É certo que a sociedade evolui mais rápido que o Direito, visto que os dispositivos legais não acompanham a velocidade do desenvolvimento de uma sociedade. Essa questão reflete na tecnologia e nas redes sociais que é um meio que está em constante evolução.

Instagram

É uma rede social que foi criada em 2010 e desde então está em constante transformação, aumentando cada vez mais o número de usuários que usufruem dessa plataforma.

Digital Influencer

O termo digital influencer se popularizou no Brasil em meados de 2016 e 2017, podendo ser definido como pessoas anônimas que geram **identificação** a um determinado público.

Por meio de estratégias de marketing, o digital influencer induz vários seguidores a comprar o serviço ou produto que ele faz a propaganda. Por isso, fala-se que eles detém do poder de persuasão.

Responsabilidade Civil do Digital Influencer

Como não há previsão legal sobre a responsabilidade em torno do digital influencer, muito se discute sobre o assunto.

Parte da doutrina civilista entende que, pelo fato do digital influencer fazer parte da **cadeia produtiva**, ele responde em conjunto com a empresa pela falha do serviço.

Assim, fala-se que a responsabilidade é em caso de falha no produto ou serviço. Isso porque, ha uma quebra da confiança com o público. Por isso, é necessário que o digital influencer garanta a qualidade do produto/serviço.

Diante disso, há uma solidariedade na cadeia de fornecimento, podendo o digital influencer, ser igualmente responsabilizado e penalizado.

Lembrando que, tais explanações ainda não foram pacificadas pela doutrina e jurisprudência.

Caso a qualidade e vantagem do produto ou serviço não seja real, há uma violação da boa-fé e da confiança, além de ofender o princípio da transparência e informação.