



RESPONSABILIDADE PELA CONFIANÇA NO DIREITO ALEMÃO EM PERSPECTIVA: A RESPONSABILIDADE DO INFLUENCER DIGITAL NO BRASIL

Submetido em: 29-07-2025
Publicado em: 02-10-2025

Jucélia de Sousa Mirandaa

Mestranda ; UFPI

✉ jucelia.miranda@ufpi.edu.br

Deborah Dettmam Matos

Doutora; UFPR

✉ deborahdettmam@ufpi.edu.br

Sebastião Patrício Mendes da Costa

Pós-Doutor; Universität Augsburg

✉ sebastiaocosta@ufpi.edu.br

RESUMO:

O princípio da confiança deve permear todas as relações, seja no âmbito cível, seja no âmbito consumerista, seja no âmbito constitucional. As relações cotidianas apresentam situações nas quais não é aplicável a responsabilidade contratual, tampouco a responsabilidade por ato ilícito. Nesse cenário, pode ser aplicável a responsabilidade civil pela confiança. A discussão sobre essa aplicabilidade enfrenta críticas, mas ela supre uma lacuna no ordenamento jurídico alemão e no direito brasileiro. A figura do influencer tem relevo no mundo em razão de influenciar, direta ou indiretamente, a aquisição de produto e/ou serviços, por intermédio de anúncios e via redes sociais, que alçam muitas pessoas. Nesse cenário, a presente pesquisa se propôs a analisar a função e a importância da responsabilidade civil pela confiança na responsabilização dos influencers digitais no Brasil. Para tanto, retoma-se o conceito do princípio da confiança; trabalha-se em casos comparados do direito alemão; caracteriza-se a relação entre seguidor e influencer digital. Para concretizar estes objetivos, foi realizada abordagem hipotético-dedutiva e foram utilizadas fontes primárias e secundárias com apoio da análise de conteúdo, em busca de resultado qualitativo. O estudo demonstrou que o princípio da confiança pode fundamentar a responsabilidade civil pela confiança dos influencers digitais no Brasil.

Palavras-Chave: Influencer digital; Princípio da confiança; Responsabilidade Civil.

1 INTRODUÇÃO

A confiança está presente em todas as relações, ainda que de forma incipiente, e afigura-se necessária em todas elas. Quando se contribui para a previdência confia-se no recebimento futuro de um benefício, quando se realiza aporte num investimento qualificado como seguro confia-se no recebimento de rendimentos, quando se convive em sociedade com poderes eleitos, com instituições, órgãos e entidades confia-se na regular atuação destes para que se alcance ou se mantenha a governabilidade, o bem-estar social e o Estado Democrático.

No mundo moderno a tecnologia está presente nos diversos cenários, influenciando diretamente relações sociais, comerciais e econômicas. É certo que, quando determinados fatos possuem relevância jurídica, eles acabam sendo objeto de apreciação pelos operadores do Direito e deságuam no judiciário que profere decisões e, não raro, formam jurisprudência sobre a matéria. É o caso da temática que se aborda.

A tecnologia tem estimulado a publicidade digital, favorecendo o surgimento de novos arranjos relacionados às relações de consumo. No contexto digital, ganha relevo a atuação de *influencers*, *youtubers*, *blogueiros* e *creators* que publicam informações sobre sua própria vida, seus hábitos, sua rotina, bem como produtos e/ou serviços utilizados. Esses profissionais ao compartilharem seu dia a dia e opiniões influenciam e direcionam a aquisição de determinados bens. Essa atuação pode atrair a responsabilidade por possíveis prejuízos aos consumidores. O *blogueiro* é aquele que compartilha textos ou comentam por escrito em *blog* e sua principal característica é a personalidade (KARHAWI, 2019, p. 49-50). O *youtuber*, antigo *vlogger*, por outro lado, compartilha seus textos em vídeos (KARHAWI, 2019, p. 51). O *influencer* digital ou *digital influencer* é aquele que produz conteúdo, que pode variar desde fotos de qualidade para o *Instagram*, publicações em *blogs*, montagens criativas no *Facebook*, vídeos com edição profissional, artigos especializados, entre outros (KARHAWI, 2019, p. 53-54). Já o *creator* é aquele que cria conteúdo (KARHAWI, 2019, p. 53).

Em tese, o *influencer* digital não integra a relação consumerista, pois não é fornecedor, nos termos estritos do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor (Guimarães, 2001), tampouco pratica ato ilícito para atrair a responsabilidade extracontratual decorrente de atos ilícitos, nos termos do Código Civil.

Nesse passo, alguns doutrinadores indicam que a responsabilidade incide no caso valendo-se da teoria da aparência e da figura do fornecedor por equiparação. Por outro lado, há entendimentos de que nos casos de danos decorrentes de anúncio a responsabilidade recai sobre o anunciante (patrocinador e não do *influencer* digital). Decerto, a atuação do *influencer* digital gera confiança nas pessoas que seguem suas dicas, compram os produtos e/ou serviços indicados e adquirem inclusive vícios, a exemplo do *jogo do tigrinho* e *bets*. Recentemente, repercutiu a publicidade de diversas personalidades sobre isso. Inclusive, houve a instauração

de Comissão Parlamentar de Inquérito para apurar, dentre outros pontos, o uso de influenciadores digitais na promoção e divulgação dessas atividades¹.

A partir desse cenário é que se avaliará a incidência da responsabilidade civil pela confiança do direito alemão sobre a figura do *influencer* digital no Brasil, comparando com a solução sugerida pela doutrina brasileira. Para tanto, retoma-se conceito do princípio da confiança e da responsabilidade civil pela confiança no direito pátrio, bem como no direito alemão. Para concretizar estes objetivos foi realizada pesquisa exploratória, abordagem hipotético-dedutiva e foram utilizadas fontes primárias e secundárias com apoio da análise de conteúdo interpretativo, em busca de resultado qualitativo.

2 O CONCEITO DO PRINCÍPIO DA CONFIANÇA E A RESPONSABILIDADE PELA CONFIANÇA NO DIREITO BRASILEIRO

O princípio da confiança, embora não expresso no ordenamento jurídico brasileiro, ressaí de sua própria essência. É como se fosse uma norma hipotética fundamental, uma norma pressuposta (KELSEN, 1998), da qual se originam todas as disposições normativas e princípios (inclusive implícitos), em especial as disposições sobre a obediência à lei e a lealdade.

Operadores do direito contribuíram para a edição dos enunciados 362 e 363 na IV Jornada de Direito Civil, que versam sobre a proteção da confiança. O primeiro assevera que “*A vedação do comportamento contraditório (venire contra factum proprium) funda-se na proteção da confiança, tal como se extrai dos arts. 187 e 422 do Código Civil*” (CONSELHO DA JUSTIÇA FEDERAL, 2006, p. 45). O segundo aduz que o princípio da confiança é de ordem pública, a denotar que pode ser reconhecido de ofício, desde a parte demonstre a existência da violação, ônus da parte lesada (CONSELHO DA JUSTIÇA FEDERAL, 2006, p. 45). Não se desconhece a relevância de tais enunciados, mas eles não vinculam os operadores do Direito, de modo que resultam em não aplicabilidade.

A proteção da confiança é fenômeno recente, tornou-se um princípio independente, de modo que a confiança deve corresponder às expectativas da parte que confiou na aparência do produto ou na credibilidade da empresa (WALD, 2004, p. 36-37).

Para Martins (2007, p. 178), o princípio da confiança é tão relevante que não serve apenas de fonte de interpretação, mas como fonte de responsabilidade. O autor (2007, p. 179) conceitua a confiança como uma necessidade social, sem a qual o homem não faria/teria relações eficazes “*Afinal, como Niklas Luhman, provocativamente, colocava, sem confiar, o homem nem sairia da cama, ao acordar*” (2007, p. 179). Martins aduz que a confiança possui dois papéis, um de protetora das expectativas legítimas e outro de justificativa do vínculo das partes à relação jurídica (2007, p. 179). À primeira ele dá dimensão negativa, protegendo de condutas mesquinhas de terceiros. À segunda ele dá a dimensão positiva, que protege as partes vinculando-as às obrigações assumidas.

Wald (2004, p.44-45) caracteriza a confiança apta à proteção:

¹ CPI das *bets*. Senado Federal, Brasília, 08 jul. 2025. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/atividade/comissoes/comissao/2703/>. Acesso em: 08 jul. 2025.

41. Na realidade, é indispensável que a expectativa da parte seja legítima e razoável, tratando-se da situação de uma pessoa que espera poder exercer um direito contra outrem, ou obter um bem ou serviço com determinadas qualidades e em certas condições, ou, ainda, não sofrer um prejuízo em virtude de estar usando produtos colocados no mercado. É, assim, preciso que a confiança seja justificada e que a pessoa na qual se confia se apresente de tal forma que pareça merecê-la, sem a necessidade de maiores pesquisas por parte de quem nela está confiando. O que se justifica tanto mais nas operações que, pela sua natureza, devem ser decididas e realizadas rapidamente, como costuma ocorrer no comércio. Utiliza-se tanto a teoria da aparência quanto o dever de garantir a segurança dos produtos alienados. A tendência dominante, no direito comparado, é no sentido de apreciar a confiança de acordo com o critério abstrato, o do bom pai de família, sem prejuízo de, excepcionalmente, usar o critério concreto, considerando as circunstâncias peculiares de cada caso e aplicando soluções eqüitativas. (2004, p. 44-45)

Percebe-se que não é toda confiança que merece tutela, isto é, a proteção jurídica. Monteiro (2023, p. 164), na esteira de Canaris, assevera que o princípio da confiança é um princípio ético-jurídico, manifestação da boa-fé, que garante soluções adequadas para a proteção de quem deposita confiança na conduta alheia.

Importa dizer que o princípio da confiança não se confunde com a boa-fé, tampouco há hierarquia entre ambos. Com efeito, ambos os princípios podem existir de forma independente. Há, na verdade, relação de complementariedade.

Entretantes, Ferreira (2020, p. 53) defendeu que, assim como no direito alemão, no direito brasileiro a proteção da confiança deriva da segurança, logo, seria um acessório e não independente.

Monteiro (2023, p. 175) aduz que há quatro requisitos ou pressupostos da proteção da confiança, mas alguns deles podem ser afastados, pois a intensidade de um deles pode ser suficiente para compensar aquele que falta ou a própria lei pode dispensá-lo:

(...) os requisitos ou pressupostos da protecção da confiança: situação objectiva de confiança (“razões ponderosas, objectivamente apreciadas, tendo em conta as circunstâncias do caso”); *imputação* da confiança ao principal (“desde que o principal tenha igualmente contribuído para fundar a confiança do terceiro”); *boa fé do confiante* (“que justifiquem a confiança do terceiro de boa fé na legitimidade do agente”); e, naturalmente, *investimento* na confiança, pois uma confiança puramente interior não requer protecção. (MONTEIRO, 2023, p. 175)

No Brasil, Wald (2004, p. 37) aduz que o Superior Tribunal de Justiça começou a considerar o princípio da confiança com maior intensidade a partir de 1990. Nessa linha, o Superior Tribunal de Justiça reconheceu a responsabilidade pela confiança como autônoma. Transcreve-se:

2. Seguindo essa tendência natural, doutrina e jurisprudência vêm se valendo de um terceiro fundamento de responsabilidade, que não se vincula a uma prestação delimitada pelas partes, nem mesmo vincula indivíduos aleatoriamente ligados pela

violação de um dever genérico de abstenção, qual seja a responsabilidade pela confiança.

3. A responsabilidade pela confiança é autônoma em relação à responsabilidade contratual e à extracontratual, constituindo-se em um terceiro fundamento ou 'terceira pista' (dritte Spur) da responsabilidade civil, tendo caráter subsidiário: onde houver o dano efetivo, requisito essencial para a responsabilidade civil e não for possível obter uma solução satisfatória pelos caminhos tradicionais da responsabilidade, a teoria da confiança será a opção válida.

4. A teoria da confiança ingressa no vácuo existente entre as responsabilidades contratual e extracontratual e seu reconhecimento se fundamenta principalmente no fato de que o sujeito que dá origem à confiança de outrem e, após, frustra-a, deve responder, em certas circunstâncias, pelos danos causados dessa frustração. A defraudação da confiança constitui o verdadeiro fundamento da obrigação de indenizar.

(...)

6. A responsabilidade pela quebra da confiança possui a mesma ratio da responsabilidade pré-contratual, cuja aplicação já fora reconhecida pelo STJ (CAVALCANTE, 2017).

Assim, é notório que a responsabilidade pela confiança difere da responsabilidade delitual (arts. 186, 927 a 954 do Código Civil) e contratual (art. 389 e seguintes do Código Civil), figurando como uma terceira via. No ponto, delineada a ideia de confiança, passa-se a analisar o sistema de responsabilidade pela confiança no direito alemão.

3 O SISTEMA DE RESPONSABILIDADE PELA CONFIANÇA ALEMÃ

No direito alemão, ao analisar determinados fatos, Canaris constatou que a responsabilidade pela confiança não se enquadrava na responsabilidade contratual ou extracontratual, mas sim como uma terceira via. Assim, a responsabilidade pela confiança colmata/preenche uma omissão nos casos em que um indivíduo “*confia em uma determinada situação jurídica, mas essa confiança não se ampara em um negócio jurídico (válido)*” (SINGER, 2025, p. 136).

Segundo Fritz, em razão do contato negocial surgem tratativas e a relação de confiança. A partir daí, a parte expõe dados, informações, bens, direitos à outra, possibilitando e aumentando o risco de que esta interfira e cause danos (FRITZ, 2025, p. 185). E mais, a autora situa a relação confiança no ordenamento jurídico:

Essa relação de confiança qualificada no plano jurídico como uma relação obrigacional *sui generis*, pois surge independente da vontade das partes e – ao contrário da relação obrigacional tradicional – não produz obrigações, mas apenas deveres de proteção (*rectius*: deveres de consideração) (2025, p.185).

Dessa forma, percebe-se que a responsabilidade civil pela confiança decorre da inobservância dos deveres de consideração; e a violação da confiança atrai o dever de indenizar, detalhado mais à frente.

No direito alemão, há a responsabilidade pela aparência que não se confunde com a responsabilidade pela confiança por necessidade ético-jurídica. A responsabilidade pela aparência, como o próprio nome indica, é baseada na aparência e há casos em que a confiança será apta à tutela independente da aparência, a qual denominou-se de responsabilidade pela confiança por necessidade ético-jurídica (SINGER, 2025, p. 137-138). A responsabilidade pela confiança por necessidade ético-jurídica não se baseia na aparência, mas na conduta enganosa - sobre requisitos formais do negócio jurídico (ou de outro obstáculo à sua validade ou ocultamento desse obstáculo).

Singer (2025, p. 139) aduz que Canaris incluiu “*na responsabilidade pela confiança os suportes fáticos da responsabilidade indenizatória por frustração da confiança*”. Ele subdividiu em responsabilidade pela confiança em duas, a saber, a responsabilidade por declarações e por deveres de proteção. A responsabilidade por declarações abarca a responsabilidade pela impugnação de uma declaração de vontade emitida em erro. Já a responsabilidade por deveres de proteção surge “*antes da celebração e após a extinção do contrato*” (SINGER, 2025, p. 139). No Brasil, a proteção pré-contratual e pós-contratual caracteriza-se como um dever contratual anexo da boa-fé, conforme art. 422 do Código Civil que dispõe que “*Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé*”.

A responsabilidade indenizatória por frustração da confiança tem a função de sanar as deficiências do direito da responsabilidade civil extracontratual do direito alemão e colmatar lacunas do direito contratual (SINGER, 2025, p. 139).

Na Alemanha, a responsabilidade extracontratual é afastada se a pessoa demonstrar que adotou as medidas razoavelmente cabíveis a fim de evitar danos, a exemplo de comprovar que selecionou e/ou supervisionou bem a equipe do supermercado para que o piso não fique molhado e um cliente venha a escorregar. Singer considera isso injusto quando há uma situação especial e dá o exemplo de uma pessoa que se lesiona ao escorregar numa hortaliça no chão do supermercado. Nesse caso, Singer defendeu que o empregador responde pelos atos do empregado (culpa), não podendo se eximir do dever de reparar o dano ao argumento de que supervisionou diligentemente o empregado, pois o §278 do BCB (Código Civil alemão) “*obriga as partes de contrato a ter consideração pelos direitos, bens jurídicos e interesses da outra*” (SINGER, 2025, p. 140). Para Canaris, o fundamento para essa responsabilidade é a proteção da confiança, porque cada contratante confia seus bens jurídicos a outra parte tanto no estágio de preparação do contrato como durante a execução (2025, p. 140)².

Prosseguindo, a confiança pode ser protegida de duas formas: pela tutela positiva (satisfativa) e tutela negativa (reparatória). A tutela positiva (satisfativa) impõe que o lesado deve ser colocado no estado correspondente à confirmação das expectativas que teve, ou seja, deve-se colocar o lesado no *status* esperado por ele. Já a tutela negativa da confiança impõe o dever de indenizar, restabelecer o estado patrimonial que ocorreria se o lesado não tivesse depositado confiança legítima na condição exigida pelo lesante (SINGER r, 2025, p. 141).

² No Brasil, esse caso se enquadraria no Código de Defesa do Consumidor e a responsabilidade seria objetiva (art. 14 do Código de Defesa do Consumidor).

O autor considera a tutela positiva (satisfativa) mais adequada e favorável do que uma compensação por danos patrimoniais que exigiria comprovação concreta dos danos, inclusive para situações de aparência jurídica (Singer, 2025, p.143). Singer diz que, enquanto a jurisprudência alemã reconhece que a existência de vício formal ou outros problemas de validade do negócio jurídico atrai a aplicação da boa-fé, Canaris reconhece a incidência do princípio fundamental da proteção da confiança e dá-lhe operabilidade, mediante um sistema móvel de pontos de vista valorativos e critérios de decisão (2025, p. 144).

No direito alemão há preferência pela tutela positiva em razão da relevância e do *status* da confiança. Essa incidência decorre da independência do princípio no sistema jurídico alemão.

O autor também aduz que não merece proteção da confiança aquele age dolosamente e aquele que se comporta de modo contraditório (2025, p. 144). Para Canaris a proteção dessa confiança tem seu fundamento na proibição de comportamento contraditório e baseia-se na experiência de que as pessoas se comportam de modo coerente mesmo sem um acordo e permanecem fiéis a si mesmas (SINGER, 2025, p. 147).

Singer aduz que se pode confiar na validade de um negócio jurídico – em si, inválido – quando recai em uma das partes a responsabilidade de observar os requisitos formais do contrato. Ele exemplifica: “(...) *uma empresa de assentamentos assumiu a tarefa de fornecer moradia para colonos e ajudá-los na aquisição de suas próprias casas no período após a 2ª guerra mundial, notabilizado pela ausência de moradias*”. Se a empresa deixou de providenciar o registro dos contratos de compra e venda das terras no cartório, ela não pode alegar depois a invalidade dos contratos (SINGER, 2025, p. 145). Trata-se de proteger a parte contrária a quem aproveitaria a invalidade do contrato e, notadamente, a confiança.

A responsabilidade pela violação de um dever, nos termos do Código Civil alemão, prevê como efeito a tutela negativa (reparatória), mas a jurisprudência, nos casos em que considera o ato contrário à boa-fé, concede uma tutela positiva (satisfativa). Embora esteja em consonância com o princípio da proporcionalidade, não parece justificado quando a indenização for insuficiente para proteger adequadamente os interesses daquele que confiou. Por exemplo: se uma pessoa compra um apartamento e se muda para ele, vende a casa onde morava antes, é mais condizente com o princípio da proteção da confiança que haja a tutela positiva (satisfativa), pois tais casos seriam irreversíveis (SINGER, 2025, p. 146).

Por outro lado, se a pessoa possui ciência do vício, que o negócio jurídico é inválido, há de se exigir mais critérios para que se proteja a confiança como no caso do comerciante real, que rejeitou o desejo de seu parceiro negocial, de ter lavrado o contrato em cartório, ao argumento de que o contrato celebrado por instrumento particular já continha sua assinatura e de sua renomada empresa, o que teria o mesmo valor de um contrato registrado em cartório (SINGER, 2025, p. 146).

Para Fritz (2025, p. 183), a tutela positiva (satisfativa) inclui a responsabilidade pela aparência, por condutas abusivas e quando há vícios:

Nela incluem-se os casos de responsabilidade pela aparência (Rechtsscheinhaftung) e de responsabilidade por condutas abusivas (Haftung für rechtsmissbräuchliches

Verhalten), como venire contra factum proprium, supprecio (Verwingkung), surrectio (Einwirkung) e certas situações de inalegabilidade de vícios (formais ou outros) do negócio jurídico, cuja tutela decorre de um imperativo ético-jurídico e surge – ao contrário da responsabilidade pela ofensa aos deveres de boa-fé – independentemente de culpa. Nessas situações, o lesante se vê obrigado a corresponder à situação de confiança criada, ou seja, a conformar sua conduta de forma a realizar e não defraudar as expectativas alheias.

A responsabilidade pela confiança por necessidade ético-jurídica é formada pela responsabilidade pela confiança em virtude da conduta dolosa e a responsabilidade pela confiança em virtude do comportamento contraditório.

Os casos mais controversos da responsabilidade pela confiança estão nas situações em que a confiança não está em uma situação concreta, mas na expectativa de um comportamento coerente no futuro (SINGER, 2025, p. 147). Canaris afirmou que assim como se pode perder um direito por causa do seu não exercício, também se pode adquirir direitos quando se desperta nos outros a confiança em comportamento futuro (SINGER, 2025, p. 147). Há responsabilidade pelo rompimento de negociações se a parte tiver dado como certa a celebração de contrato ou não informar que não quer mais concluir o negócio.

Canaris ainda discorre sobre a responsabilidade indenizatória por frustração da confiança e trata da responsabilidade por violações dos deveres de proteção. A *culpa in contrahendo* (pré-contratual) surge a partir das declarações falsas ao celebrar o contrato ou porque deixou de fornecer informações necessárias a outra parte.

A expansão da responsabilidade pela confiança rendeu críticas a Canaris. A primeira é a dificuldade de um suporte fático, ou seja, de avaliar sua incidência de forma objetiva. O direito previu o instituto do negócio jurídico como instrumento de autodeterminação da pessoa e quando não há um negócio jurídico válido ou sequer existe o suporte fático de um negócio jurídico, essa ausência não deve ser disfarçada por uma responsabilidade quase contratual baseada na confiança (SINGER, 2025, p. 150).

No mesmo sentido, Martins (2007, p.185) aduz que os contornos do princípio da confiança não são claros em razão de sua “*maleabilidade e seus múltiplos graus de aplicação*” e sua subjetividade, mas reconhece que esse não é um problema exclusivo de tal princípio. A título de ilustração, pode-se mencionar a dignidade da pessoa humana.

Já Monteiro (2023, p. 164) aduz que o princípio está adquirindo “*densidade e identificação*”. Essa crítica também foi rebatida por Singer (2025, p. 149-150), ao argumentar que muitas questões não se deixam solucionar com o instrumentário do negócio jurídico, isto é, com circunstâncias objetivas, que reforçam a necessidade de uma terceira via.

A segunda crítica é a ubiquidade da ideia da confiança. Questionaram a reduzida intensidade da confiança em alguns casos como na confiança tipificada, típica dos casos de responsabilidade de emitentes e dos homens por trás por prospectos defeituosos. Canaris rebateu essa objeção. Ele explicou que a ideia de confiança também desempenha um papel importante em outras áreas do direito (responsabilidade civil extracontratual) e nesses casos ela também é aplicável de forma diferente, com intensidade diferente (SINGER, 2025, p. 151). Ele dá um exemplo:

Qualquer pessoa que confie que os outros respeitarão as regras de trânsito e não violarão os bens jurídicos alheios, confia apenas na validade e na vinculabilidade da ordem jurídica vigente. Essa confiança não tem significativo constitutivo O mesmo se aplica ao tráfico jurídico negocial. A promessa é válida, porque resulta da vontade. Quem nela confia, confia, como sempre, na validade do direito (Singer, 2025, p. 151).

A terceira crítica é que a responsabilidade pela confiança estabelece padrões éticos no âmbito do tráfico jurídico negocial. Quem rejeita a responsabilidade pela confiança adota um princípio rígido e formal da teoria do negócio jurídico, que só reconhece negócios jurídicos válidos ou inválidos. Inclusive, Rudolf von Jhering não se conformou com uma abordagem tão formalista. Singer rebate essa crítica ao aduzir que “*A tentativa de sistematizar os elementos formativos da equidade e de elaborar um significado da ideia da confiança parece ser um grande ganho do ponto de vista dogmático*” (2025, p.152). Decerto, o argumento é relevante pois nas ciências jurídicas a decisão depende das circunstâncias do caso concreto e há outros institutos no direito que são sistematizados para aplicação.

Outra crítica é sobre a responsabilização de pessoas que não fazem parte diretamente do negócio. Justifica-se essa responsabilidade na previsão do Código Civil alemão de que “*quando o terceiro, em medida especial, desperta para si confiança e, dessa forma, influencia significativamente as negociações ou a conclusão do contrato*” (SINGER, 2025, p. 149). Essa crítica é que mais pode ser utilizada para afastar a responsabilidade dos *influencers*. Porém, Singer diz que essa justificativa não deve ser considerada, pois a responsabilidade decorre da confiança especial depositada no terceiro que não faz parte do negócio (SINGER, 2025, p. 149). A jurisprudência mais recente sobre a responsabilidade por prospectos de ofertas de valores mobiliários “*não se baseia mais na ‘confiança tipificada’ depositada nessas pessoas, mas na influência que os representantes, administradores e os ‘homens por trás’ Têm sobre a conduta negocial ou a elaboração do concreto modelo de investimento*” (SINGER, 2025, p. 149).

Uma quinta crítica diz respeito a generalidade da confiança, pois Canaris justificou a responsabilidade pela *culpa in contrahendo* (pré-contratual) com a ideia de confiança, pois “*Quem estabelece um contato negocial com outrem, confia seus bens jurídicos aos cuidados e à proteção do parceiro contratual*” (2025, p. 149). No entanto, Singer diz que é preciso saber se essa responsabilidade diz respeito apenas a confiança genérica na validade e implementação do direito. Mas reconhece que todos que entram em um supermercado podem esperar que o proprietário cuide da segurança dos clientes, assim como aqueles que firmam um contrato válido de obra ou compra e venda podem confiar legitimamente que concedem um serviço livre de defeitos e adequado para o uso pretendido. Há aqui uma confiança normativa – e não genérica - “*Diferentemente da confiança depositada em determinada situação jurídica ou em um comportamento coerente, trata-se de uma pura confiança normativa*” (SINGER, 2025, p. 149-150). E segue aduzindo que o dever de “*consideração pelos bens jurídicos e interesses da contraparte (...), tem sua razão de ser no fato de que, sem a observância desse dever, a participação no tráfico negocial estaria em risco. A função da*

norma e dos deveres de proteção pré-contratuais consiste em garantir um tráfego jusnegocial justo, seguro e livre de problemas” (SINGER, 2025, p. 150).

Singer encara com ceticismo o grupo de responsabilidade “*pelo confiança a*”, mas ele diz que “*isso não altera em nada a fundamentação principiológica e a validade da responsabilidade pela confiança no direito privado alemão, não sendo convincentes as objeções que lhe foram levantadas*” (SINGER, 2025, p. 150).

Apresentado o sistema da responsabilidade pela confiança no direito alemão, bem como as formas da responsabilização, passa-se a analisar a (im)possibilidade de responsabilização do *influencer* pela responsabilidade civil pela confiança.

4 A (IM)POSSIBILIDADE DE RESPONSABILIZAÇÃO DO *INFLUENCER* DIGITAL PELA RESPONSABILIDADE CIVIL PELA CONFIANÇA

Os *influencers* são indivíduos que expõem seus estilos de vida, vivências e ganham a confiança de seus seguidores de forma espontânea ou natural. Esse modo de vida ganhou tanta relevância no meio social, que *influencers* digitais com muitos seguidores, monetizam tal atuação, fazendo propagandas e publicidade de produtos e serviços.

Sampaio e Miranda (2021, p. 178), definem os *influencers* como “*indivíduos que exercem demasiada influência sobre um determinado público e, através de diálogos informais com seus seguidores, têm o poder de influenciar a mudança de opiniões e padrões comportamentais*”.

Silva e Silva (2021, p. 107-110) aduzem que é urgente prevenir os abusos praticados e garantir a proteção dos consumidores no mercado, bem como destacam a necessidade de análise dos múltiplos danos que acometem a sociedade. Nessa linha, a despeito de tratarem de outra temática, elencam princípios fundamentais que devem permear o microssistema de proteção aos consumidores, dos quais destaca-se o equilíbrio nas relações de consumo e a reparação integral. Nesse sentido, é certo que os consumidores gozam de direitos básicos e a sua violação deve atrair a responsabilização.

No ponto, não há consenso sobre a responsabilidade civil objetiva ou subjetiva dos *influencers* digitais em relação aos anúncios realizados. Gasparatto; Freitas e Efig (2019, p.79-80, 83) defenderam que na relação entre seguidor-consumidor e *influencer* há relação de consumo e incide o Código de Defesa do Consumidor, que impõe a responsabilidade objetiva, fundada na teoria do risco, considerando que os seguidores são vulneráveis em relação aos influenciadores. E ainda, na solidariedade existente entre os agentes que veiculam a oferta, nos termos do art. 7º do Código de Defesa do Consumidor combinada com o princípio da solidariedade previsto no art. 1º, IV e art. 170, ambos da Constituição Federal de 1988. No mesmo sentido, Sampaio e Miranda (2021, p. 201), Castelo e André (2022, p. 16), bem como Soares e André (2023, p. 17-18).

Azevedo e Magalhães (2021, p. 109, 122) também defenderam a possibilidade da responsabilização do *influencer*, mas sob fundamento distinto, qual seja, na teoria do fornecedor equiparado. Assim, eles podem ser considerados fornecedores, pois atuam como intermediários ou auxiliares na execução da relação principal perante o consumidor, como se

fossem o próprio fornecedor e o seguidor é consumidor, porque é o destinatário final da publicidade realizada. Contudo, as autoras ponderam que atualmente a responsabilização é mais branda e em âmbito administrativo, pois decorre da classificação do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária-CONAR, instituição não-governamental, como anúncio publicitário, conforme art. 18 do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

Por outro lado, há quem defenda que a responsabilidade é subjetiva, uma vez que o *influencer* não garante, em regra, os dados que fornece sobre os bens anunciados (SPERANZA, 2012, p. 27).

Recentemente, o Tribunal de Justiça do Paraná reconheceu a responsabilidade de *influencer* com fundamento na teoria da aparência ou do fornecedor equiparado (TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARANÁ, 2025, 2021). Ademais, a ementa descreve que a consumidora acreditou na entrega do produto devido à credibilidade da influenciadora, a denotar a existência da confiança na relação entre consumidor e *influencer* (TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARANÁ, 2025).

Na mesma linha, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul responsabilizou *influencer* com fundamento na teoria da aparência pela ausência de entrega de produto após a publicidade, na qual o profissional assumiu o compromisso de garantir a entrega ou o estorno da compra e assim emprestou credibilidade ao negócio (TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO RIO GRANDE DO SUL, 2024).

De modo semelhante, o Tribunal de Justiça de Santa Catarina reconheceu a legitimidade do *influencer* digital por publicidade enganosa independente de sua participação na pessoa jurídica fornecedora do produto para responder pela ausência de entrega dos produtos adquiridos da fornecedora; o *decisum* também menciona o transporte da confiança para a relação comercial realizada a partir da atuação do *influencer* (TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARANÁ, 2024).

A responsabilidade civil pela confiança é reconhecida pela doutrina brasileira e pelo Superior Tribunal de Justiça, conforme esmiuçado acima. Ademais, a responsabilidade pela confiança decorre da inobservância dos deveres de consideração, que deve estar presente na conduta do *influencer* digital, de modo que deve deixar claro todas as informações possíveis sobre o bem objeto da publicidade, nos termos do art. 6º do Código de Defesa do Consumidor. Como mencionado, a responsabilidade civil pela confiança do terceiro que desperta confiança e influencia o consumo está prevista no Código Civil alemão (SINGER, 2025, p. 149). Dessa forma, afigura-se possível a sua aplicabilidade aos *influencers*, seja de forma subsidiária se houver ato ilícito, seja de forma autônoma, como terceira via.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ante a presença cotidiana e o relevo que a atuação dos *influencers* digitais tem na sociedade, no contexto tecnológico das mídias digitais, em especial no *Instagram* e no *YouTube*, debater a matéria é essencial diante das possíveis consequências que o comportamento pode gerar.

Há diversas teses sobre a responsabilidade civil do *influencer* digital. As teses são relevantes dada a possibilidade de incidência em casos concretos. Decerto, seja a

responsabilidade baseada na vulnerabilidade do consumidor defendida por Gasparatto; Freitas; Efiing; Sampaio; Miranda; Soares e André, seja fundada na responsabilidade pela aparência defendida por Azevedo e Magalhães, impõe salvaguardar a confiança depositada no *influencer* digital pelo direcionamento que exerce perante o consumidor-seguidor.

O estudo sobre a responsabilidade civil pela confiança no direito alemão também lança luzes sobre a responsabilidade dos *influencers* digital pela exposição, compartilhamento e divulgação de produtos e/ou serviços.

A despeito das críticas da responsabilidade civil de origem alemã, ela mostra-se necessária para casos não decorrentes de proteção contratual e extracontratual, sob pena de deixar à mercê aqueles que confiaram e enriquecer aqueles que violaram a confiança recebida.

Pela teoria do diálogo das fontes, se afastadas ou consideradas insuficientes as normas do Código de Defesa do Consumidor, aplicam-se as regras do Código Civil junto com a responsabilidade civil da confiança ao *influencer* digital para que responda pelo anúncio. A adoção dessa solução apresenta-se como medida relevante dada a sua consolidação, conforme esmiuçado alhures.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Marina Barbosa; MAGALHÃES, Vanessa de Pádua Rios. A responsabilidade civil dos influenciadores digitais pelos produtos e serviços divulgados nas redes sociais.

Revista Eletrônica do Ministério Público do Estado do Piauí, Ano 1, edição 2, p. 104-123, jul./dez. 2021. Disponível em: <<https://apmp-pi.org.br/revista/artigo2-2.pdf>>. Acesso em: 2 jul. 2025.

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

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p. 17652, 12 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso em: 1º jul. 2025.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p. 1, 11 jan. 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm. Acesso em: 2 jul. 2025.

BRASIL. Conselho da Justiça Federal. **IV Jornada de Direito Civil**. Disponível em: Disponível em: <<https://www.cjf.jus.br/cjf/corregedoria-da-justica-federal/centro-de-estudos-judiciarios-1/publicacoes-1/jornadas-cej/IV%20Jornada%20volume%20I.pdf>>. Acesso em: 05 jul. 2025.

CASTELO, Tiffani Rauta; ANDRÉ, Victor Conte. A (im)possibilidade de responsabilização civil dos influenciadores digitais por publicidade de produtos e serviços de consumo veiculadas nas redes sociais. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 8, n. 12, p. 78134-78151, dez. 2022. Disponível em:<

<https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/55186>>. Acesso em: 2 jul. 2025.

CAVALCANTE, Márcio André Lopes. **Ainda que inexista contrato formal, há responsabilidade pela quebra da confiança quando houver expectativa legítima de determinado comportamento.** Buscador Dizer o Direito, Manaus. Disponível em: <<https://buscadordizerodireito.com.br/jurisprudencia/detalhes/e1226495c14f1a62ae17aa76c1f0d457>>. Acesso em: 22 abr. 2025.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA (CONAR). Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária. São Paulo: CONAR, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/legislacao/ca2digobrasdeautoregulanovo.pdf>. Acesso em: 2 jul. 2025.

FERREIRA, Patrícia Cândido Alves. **A TEORIA DA CONFIANÇA NO DIREITO CIVIL BRASILEIRO: conceito, autonomia, limites e aplicação no âmbito contratual.** Orientador: Fernando Campos Scaff. 2020. 215 f. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade de São Paulo, 2020.

FRITZ, Karina Nunes. Responsabilidade civil uma ou terceira via? Estudo em homenagem a Claus-Wilhelm Canaris.. *In*: FRITZ, Karina Nunes; CERDIO, Jorge; SINGER, Reinhard; GRUNDMANN, Stefan (org.). **O direito privado em transformação: estudos em homenagem a Claus-Wilhelm Canaris.** Belo Horizonte: Casa do Direito, 2025, p. 135-152.

GASPAROTTO, Ana Paula Gilio; FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra; EFING, Antônio Carlos. Responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Revista Jurídica Cesumar**, Paraná, v. 19, n. 1, p. 65–87, 2019. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/6493>. Acesso em: 2 jul. 2025.

GUIMARÃES, Paulo Jorge Scartezzini. **A Publicidade ilícita e a responsabilidade civil das celebridades que dela participam.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001. 224 p.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Revista Comunicare**, São Paulo, v. 17, edição especial, p. 47-60, 2019.

KELSEN, Hans. **Teoria pura do direito.** 8. ed. Tradução de João Baptista Machado. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

MARTINS, Raphael Manhães. **Apontamentos sobre o Princípio da Confiança Legítima no Direito Brasileiro.** Revista da EMERJ, Rio de Janeiro, v.10, n. 40, p. 177-190, 2007. Disponível em: <https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista40/Revista40_177.pdf>. Acesso em: 2 jul. 2025.

MONTEIRO, Antônio Pinto. A tutela da confiança. **Revista Brasileira de Direito Civil**, v. 32, n. 2, p. 163-177, abr./jun. 2023. Disponível em: <<https://rbdcivil.ibdcivil.org.br/rbdc/article/view/978/620>>. Acesso em: 3 jul. 2025.

PARANÁ. Tribunal de Justiça (5. Turma). **Recurso Inominado Cível – Curitiba**. Ação de indenização por danos morais e materiais. Recorrente: Fabiana Farah de Souza. Recorrido: Ana Carolina Campos Amaro. Rel.: Manuela Tallão Benke, 08 de abril de 2021. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-pr/1249568308>. Acesso em 29 jul. 2025.

PARANÁ. Tribunal de Justiça (1. Turma). **Recurso Inominado Cível**. Ação de indenização por danos morais e materiais. Recorrentes Nuvemshop e Virginia Influencer Ltda. Rel.: Fernando Andreoni Vasconcellos, 27 de janeiro de 2025. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-pr/3014438292>. Acesso em 29 jul. 2025.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça (4. Turma). **Recurso Inominado – Porto Alegre**. Ação de restituição de valores cumulada com pedido de indenização por danos morais. Recorrente: Dilson Alves da Silva Neto. Relatora: Cristiane Hoppe, 09 de abril de 2024. Disponível: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-rs/2695232957>. Acesso em 29 jul. 2025.

SAMPAIO, Marília de Ávila e Silva; MIRANDA, Thainá Bezerra. A responsabilidade civil dos influenciadores digitais diante do Código de Defesa do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 133, ano 30, p. 175-204, São Paulo: Revista dos Tribunais, jan./fev. 2021. Disponível em: <<https://dspace.mj.gov.br/handle/1/3441>>. Acesso em: 3 jul. 2025.

SANTA CATARINA. Tribunal de Justiça (2. Turma). **Recurso Inominado Cível**. Ação de restituição de quantia paga com indenização por danos morais. Relator.: Edson Marcos de Mendonça, 23 de abril de 2024. Disponível: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sc/2409496364>. Acesso em 29 jul. 2025.

SOARES, Camila Araújo; ANDRÉ, Victor Conte. A responsabilidade civil do agente de influência digital (digital influencer) e a proteção do consumidor: uma análise jurídica com base no princípio da vulnerabilidade do consumidor. **Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro**, v. 13, p. 1-20, 2023.

SILVA, Cristofer Paulo Moreira Rocha; SILVA, Michael César. Responsabilidade civil pelo dano ao tempo do consumidor. **Revista Eletrônica de Direito do Centro Universitário Newton Paiva**, Belo Horizonte, n. 44, p. 106-131, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://revistas.newtonpaiva.br/redcunp/wp-content/uploads/2021/11/DIR44-05.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2025.

SINGER, Reinhard. A responsabilidade pela confiança no direito privado alemão.. In: FRITZ, Karina Nunes; CERDIO, Jorge; SINGER, Reinhard; GRUNDMANN, Stefan (org.). **O direito privado em transformação: estudos em homenagem a Claus-Wilhelm Canaris**. Belo Horizonte: Casa do Direito, 2025, p. 135-152. Trad. Karina Nines Fritz.

SPERANZA, Henrique de Campos Gurgel. Publicidade enganosa e abusiva. **Revista Âmbito Jurídico**, São Paulo, 2012. Disponível em:<
<https://ambitojuridico.com.br/publicidade-enganosa-e-abusiva/>>. Acesso em: 7 jul. 2025.

WALD, Arnoldo. **A contribuição do Superior Tribunal de Justiça na consolidação do princípio da confiança**. Doutrina do Superior Tribunal de Justiça: edição comemorativa de 15 anos, p. 29-48, 2004.



BIOGRAFIA

JUCÉLIA DE SOUSA MIRANDA

Mestranda em Direito pela Universidade Federal do Piauí - UFPI. Graduada em Direito pelo Centro Universitário Uninovafapi. Pós-Graduada em Direito Processual Penal pelo Centro Universitário Uninovafapi. Pós-Graduada em Direito Civil e Processual civil pela Faculdade Legale. Assessora no MPF (Ministério Público Federal) desde 2017. Laureada da Turma de Direito.

CONTATOS

 <http://lattes.cnpq.br/7942677538422657>

 <https://orcid.org/0000-0003-1447-6651>

 jucelia_super@hotmail.com

DEBORAH DETTMAM MATOS

Professora Associada de Direito da Universidade Federal do Piauí e do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Piauí. Possui Graduação em Direito pela Universidade de Brasília (2003), Mestrado em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco (2006) e Doutorado em Direito pela Universidade Federal do Paraná (2017). Atuou como presidente da Comissão de Estudos Constitucionais da Ordem dos Advogados do Brasil, Seção Piauí (2016-2018) e como Subcoordenadora do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFPI (2019-2021).

CONTATOS

 <http://lattes.cnpq.br/3154563174903221>

 <https://orcid.org/0000-0002-8478-5495>

 deborahdettmam@ufpi.edu.br

SEBASTIÃO PATRÍCIO MENDES DA COSTA

Pós-doutorado em Direito Civil e Filosofia do Direito pela Universität Augsburg (Alemanha). Doutor em Direito pela PUCRS. Mestre em Direito e Estado pela UnB (2006). Mestre em Antropologia e Arqueologia pela UFPI (2011). Bacharel em Direito pela UnB (1999). Estudos realizados em Regulação da Internet na Universidade de Hamburgo/Alemanha (2015) e em Direito Constitucional Comparado e Cultura Jurídica Europeia na Universidade de Roma La Sapienza, Roma/Itália (2015). Advogado. Conselheiro do Conselho Estadual de Educação do Piauí.

CONTATOS

 <http://lattes.cnpq.br/6810023102929766>

 <https://orcid.org/0000-0002-2821-1235>

 sebastiaocosta@ufpi.edu.br