# DIREITO TRABALHISTA DO INFLUENCIADOR DIGITAL

**Autor(res)**

Rayza Dos Santos Rocha
Natália Silva Melo
Gabriel Oliveira Barros
Marcio Luis Oliveira Costa Filho
Alisson Henrique Alves De Sousa

**Categoria do Trabalho**

Trabalho Acadêmico

**Instituição**

FACULDADE ANHANGUERA DE IMPERATRIZ

**Introdução**

O termo “influência digital” advém de uma grande transformação tecnológica na virada dos anos 2000, o que antes era comum de se ver nas televisões com o marketing e merchandising de todo tipo de produto passou a ser divulgado em uma pequena tela de variadas maneiras, desde anúncios a publicidade falada, mais conhecido como “publis” ou “ad”, no inglês.
Com isso, gera o questionamento “Isso pode ser configurado como emprego?” ou até “Isso de alguma forma é um vínculo empregatício?”, em 2018 o projeto de lei 1138/2022 sobre a configuração do “influencer digital” como uma profissão foi proposta com uma série de critérios para sua regulamentação.
Existem casos de que alguns já trabalham no regime da CLT devido a já trabalharem em mídias digitais como na TV, os serviços prestados por um influencer digital são previstas a partir do Artigo 593 do Código Civil, já que não há leis trabalhistas para tal prestação de serviço constitui-se no Código.

**Objetivo**

O trabalho tem como objetivo investigar, analisar e levantar reflexão a respeito da formalização do trabalho de influenciadores digital no Brasil. De acordo com a Constituição Federal e a CLT.

**Material e Métodos**

Através do presente estudo qualitativo tendo como base materiais bibliográficos da Internet, além do senso comum, o trabalho foi desenvolvido a partir de uma discussão acerca do tema entre os componentes do grupo, tendo em vista que necessidade de entender quais aspectos o assunto teria, além de uma pesquisa por meio dos Códigos Jurídicos Brasileiro para poder elaborar o estudo. O trabalho busca por meio de uma pesquisa exploratória embasada em uma fundamentação sólida da temática exposta.

**Resultados e Discussão**

No entanto, mesmo que sem uma regulamentação, com base no Artigo 593 do Código Civil “A prestação de serviço, que não estiver sujeita às leis trabalhistas ou a lei especial, reger-se-á pelas disposições deste Capítulo”.

Isto é, mesmo que sem uma lei especificada, já é previsto que a prestação de serviço quando não dependente das leis trabalhistas são reguladas pelo Código Civil.
Portanto, mesmo que o influenciador digital não sendo considerado como profissão e, logo, não havendo relação de emprego (por meio da CLT, por exemplo) é possível um acordo por meio de um contrato de prestação de serviço se baseando nas leis do CC, no Artigo 594 CC deixa isso mais claro “Toda a espécie de serviço ou trabalho lícito, material ou imaterial, pode ser contratada mediante retribuição”.

## Conclusão

A “influência digital”, por mais que não seja consideravelmente uma temática nova foi capaz de gerar o pedido de sua regulamentação através da PL 1138/22, por meio dela abriu-se o desenvolvimento para tornar essa atividade como sendo profissional e regulada por Lei, o que, foi recusada pelo Senado, dando continuidade a não regulamentação desses exercícios. Sendo protegida tanto pelo artigo 594 CC.

## Referências

PADRÃO, Márcio. Influencer: entre glamour e perrengues, profissão pode ganhar lei. 03 jun. 2023. Disponível em: https://canaltech.com.br/amp/empregos/influencer-entre-glamour-e-perrengues-profissao-pode-ganhar-lei-217716/

FERNANDO AMADEU, Ademir. Como funciona o contrato de digital influencer. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/artigos/como-funciona-o-contrato-de-digital-influencer/1353187708