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