a criação de uma obrigação e responsabilidade do influenciador com aquilo que publica por meio de sua imagem, uma vez que é responsável por estabelecer a confiança entre o público e a empresa. Então, a imagem tornou-se a ferramenta principal para essa pessoa célebre, porque é com ela que eles se comunicam e influenciam o seu público.

Outrossim, não obstante seja uma nova profissão, o ordenamento jurídico prevê que os influenciadores digitais também possuem seus direitos e deveres. No presente trabalho será estudado o caso em que esses forem lesados, e, dessa maneira, examina-se a prudência da celebração de um contrato quando realizarem qualquer publicidade em seus nomes, com todos os seus direitos, obrigações e particularidades.⁸³

Contudo, cabe afirmar que na verdade é essencial a proteção dos três polos, a marca, o influenciador e os seguidores, Nelson Rosenvald preceitua:

(...) Um ônus de informar qualificado a quem contrata a celebridade; um "dever de se informar" por parte de quem empresta a sua fama a uma publicidade respeitante às qualidades e riscos daquilo que comercializará e, uma percepção mínima por parte do público do que objetivamente consiste em uma "expectativa" e o que de fato aquele produto possa lhe proporcionar e, além disso, se efetivamente vale a pena se vincular com aquele fornecedor.⁸⁴

⁸⁰ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (terceira Turma). **REsp 578.777/RJ (2003/0162647-7)**. Rel. Min. Castro Filho, Rio de Janeiro, 24 de agosto de 2004.

⁸¹ O Código de Defesa do Consumidor prevê em seu artigo 3º a definição de fornecedor: “Art. 3º 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. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Planalto, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 16 jun. 2022.).

⁸² SAMPAIO, Marília de Ávila e Silva; MIRANDA, Thainá Bezerra. Nem tudo que reluz é ouro: a Responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Migalhas**, [s. l.], 9 jun. 2022. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/coluna/migalhas-de-responsabilidade-civil/367690/nem-tudo-que-reluz-e-ouro-responsabilidade-civil-dos-influenciadores>. Acesso em: 16 jun. 2022.

⁸³ TEIXEIRA, David. Influenciador digital, você conhece seus direitos?. **Márcio Beckmann Advogados Associados**, São Luiz, 14 set. 2021. Disponível em: <https://mbdigital.adv.br/influenciador-digital-voce-conhece-seus-direitos/#:~:text=A%20presen%C3%A7a%20de%20um%20contrato,inherentes%20ao%20neg%C3%B3cio%20jur%C3%ADdico%20em>. Acesso em: 25 maio 2022.

⁸⁴ ROSENVALD, Nelson. **O direito civil em movimento: desafios contemporâneos**. 2. ed. Salvador: JusPodivm, 2018. p. 212.

Logo, assim como o influenciador digital têm direitos e deveres a serem cumpridos, as marcas e os consumidores também possuem. Por isso, é imprescindível que o influenciador digital faça um bom uso de sua imagem quando publica algo, já que ela pode trazer ganhos e, de igual maneira, poderá trazer prejuízos se causar algum dano aos que contam com ele.

Considerando que o papel dessas pessoas é influenciar outras e para realizar isso é necessário o uso de imagem, no próximo tópico será abordado sobre a imagem e sua proteção jurídica.

5.2 A IMAGEM E SUA PROTEÇÃO JURÍDICA.

A palavra imagem⁸⁵ vem do *latim* e pode ser conceituada como um registro estático de um objeto, uma pessoa ou um lugar.⁸⁶ Todavia, no âmbito jurídico, a definição de imagem está associada à personalidade da pessoa física, a qual é formada por diversas características que distinguem e expõem os seres humanos.⁸⁷

Cavaliere Filho sintetiza que a imagem é:

[...] o conjunto de traços e caracteres que distinguem e individualizam uma pessoa no meio social. É bem personalíssimo, emanação de uma pessoa, através da qual projeta-se, identifica-se e individualiza-se no meio social. É o sinal sensível da sua personalidade, destacável do corpo e suscetível de representação através de múltiplos processos, tais como pinturas, esculturas, desenhos, cartazes, fotografias, filmes.⁸⁸

Sob essa ótica, o art. 20 do Código Civil⁸⁹ e o art. 5º, X da Constituição Federal⁹⁰ concedem ao sujeito o direito de resguardar a proteção de sua imagem, a qual só poderá ser

⁸⁵ A imagem também pode ser dividida em duas espécies: a imagem-atributo e a imagem-retrato.

BENTIVEGNA, Carlos Frederico B. **Liberdade de expressão, honra, imagem e privacidade: os limites entre o lícito e o ilícito**. São Paulo: Editora Manole, 2019. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520463321/>. Acesso em: 12 jul. 2022. p. 127

⁸⁶ EQUIPE EDITORIAL DE CONCEITO.DE. Conceito de imagem. **Conceito.de.**, [s. l.], 14 nov. 2011.

Disponível em: <https://conceito.de/imagem>. Acesso em: 25 maio 2022.

⁸⁷ ANDRADE, Rodrigo Fonseca Alves de. O direito à imagem e seus contornos na jurisprudência. **Migalhas**, [s. l.], 13 jul. 2020. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/330606/o-direito-a-imagem-e-seus-contornos-na-jurisprudencia>. Acesso em: 25 maio 2022.

⁸⁸ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 158.

⁸⁹ Art. 20. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais. (Vide ADIN 4815). (BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.).

⁹⁰ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação; (BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.).

exposta, em regra, mediante sua autorização, posto que o direito de imagem está previsto como um dos direitos fundamentais inerentes aos indivíduos, um direito inviolável.⁹¹

Com o passar dos anos, a imagem tornou-se um fenômeno no mundo contemporâneo, pois a tecnologia viabilizou a captação, a exposição e difusão dela. Atualmente, a imagem do ser humano reflete não só na sua personalidade, mas em muitos trabalhos e profissões que exigem o uso dela para ganhar dinheiro.

Outrossim, Cavalieri Filho contextualiza sobre as indenizações decorrentes do uso indevido da imagem. Em suma, diz que se a fotografia demonstra o intuito de explorar a imagem de alguém, caberá indenização por dano moral independentemente de prova de qualquer prejuízo. Refere que o uso indevido de imagem alheia enseja dano patrimonial, conquanto, em se tratando de pessoas famosas ou de cargos públicos, o entendimento é no sentido de que não podem reclamar um direito de imagem igual ao conferido aos particulares, porque há uma presunção de consentimento do uso da imagem dessas pessoas, desde que não violada a vida privada.⁹²

Não obstante, o art. 5º, V da Constituição Federal garante que: “é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem”⁹³ e, nessa senda, a jurisprudência confirma que cabe indenização por dano material e moral pelo uso indevido de imagem:

[...]4. A violação do direito de imagem não se confunde com uso de imagem em favor de interesse público, não havendo justificativa para flexibilização da proteção desse direito, sendo irrelevante o uso da imagem não ser depreciativo (Sumula nº 403 do STJ). 5. Apesar de não ser atleta com fama de celebridade, a imagem do autor agrega valor aos games, visto que um dos grandes atrativos é a simulação da realidade do esporte. Como a imagem foi usada sem licença, o ilícito está caracterizado e os danos dele decorrentes são indenizáveis. [...].⁹⁴

Ou seja, é relevante mencionar que o uso da imagem tanto física, quanto virtual seja autorizado por quem a detém, sem distinção referente a notoriedade. Dessa forma, nota-se que os direitos vão se adequando a realidade da sociedade independentemente de alguns fundamentos na doutrina. Então, no próximo item será tratado sobre a responsabilidade civil pelo uso indevido da imagem de influenciador digital.

⁹¹ ANDRADE, Rodrigo Fonseca Alves de. O direito à imagem e seus contornos na jurisprudência. **Migalhas**, [s. l.], 13 jul. 2020. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/330606/o-direito-a-imagem-e-seus-contornos-na-jurisprudencia>. Acesso em: 25 maio 2022.

⁹² CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022. p. 160.

⁹³ BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

⁹⁴ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça (Trigésima sexta Vara Cível). **Apelação Cível nº 1038815-16.2018.8.26.0100**. Rel. Ademir Modesto de Souza, São Paulo, 23 de setembro de 2021. Disponível em: http://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?conversationId=&cdAcordao=15040436&cdForo=0&uuidCaptcha=ajcaptcha_37d291cb2ed142369bbf9cd401e550d6&g-recaptcha-response=03AGdBq24Hd6_62jBSGpCWbdNykU4u5vh66pmXn2TaXtHqqCvC_IP2tSDDOFiRjJIBMqXwwC_LjNI3Jmr2IhpB6oZ9OD5zKiV1YrbEPniEGl1y8kndzjSo8BjmV6nfTqeS6wS8kNIhSQeJtzik7LcuKdkrjS8Z8nskSR4ZCBojG241FWOQmQYZbGGtXd73Vw6YRuLJvuVUnPds-kXMNpeqg0HdisbXfc9qyVncGCAwLEB8_EtQZi30vSKVrAVuvQfiUfq7_QQMPHcQ3ihMSqkQ1LwRGBC4puSeYaVdYCoO5tgn0133tMZDeDDzP9Z7Cej6vqA21jsPs9aG2sEIWfd5-BpbsBkBQRM9esl_gLUNV4Oe0gKzRUQa-fCdeGY2Zc1bnmSmCh9HR-kcm8BP4ITe7_ujLRl8bq8MCvXyZNDYIxNXzflvYbnBgjX4WGjSQfbL9FzYS_Lis1dsoQ2olgGgZdbWLCOGIrFhjDg. Acesso em: 16 jun. 2022.

6 A RESPONSABILIDADE CIVIL PELO USO INDEVIDO DA IMAGEM DE INFLUENCIADOR DIGITAL

Com o crescimento notório da internet, os usuários das plataformas desenvolveram um novo método de trabalho por meio da exposição de suas rotinas em redes sociais, os chamados influenciadores digitais. Essa nova ferramenta de propaganda despertou o interesse de marcas e serviços com o intuito de promover seus produtos, contratando o serviço desses fornecedores por equiparação, a chamada “parceria”, que nada mais é do que a divulgação de seus produtos inserida na rotina desses influenciadores em troca de permuta ou até o pagamento em dinheiro.⁹⁵

A principal atividade laboral desses indivíduos é influenciar aqueles que os seguem, seja por vídeos, publicações e textos, logo, a utilização de suas imagens são essenciais para a realização desse novo meio de propaganda. Todavia, com esse crescimento exponencial começaram a surgir controvérsias jurídicas acerca da utilização da imagem dos influenciadores digitais.

Salienta-se, dentre elas, o uso indevido da imagem do influenciador digital como meio de aproveitamento comercial sem autorização ou crédito de imagens e vídeos publicados por essas pessoas. Nesse cenário, os maiores prejudicados tornaram-se os próprios criadores digitais, pois possuem como fonte de renda a exposição de seu conteúdo⁹⁶.

Ademais, em regra, o direito à imagem é Direito de Personalidade, como dito, na Constituição Federal e no Código Civil. Esse Direito é definido como inviolável. Outrossim, tal faculdade, também possui um valor de mercado e, nesse sentido, entende-se não ser possível o uso do conteúdo sem autorização, ou ainda, excluindo a identificação do criador⁹⁷.

O Superior Tribunal de Justiça firmou entendimento no sentido de que o uso indevido de imagem de terceiro comercialmente é passível de indenização, além de seu prejuízo ser presumido, chamado de *dano in re ipsa*⁹⁸. Logo, a pessoa lesada não necessita comprovar o dano sofrido a título de dano material e imaterial. O enunciado da Súmula nº 403 do Tribunal

⁹⁵ PELLIZZARO, Vinícius Uberti. A utilização da publicação de um influenciador digital sem autorização ou crédito gera danos morais? **JusBrasil**, [s. l.], 2020. Disponível em: <https://pellizzarovinicius.jusbrasil.com.br/artigos/829903326/a-utilizacao-da-publicacao-de-um-influenciador-digital-sem-autorizacao-ou-credito-gera-danos-morais#:~:text=Logo%2C%20a%20pessoa%20cuja%20imagem,autorizada%20de%20imagem%20de%20pessoa.%E2%80%9D>. Acesso em: 4 jun. 2022.

⁹⁶ PELLIZZARO, Vinícius Uberti. A utilização da publicação de um influenciador digital sem autorização ou crédito gera danos morais? **JusBrasil**, [s. l.], 2020. Disponível em: <https://pellizzarovinicius.jusbrasil.com.br/artigos/829903326/a-utilizacao-da-publicacao-de-um-influenciador-digital-sem-autorizacao-ou-credito-gera-danos-morais#:~:text=Logo%2C%20a%20pessoa%20cuja%20imagem,autorizada%20de%20imagem%20de%20pessoa.%E2%80%9D>. Acesso em: 4 jun. 2022.

⁹⁷ PELLIZZARO, Vinícius Uberti. A utilização da publicação de um influenciador digital sem autorização ou crédito gera danos morais? **JusBrasil**, [s. l.], 2020. Disponível em: <https://pellizzarovinicius.jusbrasil.com.br/artigos/829903326/a-utilizacao-da-publicacao-de-um-influenciador-digital-sem-autorizacao-ou-credito-gera-danos-morais#:~:text=Logo%2C%20a%20pessoa%20cuja%20imagem,autorizada%20de%20imagem%20de%20pessoa.%E2%80%9D>. Acesso em: 4 jun. 2022.

⁹⁸ (...) dano vinculado à própria existência do fato ilícito, cujos resultados são presumidos. (STJ DEFINE em quais situações o dano moral pode ser presumido. **JusBrasil**, [s. l.], 202. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/noticias/3167669/stj-define-em-quais-situacoes-o-dano-moral-pode-ser-presumido>. Acesso em: 5 jun. 2022.).

Superior dispõe que “Independente de prova do prejuízo a indenização pela publicação não autorizada de imagem de pessoa com fins econômicos ou comerciais⁹⁹”.

Nesse contexto, também está previsto o Enunciado 587 do Conselho da Justiça Federal que sustenta:

O dano à imagem restará configurado quando presente a utilização indevida desse bem jurídico, independentemente da concomitante lesão a outro direito da personalidade, sendo dispensável a prova do prejuízo do lesado ou do lucro do ofensor para a caracterização do referido dano, por se tratar de modalidade de *dano in re ipsa*.¹⁰⁰

Além disso, o art. 20 do Código Civil consolida que:

Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se destinarem a fins comerciais.¹⁰¹

O dispositivo em comento é explícito em garantir ao influenciador digital o requerimento de exclusão imediata do conteúdo publicado sem autorização, para fins lucrativos. Contudo, ainda que o normativo trate apenas de indenização de propagandas indevidas visando ganhos econômicos, nada impede que haja prejuízo pelo uso indevido de imagem de influenciador digital no que toca ao dano extrapatrimonial.

Como exemplo concreto, pode-se citar a influenciadora digital Jade Picon, a qual ao entrar no reality show Big Brother Brasil, restringiu as marcas parceiras por meio de um vídeo no aplicativo Instagram sobre o uso de sua imagem enquanto estava no programa, proibindo-as de usar, como meio de proteção, visto que essas poderiam tirar proveito da situação e utilizar a imagem de Jade sem seu consentimento, causando prejuízos tanto patrimoniais, quanto extrapatrimoniais à influenciadora.¹⁰²

Nessa linha, o influenciador digital quando publica seu conteúdo propõe-se a atingir determinado grupo de seguidores. Caso haja a propagação desenfreada e com o objetivo de trazer danos para esse indivíduo, cabe o seu direito de pedir a exclusão do conteúdo, bem como, tomar medidas para que o causador da lesão arque com as consequências de sua publicação.¹⁰³

⁹⁹ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Súmula nº 403**. Brasília, DF: STJ, 2009. Disponível em: https://www.stj.jus.br/docs_internet/revista/electronica/stj-revista-sumulas-2014_38_capSumula403.pdf. Acesso em: 4 jun. 2022.

¹⁰⁰ BRASIL. Conselho da Justiça Federal. **Enunciado nº 587**. Brasília, DF: CJF, 2015. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/841>. Acesso em: 23 maio 2022.

¹⁰¹ BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.

¹⁰² RAYMUNDO, Verena. Influencer Jade Picon alerta-marcas sobre o uso da sua imagem. **Tupaense Notícias**, [s. l.], 20 jan 2022. Disponível em: <https://www.tupaense.com.br/2022/01/20/influencer-jade-picon-alerta-marcas-sobre-o-uso-da-sua-imagem/>. Acesso em: 25 maio 2022.

¹⁰³ PELLIZZARO, Vinícius Uberti. A utilização da publicação de um influenciador digital sem autorização ou crédito gera danos morais? **JusBrasil**, [s. l.], 2020. Disponível em: <https://pellizzarovinicius.jusbrasil.com.br/artigos/829903326/a-utilizacao-da-publicacao-de-um-influenciador-digital-sem-autorizacao-ou-credito-gera-danos-morais#:~:text=Logo%2C%20a%20pessoa%20cuja%20imagem,autorizada%20de%20imagem%20de%20pessoa.%E2%80%9D>. Acesso em: 4 jun. 2022.

Dessa forma, observa-se a caracterização da responsabilidade civil no âmbito material e imaterial, uma vez que havendo prejuízo ao influenciador digital pelo uso indevido de seu direito de imagem com o intuito de benefício econômico, este restará indenizado. E em caso de o dano não tocar a sua renda, deverá ser indenizado de igual forma, porquanto seu prejuízo é presumido.

Assim, no próximo tópico será analisada a apelação cível nº 70083241612 - RS da 9ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, a qual trata-se de modelo e influenciadora digital que teve o uso de sua imagem violado.

7 ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DA APELAÇÃO CÍVEL Nº 70083241612 - RS

Trata-se de estudo de caso sobre a responsabilidade civil pelo uso indevido de imagem, em especial no que toca ao direito de modelo que também se denomina influenciadora digital. À vista disso, considerando a posição teórica apresentada pela doutrina, é imprescindível notar se essa posição é aplicada ao caso prático no ordenamento jurídico brasileiro.

Nesse contexto, procura-se realizar no presente trabalho uma análise acerca da Apelação Cível nº 70083241612 - RS, julgado relevante para entender sobre a aplicação da responsabilidade civil por uso indevido de imagem do influenciador digital. Colaciona-se a ementa do julgamento em comento:

APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS C/C OBRIGAÇÃO DE FAZER E DE NÃO FAZER. USO INDEVIDO DE IMAGEM. MODELO E EMPRESÁRIA. DIGITAL INFLUENCER. PROVA. DANOS VERIFICADOS. QUANTUM. A prova realizada nos autos permite concluir que a autora – modelo profissional e empresária – teve sua imagem utilizada de forma irregular pela ré (estabelecimento comercial de vestuário feminino), ainda que não intencionalmente, na medida em que veiculadas em redes sociais sem a devida autorização. Danos morais não caracterizados na espécie, pois o caso em tela não envolve o direito à imagem propriamente dito, já que se trata de modelo profissional, que vive da exposição remunerada de sua imagem. Trata-se de alguém que, licitamente, usa sua imagem como fonte de renda, não tendo interesse, portanto, em proibir a divulgação de sua imagem, como forma de proteção de um direito de personalidade constitucionalmente protegido. Contudo, a ausência de recurso da parte interessada, impede a modificação da sentença no ponto, razão pela qual vai mantida a indenização fixada a esse título. Danos materiais mantidos no valor fixado na sentença, R\$ 2.000,00, porquanto adequado para as circunstâncias e em conformidade com os parâmetros adotados por esta Câmara em casos análogos, envolvendo a mesma parte autora e os mesmos fatos/fundamentos. APELAÇÃO DESPROVIDA.¹⁰⁴

Em análise a jurisprudência, em breve síntese, trata-se de Apelação Cível interposta pela influenciadora digital requerendo a majoração da indenização a título de dano material e imaterial pelo uso indevido de sua imagem por estabelecimentos que são concorrentes da empresa da autora.

Todavia, pelo entendimento da 9ª Câmara Cível do TJRS não se trata de violação ao direito de imagem propriamente dito. Explica-se por dizer respeito a modelo profissional, a

¹⁰⁴ RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça (Nona Câmara Cível). **Apelação Cível, Nº 70083241612.**

Tribunal de Justiça do RS, Relator: Eugênio Facchini Neto, Porto Alegre, 18 de dezembro de 2019.

Disponível:

https://www.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php?nome_comarca=Tribunal%20de%20Justi%C3%A7a%20do%20RS&versao=&versao_fonetica=1&tipo=1&id_comarca=700&num_processo_mask=&num_processo=70083241612&codEmenta=7706337&temIntTeor=true. Acesso em: 5 jun. 2022.

qual vive da exposição remunerada de sua imagem, ou seja, usa sua imagem para fins econômicos, não tendo interesse, no entanto, em proibir a divulgação como forma de proteção de um direito de personalidade, excluindo, dessa forma, o direito imaterial.

No entanto, afirmou-se que a autora possui o direito à publicidade, dado que esse instrumento é sua principal ferramenta no espaço de trabalho, devendo ser consentida a sua exposição quando tratar do uso para fins econômicos e lucrativos, caracterizando danos materiais na forma de lucro cessantes. Ademais, como ilustrativo ao caso por se tratar de matéria idêntica, no que diz respeito ao valor da indenização, foi fundamentada a decisão na Apelação Cível nº 70082620410 do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul.¹⁰⁵

Assim, considerando os cálculos apresentados pela apelante, no sentido da majoração de sua indenização, bem como que a apelada não apresentou contrarrazões, a 9ª Câmara do TJRS votou por negar provimento ao recurso e manter a decisão nos termos da sentença de primeiro grau, mesmo com o entendimento contrário a indenização por danos imateriais.

No entanto, no que tange a jurisprudência majoritária, em especial, o Informativo 509 do Superior Tribunal de Justiça percebe que esse vai de encontro com o caso em análise, uma vez que se baseia na Súmula 403 do STJ, consoante dispõe exemplo:

DIREITO CIVIL. DIREITOS DA PERSONALIDADE. UTILIZAÇÃO DE IMAGEM DE PESSOA PÚBLICA SEM AUTORIZAÇÃO. FINALIDADE EXCLUSIVAMENTE ECONÔMICA. EXISTÊNCIA DE DANO MORAL. Ainda que se trate de pessoa pública, o uso não autorizado da sua imagem, com fins exclusivamente econômicos e publicitários, gera danos morais. [...] Assim, a obrigação de indenizar, tratando-se de direito à imagem, decorre do próprio uso indevido desse direito, não havendo, ademais, que se cogitar de prova da existência de prejuízo. Cuida-se, portanto, de dano in re ipsa, sendo irrelevante que se trate de pessoa notória.¹⁰⁶

Nessa senda, observa-se que não obstante diga respeito a pessoa pública, o uso não autorizado de sua imagem, com fins exclusivamente econômicos e publicitários, gera danos morais. Por exemplo, cita-se o julgado da 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça que votou o REsp 299.832 sobre o uso indevido de imagem de atleta em cartaz de propaganda, esse caso é um que reconhece a violação ao direito personalíssimo, e determinou à indenização ao lesado por dano material e imaterial.¹⁰⁷

Além disso, outro julgado que também chegou ao Superior Tribunal de Justiça pelo REsp nº 1.698.701 foi o caso de Giovanna Antonelli, atriz brasileira¹⁰⁸, que teve sua imagem

¹⁰⁵ APELAÇÕES CÍVEIS. RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. ALEGADO USO INDEVIDO DA IMAGEM. POSTAGEM PÚBLICA EM REDE SOCIAL COM REGISTRO DE MARCA DE ROUPAS. ASSENTIMENTO TÁCITO. AUSÊNCIA DE DANO MORAL. DANO MATERIAL VERIFICADO. (RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça (Nona Câmara Cível). **Processo, Nº 70082620410**. Rel. Des Carlos Eduardo Richinitti, Porto Alegre, 18 de dezembro de 2019. Disponível:

https://www.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php?nome_comarca=Tribunal%20de%20Justi%C3%A7a%20do%20RS&versao=&versao_fonetica=1&tipo=1&id_comarca=700&num_processo_mask=&num_processo=70082620410&codEmenta=7706337&temIntTeor=true. Acesso em: 5 jun. 2022.).

¹⁰⁶ SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **Informativo de Jurisprudência, n. 509**. Brasília, DF, 5 dez. 2012. Disponível em:

<https://scon.stj.jus.br/jurisprudencia/externo/informativo/?acao=pesquisar&livre=%22REsp%22+com+%22299832%22>. Acesso em: 16 jun. 2022. p. 10.

¹⁰⁷ SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **Informativo de Jurisprudência, n. 516**. Brasília, DF, 17 abr. 2013. Disponível em:

<https://www.stj.jus.br/publicacaoinstitucional/index.php/informjurisdata/article/view/4018/4241>. Acesso em: 16 jun. 2022.

¹⁰⁸ Infelizmente não é o primeiro caso de violação de imagem de atriz brasileira, Camila Pitanga também teve que ajuizar ação na justiça para reparar os danos materiais e imateriais. (CAMILA PITANGA vence processo

usada em campanha publicitária sem seu consentimento e restou reparado o direito dessa em receber uma indenização tanto por danos materiais, quanto imateriais, com alicerce na Súmula mencionada.¹⁰⁹

Desse modo, em que pese a decisão em comento não reconheça o direito de indenização por dano imaterial, a doutrina também contextualiza que há reparação por ambos os danos, em razão de que o influenciador digital é uma pessoa célebre. Destarte, Bruno Miragem leciona que:

As pessoas célebres que se qualificam como tais mediante a contribuição decisiva de comportamentos próprios, e que denotem concessão de maior espaço para a persecução e divulgação de qualidades ou atividades pessoais pelos meios de comunicação social – inclusive com o proveito de eventual exposição –, têm definida a proteção a sua intimidade e vida privada¹⁶⁶ em acordo com exercício de sua autonomia. Ou seja, a reserva de informações será estabelecida em razão do conteúdo de informações que elas próprias indicaram para o resguardo do acesso do público e aquelas que espontaneamente divulgarem para o conhecimento geral.¹¹⁰

Logo, levando em conta os casos explanados, ainda que não sejam iguais a apelação estudada, conclui-se que a matéria se assemelha e, então esses casos seguem um padrão de decisões que devem ser observados, uma vez que com todo acesso à tecnologia que se usufrui nos dias atuais tornou muito mais frequente a violação da imagem no espaço virtual, já que qualquer pessoa pode ter acesso e divulgar o que entender necessário nas suas redes sociais.¹¹¹

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A facilidade como as informações e publicações transitam nas redes sociais transformou a visão do ser humano na forma de se relacionar. Atualmente, vive-se em um mundo tecnológico que tem o poder de moldar e formar opiniões, sendo parte dos usuários dessas mídias sociais os responsáveis por essas transformações, chamados de influenciadores digitais.

Dentro desse cenário, a imagem tornou-se a principal ferramenta usada por esses indivíduos para atrair a atenção do público, criando nas redes sociais uma espécie de vitrine, visto que tudo que é mostrado acarreta o desejo pelos demais, sejam produtos, serviços, marcas ou trabalhos. A internet engrandeceu o hiperconsumo pela atração que os influenciadores causam em seus seguidores.

Diante da matéria abordada no presente trabalho, conclui-se que a responsabilidade civil é um instituto que traz uma significativa importância para o ordenamento jurídico brasileiro, em especial no que diz respeito ao tema abordado na pesquisa, a violação do direito

contra Playboy por uso de fotos sem autorização: atriz processou o Grupo Abril em 2012 por reproduzir na revista imagens de um filme em que ela aparece nua. **Caderno Dona ZH**, Porto Alegre, 6 nov. 2019. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/gente/noticia/2019/11/camila-pitanga-vence-processo-contr-playboy-por-uso-de-fotos-sem-autorizacao-ck2nldxmi0dcb01r2qpx1t0zu.html#:~:text=A%20atriz%20Camila%20Pitanga%20venceu,Beto%20Brant%20%20Renato%20Ciasca>. Acesso em: 16 jun. 2022.).

¹⁰⁹ SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **Informativo de Jurisprudência**, n. 634. Brasília, DF, 17 abr. 2013. Disponível em: <https://scon.stj.jus.br/jurisprudencia/externo/informativo/?acao=pesquisar&livre=%22REsp%22+com+%221698701%22>. Acesso em: 16 jun. 2022.

¹¹⁰ MIRAGEM, Bruno. **Direito civil**: responsabilidade civil. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. *E-book*.

¹¹¹ MACHADO, Aline Luiza. Direito à intimidade, vida privada, honra e a imagem na era digital. **Migalhas**, [s. l.], 23 abr. 2021. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/344283/direito-a-intimidade-vida-privada-honra-e-a-imagem-na-era-digital>. Acesso em: 16 jun. 2022.

à imagem de influenciador digital, em virtude de tratar-se de assunto novo e delicado, com possíveis prejuízos que podem interferir na atividade laboral desses indivíduos.

Nesse sentido, cabe esclarecer que a responsabilidade civil na pesquisa realizada entra como um instituto garantidor da violação do direito à imagem. Ademais, traz especialmente como ponto de partida para a compreensão sobre a sua aplicação, os pressupostos que a compõe, são eles: a ação ou omissão; onexo causal e o dano, responsáveis por caracterizar o ajuizamento de indenização.

Analisados os requisitos, observa-se, em breve síntese, que a responsabilidade civil é a restituição ou reparação de um dano causado por uma ação ou omissão antijurídica. Esse dano pode ser dividido em duas espécies, o dano patrimonial, que toca a pecúnia do lesado, ou extrapatrimonial, que diz respeito aqueles não suscetíveis à avaliação pecuniária.

Posteriormente, foram tecidos comentários acerca da sociedade contemporânea e a sua relação com hiperconsumo, constata-se a ideia de que o ser humano está em constante evolução no mundo tecnológico e a velocidade que esse novo método de vida se propaga é incomparável ao que era do conhecimento da sociedade anos atrás. Aliás, observa-se que por estar em constante transformação, o espaço virtual ocasiona uma sociedade de risco e hiperconsumo, porquanto, tudo que está ligado a ele leva ao consumo desenfreado e muitas vezes desnecessário.

Sequencialmente, analisou-se as relações de consumo nas redes sociais, que são meios de comunicação virtuais a qual grande parte da população está inserida. Essas mídias sociais são as principais responsáveis por criar uma relação de consumo com os seus usuários, uma vez que se trata de um canal aberto de livre circulação de informações, o qual divide-se em influenciadores e seguidores.

Para mais, pontuou-se que embora as redes sociais facilitem a conexão entre seus usuários, essas também trazem a possibilidade de desinformação e consumismo, já que a internet dá uma sensação de incerteza pelo estreitamento das relações firmadas nela. Logo, por muitas vezes essa falta de confiança pode trazer diversos prejuízos aos que usufruem da ferramenta.

Linearmente, passou-se a analisar a figura dos influenciadores digitais, conforme exposto, esses indivíduos se encaixam no conceito de fornecedor equiparado, visto que seu trabalho é a criação de conteúdo, que acarreta o favorecimento e divulgação para a compra de produtos e serviços pelas suas redes sociais. Leva-se em conta ainda que o influenciador digital não se refere essencialmente à quantidade de seguidores, mas sim ao engajamento que é alcançado daqueles usuários que os seguem.

Sucessivamente foi verificada a doutrina, a jurisprudência e a legislação brasileira no que toca o direito à imagem. Nesse item, concluiu-se que a imagem é uma faculdade inviolável e intransferível e está cada vez mais presente nos dias de hoje. O Código Civil, por sua vez, dispõe que a imagem só poderá ser utilizada em caso de autorizada por aquele que a detém, podendo em caso de violação o requerimento por indenização, tanto por danos materiais, como morais.

Outrossim, a súmula 403 do STJ também apresenta disposição nessa mesma linha, pois discorre que o direito à imagem possui conteúdo tanto moral, posto que se trata de direito personalíssimo, como patrimonial porque se embasa no princípio de que ninguém é lícito enriquecer-se à custa alheia. Dispõe que em se tratando de uso de imagem sem autorização, a reparação pelo dano causado decorre do próprio uso indevido, descabendo prova da existência de prejuízo ou danos.

Ulteriormente, foi reafirmado que o influenciador digital é uma figura notória no mundo atual e faz uso de suas redes sociais com o papel de influenciar seus seguidores transmitindo sua realidade, conquistas e frustrações, bem como suas publicidades pagas junto a marcas e empresas que os contratam. Constatou-se, de igual maneira, que o uso de sua

imagem é extremamente importante e não deve ser violado, já que é o instrumento que garante seu sustento e pode vir a ferir seus direitos materiais e imateriais.

Dessa forma, concluiu-se que apesar do caso estudado ser bem específico em seu tema e, por se tratar de assunto novo e ainda escasso no âmbito jurídico, o entendimento que ecoa na doutrina e a jurisprudência é de que o direito à imagem se caracteriza pela sua inviolabilidade e autorização, e é previsto ao lesado a indenização por dano material e imaterial independentemente da produção de provas. Para ilustrar o artigo, foram colacionadas jurisprudências e doutrinas que embora não tratem exatamente sobre o problema em comento, apresentam a mesma matéria da responsabilidade civil pela violação de imagem de pessoa célebre.

Entretanto, observa-se que a Apelação nº 70083241612 do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, ainda que tenha mantido a sentença de primeiro grau, dado que não houve recurso da apelada, não concorda com a indenização no que toca ao dano moral à apelante, pois reconhece que não houve violação de imagem propriamente dito, visto que diz respeito à modelo profissional e influenciadora digital. Logo, não há restrição pelo uso de imagem em suas atividades laborais e, dessa forma, vai de encontro com as demais decisões referidas.

Diante do exposto, entende-se que a responsabilidade civil pelo uso indevido de imagem de influenciador digital é matéria em discussão nos Tribunais, já que se trata de assunto recente. Desse modo, deverá ser analisado minuciosamente o caso concreto para a tomada da solução, tendo em vista que existem outros casos que seguem os diferentes entendimentos compreendidos nesse trabalho.

REFERÊNCIAS

AGUIAR DIAS, José de. Da responsabilidade civil. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1973. v.2.

ANDRADE, Rodrigo Fonseca Alves de. O direito à imagem e seus contornos na jurisprudência. **Migalhas**, [s. l.], 13 jul. 2020. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/330606/o-direito-a-imagem-e-seus-contornos-na-jurisprudencia>. Acesso em: 25 maio 2022.

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco**: rumo a uma outra modernidade. São Paulo: Editora 34, 2010.

BENTIVEGNA, Carlos Frederico B. **Liberdade de expressão, honra, imagem e privacidade**: os limites entre o lícito e o ilícito. São Paulo: Editora Manole, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520463321/>. Acesso em: 12 jul. 2022.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. Conselho da Justiça Federal. **Enunciado nº 587**. Brasília, DF: CJF, 2015. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/841>. Acesso em: 23 maio 2022.

BRASIL. **Decreto-lei no 2.848, de 7 de dezembro de 1940**. Código Penal. Rio de Janeiro: Presidência da República, 1940. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848.htm. Acesso em: 23 maio 2022.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 23 maio 2022.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Planalto, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 16 jun. 2022.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (primeira Turma). **REsp 719.738-RS**. Rel. Min. Teori Albino Zavascki, Brasília, DF, 22 de setembro de 2008.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (terceira Turma). **REsp 578.777/RJ (2003/0162647-7)**. Rel. Min. Castro Filho, Rio de Janeiro, 24 de agosto de 2004.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Súmula nº 403**. Brasília, DF: STJ, 2009. Disponível em: https://www.stj.jus.br/docs_internet/revista_eletronica/stj_revista_sumulas-2014_38_capSumula403.pdf. Acesso em: 4 jun. 2022.

BRASIL. Tribunal Regional Federal da 4ª Região. **Apelação cível nº 5002320-31.2016.4.04.7209/SC**. Rel. Des. Federal Roger Raupp Rios, 26 de março de 2010. Disponível em:

https://jurisprudencia.trf4.jus.br/pesquisa/inteiro_teor.php?orgao=1&numero_gproc=40000227255&versao_gproc=9&crc_gproc=79394447. Acesso em: 16 jun. 2022.

CAMILA PITANGA vence processo contra Playboy por uso de fotos sem autorização: atriz processou o Grupo Abril em 2012 por reproduzir na revista imagens de um filme em que ela aparece nua. **Caderno Dona ZH**, Porto Alegre, 6 nov. 2019. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/gente/noticia/2019/11/camila-pitanga-vence-processo-contr-playboy-por-uso-de-fotos-sem-autorizacao-ck2nldxmi0dcb01r2qpx1t0zu.html#:~:text=A%20atriz%20Camila%20Pitanga%20venceu,Bet%20o%20Brant%20e%20Renato%20Ciasca>. Acesso em: 16 jun. 2022.

CARVALHO, Mariana Freitas Caniello de; MATEUS, Cristielle Andrade. Fake news e desinformação no meio digital: análise da produção científica sobre o tema na Área de ciência da informação. ENCONTRO REGIONAL DOS ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, GESTÃO E CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO DAS REGIÕES SUDESTE, CENTRO-OESTE E SUL, 5., 2018, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Belo Horizonte: UFMG, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/download/16901/13660/48002>. Acesso em: 16 jun. 2022.

CAVALIERI FILHO, Sergio; **Programa de Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770823/>. Acesso em: 24 maio 2022.

CECCATO, Patricia; SALOMÃO, Luiz; GOMES, Ribas. A sociedade de hiperconsumo e as marcas de moda. **ModaPalavra E-periódico**, [s. l.], ano 6, n. 9, p. 116-132, jan./jul. 2012. Disponível em: [file:///C:/Users/Marta/Downloads/7803-Texto%20do%20artigo-23652-2-10-20170809%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Marta/Downloads/7803-Texto%20do%20artigo-23652-2-10-20170809%20(2).pdf). Acesso em: 25 maio 2022.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro: responsabilidade civil**. 19. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2005. v. 7.

EQUIPE EDITORIAL DE CONCEITO.DE. Conceito de imagem. **Conceito.de.**, [s. l.], 14 nov. 2011. Disponível em: <https://conceito.de/imagem>. Acesso em: 25 maio 2022.

FERNANDES, Rodrigo. Facebook Marketplace: função para compra e venda de produtos chega ao Brasil. **TechTudo**, [s. l.], 22 jan. 2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/01/facebook-marketplace-funcao-para-compra-e-venda-de-produtos-chega-ao-brasil.ghtml>. Acesso em: 25 maio 2022.

GONÇALVES, Carlos R. **Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Editora Saraiva, 2021. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555592931/>. Acesso em: 24 maio 2022.

GRIEGER, Jenifer Daiane; BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo Eduardo. Um estudo sobre influenciadores digitais: comportamento digital e identidade em torno de marcas de moda e beleza em redes sociais online. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, [s. l.], v. 8, n. 1, p. 39-42, jun. 2019. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/67259>. Acesso em: 16 jun. 2022.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LUTZKY, Daniela Courtes. **A reparação de danos imateriais como direito fundamental**. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2012.

MACHADO, Aline Luiza. Direito à intimidade, vida privada, honra e a imagem na era digital. **Migalhas**, [s. l.], 23 abr. 2021. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/344283/direito-a-intimidade-vida-privada-honra-e-a-imagem-na-era-digital>. Acesso em: 16 jun. 2022.

MIRAGEM, Bruno. **Direito civil: responsabilidade civil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. *E-book*.

MOREIRAI, Diogo Rais Rodrigues; BARBOSAI, Nathalia Sartarello. O reflexo da sociedade do hiperconsumo no instagram e a responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Direitos Culturais**, Santo Ângelo, v. 13, n. 30, p. 73-88, maio/ago. 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/328376203_O_REFLEXO_DA_SOCIEDADE_DO_HIPERCONSUMO_NO_INSTAGRAM_E_A_RESPONSABILIDADE_CIVIL_DOS_INFLUENCIADORES_DIGITAIS. Acesso em: 25 maio 2022.

OLIVEIRA, Maria Tereza Cabral Costa. Responsabilidade civil: origem e pressupostos gerais. **Âmbito Jurídico**, [s. l.], 1 jun. 2012. Disponível em: [https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-civil/responsabilidade-civil-origem-e-pressupostos-gerais/#:~:text=%E2%80%9CA%20a%C3%A7%C3%A3o%2C%20elemento%20constitutivo%20da,lesado.%E2%80%9D%20\(DINIZ%2C%202005](https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-civil/responsabilidade-civil-origem-e-pressupostos-gerais/#:~:text=%E2%80%9CA%20a%C3%A7%C3%A3o%2C%20elemento%20constitutivo%20da,lesado.%E2%80%9D%20(DINIZ%2C%202005). Acesso em: 25 maio 2022.

PACETE, Luiz Gustavo. Influenciadores já são a segunda fonte para tomada de decisão: estudo da Qualibest aponta que os criadores de conteúdo só perdem em influência para parentes e amigos na hora que o consumidor opta por um serviço ou produto. **Meio & mensagens**, [s. l.], 7 jun. 2018. Disponível em:

<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/06/07/influenciadores-ja-sao-a-segunda-fonte-para-tomada-de-decisao.html>. Acesso em: 16 jun. 2022.

POLITI, Cassio. Influenciador digital: o que é e como classificá-lo?. **Influency.me**, [s. l.], 20 out. 2017. Disponível em: <https://www.influency.me/blog/influenciador-digital/#:~:text=Relev%C3%A2ncia%20%C3%A9%20a%20import%C3%A2ncia%20que,que%20se%20prop%C3%B5e%20a%20influenciar>. Acesso em: 4 jun. 2022.

PELLIZZARO, Vinícius Uberti. A utilização da publicação de um influenciador digital sem autorização ou crédito gera danos morais? **JusBrasil**, [s. l.], 2020. Disponível em: <https://pellizzarovinicius.jusbrasil.com.br/artigos/829903326/a-utilizacao-da-publicacao-de-um-influenciador-digital-sem-autorizacao-ou-credito-gera-danos-morais#:~:text=Logo%2C%20a%20pessoa%20cuja%20imagem,autorizada%20de%20imagem%20de%20pessoa.%E2%80%9D>. Acesso em: 4 jun. 2022.

RAYMUNDO, Verena. Influencer Jade Picon alerta-marcas sobre o uso da sua imagem. **Tupaense Notícias**, [s. l.], 20 já. 2022. Disponível em: <https://www.tupaense.com.br/2022/01/20/influencer-jade-picon-alerta-marcas-sobre-o-uso-da-sua-imagem/>. Acesso em: 25 maio 2022.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça (Nona Câmara Cível). **Apelação Cível, Nº 70083241612**. Tribunal de Justiça do RS, Relator: Eugênio Facchini Neto, Porto Alegre, 18 de dezembro de 2019. Disponível: https://www.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php?nome_comarca=Tribunal%20de%20Justi%C3%A7a%20do%20RS&versao=&versao_fonetica=1&tipo=1&id_comarca=700&num_processo_mask=&num_processo=70083241612&codEmenta=7706337&temIntTeor=true. Acesso em: 5 jun. 2022.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça (Nona Câmara Cível). **Processo, Nº 70082620410**. Rel. Des Carlos Eduardo Richinitti, Porto Alegre, 18 de dezembro de 2019. Disponível: https://www.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php?nome_comarca=Tribunal%20de%20Justi%C3%A7a%20do%20RS&versao=&versao_fonetica=1&tipo=1&id_comarca=700&num_processo_mask=&num_processo=70082620410&codEmenta=7706337&temIntTeor=true. Acesso em: 5 jun. 2022.

RIZZARDO, Arnaldo. **Responsabilidade Civil**. 8. ed. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2019. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530986087/>. Acesso em: 30 maio 2022.

ROSENVALD, Nelson. **O direito civil em movimento: desafios contemporâneos**. 2. ed. Salvador: JusPodivm, 2018.

SAMPAIO, Marília de Ávila e Silva; MIRANDA, Thainá Bezerra. Nem tudo que reluz é ouro: a Responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Migalhas**, [s. l.], 9 jun. 2022. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/coluna/migalhas-de-responsabilidade->

civil/367690/nem-tudo-que-reluz-e-ouro-responsabilidade-civil-dos-influenciadores. Acesso em: 16 jun. 2022.

SANTOS, Pablo de Paula Saul. Responsabilidade civil: origem e pressupostos gerais. **Âmbito Jurídico**, 1 jun. 2012. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-civil/responsabilidade-civil-origem-e-pressupostos-gerais>. Acesso em: 25 maio 2022.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça (Trigésima primeira Vara Cível). **Apelação Cível nº 1005547-75.2013.8.26.0704**. Rel. Adilson de Araujo, São Paulo, 30 de novembro de 2021. Disponível em:

http://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?conversationId=&cdAcordao=14192915&cdForo=0&uuiidCaptcha=sajcaptcha_7f224f7798174600b54be847107c0d4b&g-recaptcha-response=03AGdBq25EgP-Op_w641u4vh0B7rwX_bcm4OQgSTyDg5CmkjZeTbKbQJhwFbupVhCDxIJO8Cv1q-7yJTX3aH5i3KMkPyEFM57EkUCAgqzPdsCCW3Q4CbzHPYJBXtspd2ktCf_72mHZoftm5dWo7spx_jLjUOkHtfXNVUC7AWyHPiQAWcwiTv10pCigKFIsjCIY9m0v14KeYroOTtuGudgeLoR5eGS8pTZptwTEUDBX4Bfi_S7ZalfeU9HrcADAcRIJeNXeonimX0dcuOmr1JONuIhK-0IPQuqy0N-Nh597gnSqxbMeTzdySHJNBa1qEXTf6RVkPlk054LFKy-BUvBi-vP18FAVgybdCFyrvVZUsdAqyYOuLNzluVARCdC_zSYyPuH74eM2FQc7hBx6CMKif4N6hg0wrz4nN6PnhaWMxrbfTazFMr4tKtTFov-SGNI6Yk6SITGhk4P1hg-2sx1T-A3sllxj-podRg. Acesso em: 16 jun. 2022.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça (Trigésima sexta Vara Cível). **Apelação Cível nº 1038815-16.2018.8.26.0100**. Rel. Ademir Modesto de Souza, São Paulo, 23 de setembro de 2021. Disponível em:

http://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?conversationId=&cdAcordao=15040436&cdForo=0&uuiidCaptcha=sajcaptcha_37d291cb2ed142369bbf9cd401e550d6&g-recaptcha-response=03AGdBq24Hd6_62jBSGpCWbdNykU4u5vh66pmXn2TaXtHqqCvC_IP2tSDDOFiRJIBMqXwwCLjNI3Jmr2IhpB6oZ9OD5zKiVIYrbEPniEG11y8kndzjSo8BjmV6nfTqeS6wS8kNIhSQeJtzik7LcuKdkrjS8Z8nskSR4ZCBojG241FWOQmQYZbGGtXd73Vw6YRuLJvuVUnPds-kXMNpeqg0HdisbXfc9qyVncGCAwLEB8_EtQZi30vSKVrAVuvQfiUfq7_QQMPHCQ3ihMSqkQ1LwRGBC4puSeYaVdYCoO5tgn0133tMZDeDDzP9Z7Cej6vqA21jsPs9aG2sEIWfd5-BpbsBkBQRM9esl_gLUNV4Oe0gKzRUQa-fCdeGY2Zc1bnmSmCh9HR-kcm8BP4ITe7_ujLRl8bq8MCvXyZNDYIXNXzfIvYbnBgjX4WGjSQfbL9FzYS_Lis1dsoQ2oIlgGgZdbWLCOGIrFhjDg. Acesso em: 16 jun. 2022.

SCHWARTZ, Fabio. **Hiperconsumo e inovação**: desafios para a qualidade na produção. Rio de Janeiro: [s. n.], 2014. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=ef80af910fa07870>. Acesso em: 25 maio 2022.

SIGNIFICADO de Indenização. **Dicionário online de Português**, [s. l.], 2019. Disponível em:

<https://www.dicio.com.br/indenizacao/#:~:text=Significado%20de%20Indeniza%C3%A7%C3%A3o,devido%20por%20direito%3A%20indeniza%C3%A7%C3%A3o%20trabalhista>. Acesso em: 25 maio 2022.

SILVA, Carlos Dondici da. A sociedade de risco de Ulrich Beck e sua aplicabilidade na era pós-moderna. **Jornal Eletrônico Faculdades Integradas Vianna Júnior**, [s. l.], v. 2, n. 2,

jul./dez. 2020. Disponível em: [file:///C:/Users/Marta/Downloads/755-Texto%20do%20artigo-805-1501-10-20200810%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Marta/Downloads/755-Texto%20do%20artigo-805-1501-10-20200810%20(2).pdf). Acesso em: 25 maio 2022.

SOARES, Dennis Verbicaro. Consumidor e redes sociais: a nova dimensão do consumismo no espaço virtual. **Revista Pensamento Jurídico**, São Paulo, v. 14, n. 1, jan./jul. 2020.

Disponível em:

http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_informativo/bibli_inf_2006/RPensam-Jur_v.14_n.1.10.pdf. Acesso em: 16 jun. 2022.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **Informativo de Jurisprudência, n. 509**. Brasília, DF, 5 dez. 2012. Disponível em:

<https://www.stj.jus.br/publicacaoainstitucional/index.php/informjurisdata/article/view/4018/4241>. Acesso em: 16 jun. 2022.

STJ DEFINE em quais situações o dano moral pode ser presumido. **JusBrasil**, [s. l.], 202.

Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/noticias/3167669/stj-define-em-quais-situacoes-o-dano-moral-pode-ser-presumido>. Acesso em: 5 jun. 2022.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **Informativo de Jurisprudência, n. 516**. Brasília, DF, 17 abr. 2013. Disponível em:

<https://www.stj.jus.br/publicacaoainstitucional/index.php/informjurisdata/article/view/4018/4241>. Acesso em: 16 jun. 2022.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **Informativo de Jurisprudência, n. 516**. Brasília, DF, 17 abr. 2013. Disponível em:

<https://www.stj.jus.br/publicacaoainstitucional/index.php/informjurisdata/article/view/4018/4241>. Acesso em: 16 jun. 2022.

TEIXEIRA, David. Influenciador digital, você conhece seus direitos?. **Márcio Beckmann Advogados Associados**, São Luiz, 14 set. 2021. Disponível em:

<https://mbdigital.adv.br/influenciador-digital-voce-conhece-seus-direitos/#:~:text=A%20presen%C3%A7a%20de%20um%20contrato,inherentes%20ao%20neg%C3%B3cio%20jur%C3%ADdico%20em>. Acesso em: 25 maio 2022.

VALLE, Alberto. O que são influenciadores digitais e como avaliar sua influência. **Academia do Marketing**, [s. l.], 4 jul. 2017. Disponível em:

<https://www.academiadomarketing.com.br/o-que-sao-influenciadores-digitais/>. Acesso em: 4 jun. 2022.

VAZ, Lara Cristina Stoppa; FERNANDES, Natane Cristina Pereira Vassoler. **Redes sociais e a distorção da autoimagem**: um olhar atento sobre o impacto que os influenciadores digitais provocam na autoestima das mulheres. Barcelona: Centro Superior UNA de Catalão, 2019.

VENOSA, Sílvio de S. **Direito Civil**: obrigações e responsabilidade civil. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021. v. 2. *E-book*. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026696/>. Acesso em: 23 maio 2022.

VILLAS BÔAS, Regina Vera; SANTOS, Leyde Aparecida Rodrigues dos. **A felicidade em consumir, o hiperconsumo e os direitos humanos e fundamentais**. São Paulo: [s. l.], 2014. Disponível em:
<http://www.lo.unisal.br/direito/semidi2014/publicacoes/livro5/Regina%20Vera%20Villas%20B%C3%B4as%20e%20Leyde%20Aparecida%20Rodrigues%20dos%20Santos.pdf>. Acesso em: 24 maio 2022.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br