



**XXXIII SIC** SALÃO INICIAÇÃO CIENTÍFICA

<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2021: SIC - XXXIII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2021
<b>Local</b>	Virtual
<b>Título</b>	A responsabilidade civil dos influencers e a veiculação da realização de procedimentos estéticos nas redes sociais
<b>Autor</b>	ANNA CAROLINA ZANELLA MACHADO CARRION
<b>Orientador</b>	MARIA CLAUDIA MERCIO CACHAPUZ

## **A responsabilidade civil dos influencers e a veiculação da realização de procedimentos estéticos nas redes sociais.**

Diante da popularização da tecnologia e, conseqüentemente, das redes sociais, foram ganhando destaque pessoas que as usavam para compartilhar suas vidas com seus seguidores. Desta forma, criou-se um novo tipo de celebridade, chamado de influenciador digital. Nesse contexto, o presente estudo será realizado a fim de investigar se há a necessidade da responsabilização civil dos influenciadores que veiculam conteúdo publicitário, ou não, que tenha relação com a realização de procedimentos estéticos e cirúrgicos nas suas redes sociais. Os objetivos da pesquisa são conhecer mais sobre a atividade do influenciador digital, trazendo este tópico também para o meio jurídico; entender como são as leis brasileiras atuais em relação à responsabilidade civil e descobrir se os influenciadores são passíveis de serem responsabilizados civilmente em relação a divulgação de postagens de cunho estético e cirúrgico que veiculam em suas redes sociais, considerando que a profissão de influenciador digital ainda não é regulamentada no Brasil e que não é o influenciador o executor do procedimento cirúrgico ou estético que divulga. A metodologia utilizada na pesquisa constitui-se em pesquisa bibliográfica – que foi realizada por meio de livros, reportagens e artigos encontrados sobre essa temática – e análise de leis e resoluções brasileiras e estrangeiras sobre responsabilidade civil e o papel do influenciador digital. O resultado alcançado foi o da ideia de criação de um código de ética que estimule a distinguir o que é o espaço publicitário e regule a forma de veiculação de conteúdo, seja ele publicitário ou não, sendo esta uma alternativa antes de responsabilizar o influenciador digital civilmente por produtos ou serviços que não são produzidos ou executados por ele e, ainda, frente às suas atitudes veiculadas nas suas redes sociais, mesmo que não tenham teor publicitário, visto que, ainda que não haja ganhos financeiros, atingem muitos seguidores em cada postagem.