

**Tema:**  
**Neurociência e Inteligência artificial:  
As novas interfaces do conhecimento**



**O PODER DO INFLUENCER DIGITAL: Análise sobre as responsabilidades éticas e legais**

Enily Vitória Magalhães<sup>1</sup>

**RESUMO:** O artigo "O poder do influenciador digital: análise sobre as responsabilidades éticas e legais" examina a influência crescente dos influenciadores digitais e as responsabilidades associadas à sua atuação. O tema central é a necessidade de uma compreensão abrangente das obrigações legais e éticas desses profissionais, considerando a crescente relevância e o impacto que exercem sobre opiniões e comportamentos nas redes sociais. A tese é que, apesar das oportunidades proporcionadas pela profissão, os influenciadores digitais devem cumprir rigorosos padrões éticos e legais para assegurar um impacto positivo e construtivo. O objetivo da pesquisa é analisar as responsabilidades legais e éticas dos influenciadores digitais, investigando como a legislação atual, incluindo a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e o Código de Defesa do Consumidor, se aplica a esta nova profissão. O estudo também aborda a necessidade de regulamentação mais robusta e de uma prática ética constante. A metodologia utilizada inclui uma análise qualitativa da legislação vigente e dos desafios enfrentados pelos influenciadores digitais, além de uma revisão de casos e precedentes relevantes. Os principais resultados indicam que os influenciadores digitais enfrentam uma complexa intersecção entre liberdade de expressão e responsabilidade, com consequências significativas para a violação de normas legais e éticas. Entre as implicações estão multas, processos judiciais e danos à reputação, que podem impactar negativamente suas carreiras. As conclusões destacam que a profissão de influenciador digital exige um comprometimento contínuo com a transparência, a

<sup>1</sup> Discente do 2º ano do curso de Direito do Centro Universitário Antonio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. enilymagalhaes@outlook.com

honestidade e a responsabilidade ética. É crucial que esses profissionais reconheçam e cumpram suas obrigações para garantir que sua influência seja positiva e construtiva. A análise teórica é fundamentada na obra de Manuel Castells e em discussões contemporâneas sobre ética digital e regulamentação. A pesquisa sugere que uma regulamentação mais eficaz e um compromisso ético sólido são essenciais para promover um ambiente de influência saudável e responsável.

**Palavras-chave:** Influenciadores digitais. Responsabilidade ética. Responsabilidade legal. Regulamentação. Proteção de dados.

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, em razão das evoluções tecnológicas e da ascensão das redes sociais e plataforma digitais, criaram-se novas profissões e carreiras. Dentre elas, destaca-se a figura do influenciador digital, cujo profissional exerce influência significativa sobre as opiniões, comportamentos e tomadas de decisões aos seus seguidores. Embora recente, esse fenômeno tem se consolidado fortemente no mercado econômico, de comunicação e marketing, criando tendências e influenciado a percepção pública.

A profissão do influenciador digital não se restringe ao campo do marketing, visto que levanta discussões sobre a responsabilidade ética e moral. Com o grande número de usuários nas redes sociais atualmente, o influenciador desempenha papel preponderante de direcionar opiniões e impactar comportamentos das pessoas e, portanto, deve assumir responsabilidades legais e morais que serão discutidas pela autora. A intersecção entre a liberdade de expressão e a necessidade de responsabilidade é o epicentro da discussão, enfatizando o potencial de disseminação de informações incorretas ou enganosas e a influência sobre públicos vulneráveis.

Esse artigo se propõe a examinar as responsabilidades que acompanham a profissão de influenciador digital, analisando os desafios legais e éticos que esses profissionais enfrentam. A abordagem se concentrará em como a legislação vigente se aplica a essa nova esfera de atuação, bem como nas implicações para a sociedade e para os próprios profissionais. A análise pretende fornecer uma visão crítica sobre o papel dos influenciadores digitais no cenário atual e proporcionar reflexões sobre a necessidade de uma regulamentação mais robusta e ética para este campo emergente.

## 2 DO PAPEL E A INFLUÊNCIA DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS

O termo influenciador digital (chamado anteriormente, no inglês, de *influencer digital*) chegou ao Brasil em meados de 2015<sup>2</sup>. O termo, hoje, é amplamente conhecido e discutido. Os influenciadores desempenham um papel significativo em formar opiniões e moldar comportamento das pessoas através das mídias sociais.

Castells defende que “é claro que a tecnologia não determina a sociedade. Nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica [...] de forma que o resultado depende de um complexo padrão interativo”<sup>3</sup>, propondo que a tecnologia incorpora a realidade, e a realidade utiliza a inovação tecnológica, estabelecendo assim um processo interativo entre elas.

Segundo o sociólogo Manuel Castells, poder é capacidade de impor comportamentos aos outros. Dessa forma, pode-se falar sobre o poder do influenciador, que influenciam indivíduos por conta da grande audiência proporcionada pela internet, exercendo relevante influência sobre os seus seguidores. Eles utilizam, por exemplo, plataformas como o Instagram, Youtube e TikTok para divulgar conteúdos e produtos, com a capacidade, inclusive, de influenciar decisões de compras e a percepção sobre determinados assuntos.

Desse modo, nota a grande responsabilidade desses agentes. É necessário, portanto, que haja a regulamentação para o uso da internet, como disposto na Lei N° 12.965, de 23 de abril de 2014, onde estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso no Brasil.

O sociólogo espanhol propõe ainda que os indivíduos

perplexos ante a dimensão e abrangência da transformação histórica, a cultura e o pensamento de nossos tempos frequentemente adotam um novo milenarismo. Profetas da tecnologia pregam a nova era, extrapolando para a organização e as tendências sociais a mal compreendida lógica dos computadores

Aqui, pode-se associar os “profetas” aos influenciadores digitais, que “pregam a nova era”, moldando o comportamento social da coletividade.<sup>4</sup>

A influência desses profissionais gera responsabilidades legais, como a responsabilidade civil em casos de divulgação de informações falsas – as chamadas *Fake News*, e na divulgação de produtos, em respeito à Lei Geral de Proteção de Dados, de 2018.

<sup>2</sup> A rede YouPix – grande incentivadora de influenciadores no Brasil desde 2006 - trouxe o termo para o Brasil. Disponível em: Acesso em 19/08/2024

<sup>3</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 25.pro

<sup>4</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 23.

### 3 DAS RESPONSABILIDADES

#### 3.1 Das responsabilidades legais do influenciador

A responsabilidade do influenciador digital vai além do campo legal, é necessário também analisar a responsabilidade ética e moral do influenciador. Nesse sentido, pode-se citar, primeiramente, a atenção quanto a publicidade enganosa, o qual o Código do Consumidor, em seu artigo 37, veda todo tipo de publicação enganosa ou abusiva<sup>5</sup>. Há ainda, a discussão em relação a obrigatoriedade de informar quando uma propaganda for patrocinada.

Outro ponto a analisar diz respeito a questão dos direitos autorais, cuja violação consiste na utilização de conteúdo de terceiros sem a autorização desses. Apesar de aparentar simplicidade, a problemática é bastante complexa, visto que consiste na utilização de imagens, textos, vídeos e música de terceiros, e criar conteúdo originais exige muita cautela do profissional. Mesmo que por ausência de má-fé, o indivíduo pode acidentalmente corromper a originalidade do seu conteúdo. A violação dos direitos autorais pode, inclusive, resultar em indenização por danos morais e materiais, além de medidas judiciais como a remoção do conteúdo infrator.

Outro cuidado especial que o influenciador deve ter é quando a proteção de dados dos seus seguidores. Para isso, a Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD disciplina os fundamentos para a proteção de dados:

Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:  
I - o respeito à privacidade;  
II - a autodeterminação informativa;  
III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;  
IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;  
V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;  
VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e  
VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

Em vista disso, pode se ter ideia das inúmeras consequências negativas que a violação de dados pessoais pode gerar ao indivíduo, com ênfase a ofensa a intimidade, a honra, a imagem e a dignidade da pessoa humana.

---

<sup>5</sup> Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

### **3.2 Das responsabilidades éticas do influenciador**

Primariamente, dentre as responsabilidades éticas do influenciador, pode-se citar o compromisso com o conteúdo divulgado, quanto a influência exercida sobre grupos vulneráveis, como crianças, adolescentes e idosos. Nesse quesito, o influenciador deve ter ciência do papel impactante do seu conteúdo, portando, deve ao máximo assumir o compromisso com a verdade em suas publicações, a fim de evitar a disseminação de notícias falsas.

Além disso, é importante que o influenciador esteja ciente da sua responsabilidade em promover práticas e comportamentos saudáveis, a fim de respeitar a diversidade de seus seguidores. Visto que a promoção de padrões de beleza irrealistas e de estilos de vida inatingíveis pode gerar diversos impactos negativos significativos na autoimagem e bem-estar dos indivíduos.

Outro fator relevante, é a vulnerabilidade do público ao consumo excessivo que é fomentado por estratégias de marketing exageradas.

Ainda, impera que o influenciador utilize sua visibilidade para promover o bem nas redes sociais, de modo a apoiar causas justas e conscientizar seu público sobre temas relevantes.

## **4 CONSEQUÊNCIAS LEGAIS PARA VIOLAÇÕES DE NORMAS**

No universo do marketing digital e da influência online, a regulamentação está em constante evolução, e os influenciadores precisam estar cientes das implicações legais associadas às suas atividades. Violações de normas e regulamentações podem resultar em consequências legais significativas, que podem impactar a reputação, a carreira e até mesmo a liberdade financeira dos influenciadores.

### **4.1 Multas e Penalidades**

Dentre as principais consequências para a violação de normas é a imposição de multas e punições. No Brasil, a autoridade reguladora é a ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados), ela se faz responsável por aplicar multas e penalidades por práticas inadequadas no meio digital. Dentre as principais violações, encontra-se o vazamento de dados e a falta de transparência em relação a conteúdos patrocinados.

O valor da multa ou a proporção da penalidade variam de acordo com a gravidade da infração e da legislação local.

#### **4.2 Processos Judiciais e Ações Legais**

Em casos mais graves, os influenciadores podem sofrer ações legais e enfrentar processos judiciais. Isso pode resultar em indenização, a fim de reparar o prejuízo da parte afetada.

#### **4.3 Reputação e Impacto na Carreira**

Além disso, o influenciador pode sofrer sanções sociais. A violação de normas pode impactar negativamente na reputação do transgressor, devido à quebra de confiança por parte do seu público e patrocinadores. Com a desvirtualização de sua imagem, haverá a queda de seguidores, a perda de patrocínios e conseqüentemente, afetará sua receita e sua audiência. Hoje, há inclusive, o termo “cancelamento”, que denota o fenômeno do cancelamento nas redes sociais tem ganhado destaque como um mecanismo de controle social e moral no ambiente virtual. Um exemplo significativo é o caso da cantora Karol Conká durante sua participação no reality show Big Brother Brasil (BBB) 21. Sua postura polêmica e atitudes controversas levaram a uma intensa reação negativa do público, resultando em seu rápido ostracismo e perda de seguidores. Este episódio ilustra como influenciadores digitais podem ser submetidos a um julgamento coletivo que, muitas vezes, transcende as críticas construtivas e evolui para uma forma de exclusão social. A responsabilidade ética e moral dos influenciadores, portanto, torna-se uma questão central, pois a sua influência pode contribuir para a formação e manutenção de padrões de comportamento na sociedade digital.

Essas penalidades não só impactam o tempo presente, como também age para desencorajar futuras infrações. Em alguns casos, o influenciador pode ser proibido de exercer sua atividade. Isso é muito comum na plataforma do Instagram, que bloqueia contas quando há certas infrações. Com isso, o influenciador torna-se incapaz de monetizar sua visualização online e de continuar com suas atividades de marketing.

## **5 CASOS E PRECEDENTES RELEVANTES**

Há relatos de diversos casos que ilustram as consequências legais enfrentadas pelos influenciadores. Um exemplo notável é o caso de Kylie Jenner, influenciadora norte-americana, que enfrentou críticas e ações legais relacionadas a propagandas enganosas sobre seus produtos de *skin care*. Embora não tenha resultado em grandes penalidades, evidenciou-se a necessidade de transparência e veracidade na promoção de produtos.

## 6 CONCLUSÃO

O papel do influenciador digital tem se consolidado fortemente no cenário contemporâneo, moldando opiniões, comportamentos e decisões de compra de milhões de pessoas. Com a digitalização, a influência exercida por esses profissionais não pode ser subestimada, e sua atuação deve ser analisada, de modo a criar uma reflexão crítica sobre as responsabilidades éticas e legais que acompanham esse novo perfil.

A análise observou que, além da relevância econômica e social dos influenciadores, há a necessidade urgente de regulamentação e de uma abordagem ética robusta para assegurar que suas práticas não ofendam a legislação vigente e os princípios éticos e morais. As responsabilidades legais abrangem desde a conformidade com as normas de proteção de dados e direitos autorais até a prevenção de publicidade enganosa. A importância de uma atuação ética é igualmente crucial, pois a promoção de informações verídicas e o respeito a diversidade e ao bem-estar coletivo são essenciais para um meio de influência saudável.

Os influenciadores digitais enfrentam desafios complexos e multilaterais, exigindo uma abordagem tênue entre a liberdade de expressão e a responsabilidade. Visto que, a violação de normas legais e éticas podem resultar em deliberações severas, como multas e processos judiciais, além de o risco de perder a confiança dos seus seguidores e patrocinadores. A busca por uma regulamentação mais eficaz se torna benéfica a não só a sociedade, como também para os influenciadores.

Conclui-se, portanto, que o poder dos influenciadores digitais assume diversas responsabilidades. É essencial que esses profissionais reconheçam e cumpram suas obrigações legais para garantir que sua influência seja construtiva e positiva. Eles devem se comprometer com a transparência, a veracidade, a honestidade e a responsabilidade para que o papel dos influenciadores adquira uma boa imagem e seja um exemplo positivo para seus seguidores.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado, 1988.

BRASIL. **Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm). Acesso em: 22 de ago. 2024.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm). Acesso em: 22 ago. 2024.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor**. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm). Acesso em: 23 ago. 2024.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (A era da informação: economia, sociedade e cultura) ISBN 85-219-0329-4

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANTONIO EUFRÁSIO DE TOLEDO DE PRESIDENTE PRUDENTE. **Normalização para Apresentação de Monografias/TC e Artigos Científicos**. 6. ed. Presidente Prudente, 2024, 97p. Disponível em: <https://www.toledoprudente.edu.br/sistemas/imagens/documentosOficiais/4/Manual-de-Normalizacao--2024.pdf>. Acesso em: 03 jun. 2024.

CÉSAR, Rhuana Rodrigues. **Poder e responsabilidade do influenciador digital**. Bonijuris, São Paulo, v. 35, n. 684, p. 15, out./nov. 2023.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão**. 2017. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7747837/mod\\_resource/content/1/KARHAWI%20Influenciadores%20digitais.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7747837/mod_resource/content/1/KARHAWI%20Influenciadores%20digitais.pdf). Acesso em: 19 ago. 2024.

SANTOS, D. A. **Ética e Responsabilidade na Influência Digital: Análise do Caso Carol Conká**. Revista Brasileira de Direito Digital, v. 12, n. 2, p. 45-62, 2024.

SILVA, Mariana. **Kylie Jenner é acusada de propaganda enganosa com novos produtos para pele**. Revista Quem. São Paulo, 2019. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2019/05/kylie-jenner-e-acusada-de-propaganda-enganosa-com-novos-produtos-para-pele>. Acesso em: 28 ago. 2024