A responsabilidade Civil dos influenciadores digitais

Autor(res)

Marcos Paulo Andrade Bianchini
Mercês Ferreira Da Silva Pereira
Anthony Rayner Dantas Saff
Leticia Da Silva Almeida
Eduardo Augusto Gonçalves Dahas

Categoria do Trabalho

5

Instituição

FACULDADE PITÁGORAS DE BELO HORIZONTE (TIMBIRAS)

Introdução

O art 186 Código Civil (CC) dispõe "que aquele por ação ou omissão voluntária,negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem ainda que exclusivamente moral,comete ato ilícito." A partir deste dispositivo,é visando o cotidiano social,que o intuito é sintetizar que atualmente com o avanço da tecnologia,se sobretudo na modalidade virtual. Outro ponto a ser argumentado,é o papel desempenhado por influencer digitais,por intermédio de propagandas.De modo,que subsidiariamente,será discorrido sobre a responsabilidade Civil desses proficionais.Com base no longo alcance de suas redes sociais.

Objetivo

A publicidade é livre para colocar a imagem de um artista conhecido a um produto. Porém porfiam se os mesmos possuiriam responsabilidade pela ilicitude. A qual sua imagem está ligado. Não somente preocupados com a remuneração recebida pela divulgação, mas tão somente com a integridade do produto. Sabendo que se algum produto apresentar algum problema eles respondem civilmente.

Material e Métodos

A pouco tempo atrás ao protagonizar uma propaganda no ano de 1998 para um relançamento ao mercado o anticoncepcional Microvla. A atris Maitê Proença pediu uma indenização de danos morais ao laboratório Schering, após uma mulher ter engravidado mesmo usando o anticoncepcional Microvla. Isso por que foi encontrado uma cartela contendo uma drágea a menos. A atris achou considerável fazer a propaganda por se tratar de um medicamento gasto por mulheres carente, porém houve uma confrontação entre a imagem da Maitê e categoria do produto. Assim foi Estimado o valor de danos morais, a 2 mil salário mínimo R$ 150 mil á atris Maitê Proença. Porém hoje se algo do mesmo acontecer ambos serão Solidários.

Resultados e Discussão

A responsabilidade pelo vício do produto ou serviço. Tratam de problemas intrínsecos ou seja estão relacionados ao próprio produto em relação a sua qualidade ou quantidade. Como dispõe o Código de defesa do Consumidor

(CDC) Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas." O texto trata dos fornecedores todos que estão inseridos na cadeia econômica,ate a divulgação e venda,a isso nós chamamos de obrigações solidárias.

Conclusão

Por fim assim fazendo com que os consumidores sintam confiantes com o produto, sabendo que se a imagem dos "digitais influencer " estiverem patrocinando um produto qualquer eles estão submetidos ao (CDC) art 18, assim eles estão obrigados com a responsabilidade de agir mediante o princípio da boa fé e da transparência com os seus respectiveis clientes.

Referências

BRASIL. Código Civil (CC) art 186 disponível em http://legislacao.planalto.gov.br/legisla/legislacao.nsf/Viw_Identificacao/lei%2010.406-2002?OpenDocument
Código de defesa do Consumidor (CDC) art 18 disponível em http://legislacao.planalto.gov.br/legisla/legislacao.nsf/Viw_Identificacao/lei%208.078-1990?OpenDocument
Tartuce, Flávio, 1976- Manual de direito civil : volume único / Flávio Tartuce. – 13. ed. – [2. Reimp.] – Rio de Janeiro : Método, 2023.