

**Data da aprovação: 09/12/2021**

## **A INFLUÊNCIA DIGITAL E A RESPONSABILIDADE CIVIL MÉDICA EM CIRUGIAS PLÁSTICAS**

Maria Eduarda Lopes Lisboa<sup>1</sup>

Walber Cunha Lima<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Atualmente, mesmo querendo quebrar a ideologia pregada de um corpo “perfeito”, ainda é imposto pela sociedade um padrão estético a ser seguido, principalmente, nas mídias sociais, onde os influenciadores digitais, se submetendo a diversos tipos procedimentos estéticos, assim levando seus seguidores a procurar um cirurgião plástico para obter um corpo igual daquela pessoa usada como inspiração. Porém, de acordo com cada tipo de corpo o resultado muda, ficando semelhante ao pedido ou as vezes até diferente, desse modo muitos pacientes ficam insatisfeitos com o resultado e trazendo problemas ao cirurgião plástico. Desse modo, o objetivo do presente trabalho é analisar até onde a responsabilidade médica e civil vai diante a obrigação de meio e quando é possível fazer a utilização do Código do Consumidor e mostrar à proporção que os influenciadores digitais atingem os seus seguidores e como eles podem trazer problemas aos cirurgiões plásticos nos resultados finais de seus procedimentos. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, desenvolvida através do método dialético e comparativo, partindo da análise histórica do tipo “ideal de corpo” até os dias atuais, adentrando na influência das mídias digitais na procura de cirurgiões plásticos, mostrando o quanto é prejudicial ao profissional e fazendo uma análise na responsabilidade civil e médica; na obrigação de meio e resultado; e no Código do Consumidor.

**Palavras-chaves:** Mídia digital. Redes sociais. Influenciadores digitais. Reponsabilidade civil e médica. Cirurgias plásticas estéticas. Resultado final.

---

<sup>1</sup> Discente do curso de direito do Centro Universitário do Rio Grande do Norte. E-mail: mell\_mariaeduarda@hotmail.com

<sup>2</sup> Professor-orientador. Doutor em Ciências Sociais - UFRN. Docente do Curso de Direito do Centro Universitário do Rio Grande do Norte – UNI-RN. E-mail: walber@unirn.edu.br.

## ***DIGITAL INFLUENCE AND MEDICAL CIVIL RESPONSABILITY IN PLASTIC SURGERIES***

### **ABSTRACT**

Currently, even wanting to break the preached ideology of a "perfect" body, an aesthetic standard to be followed is still imposed by society, mainly in social media, where digital influencers undergoing various types of aesthetic procedures, thus leading his followers to seek out a plastic surgeon to obtain a body like the person used as inspiration. However, according to each type of body the result changes, becoming similar or sometimes even different, in this way many patients are dissatisfied with the final result and bringing problems to the plastic surgeon. Thus, the objective of this work is to analyze how far medical and civil liability is the obligation of means and when it is possible to make use of the Consumer Code and show the proportion that digital influencers reach their followers and how they can bring problems to plastic surgeons in the final result. It is a qualitative research, developed through the dialectical and comparative method, starting from the historical analysis of the "ideal body" type to the present day, exploring the influence of digital media in the search for plastic surgeons, showing how much it is harmful to the professional and analyzing civil and medical liability; in the obligation of means and result; and in the Consumer Code.

**Keywords:** Digital media. Social networks. Digital influencers. Civil and Medical Responsibility. Aesthetic plastic surgeries. Final Result.

## 1 – INTRODUÇÃO

De acordo que a tecnologia veio avançando, cada vez mais as redes sociais vieram se tornando popular, assim também como os influenciadores digitais, as novas personalidades do mundo digital, da publicidade, da propaganda e do marketing.

Atualmente, mesmo querendo quebrar a ideologia pregada de um corpo “perfeito”, ainda é imposto pela sociedade um padrão estético a ser seguido, principalmente, nas mídias sociais, onde os influenciadores digitais acabam levando seus seguidores a procurar um cirurgião plástico para obter um corpo igual daquela pessoa usada como inspiração. Porém, de acordo com cada tipo de corpo o resultado muda, ficando semelhante ao pedido ou as vezes até diferente, desse modo muitos pacientes ficam insatisfeitos com o resultado final e trazendo problemas ao cirurgião plástico.

Desse modo, o objetivo do presente trabalho é analisar até onde a responsabilidade médica e civil vai diante a obrigação de meio e quando é possível fazer a utilização do Código do Consumidor e mostrar a proporção que os influenciadores digitais atingem os seus seguidores e como eles podem trazer problemas aos cirurgiões plásticos nos resultado final. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, desenvolvida através do método dialético e comparativo, partindo da análise histórica do tipo “ideal de corpo” até os dias atuais, adentrando na influência das mídias digitais na procura de cirurgiões plásticos, mostrando o quanto é prejudicial ao profissional e fazendo uma analisa na responsabilidade civil e médica; na obrigação de meio e resultado; no Código de Defesa do Consumidor, na legislação do CONAR, Marco Civil da Internet, Código Civil.

## 2 – RESPONSABILIDADE CIVIL

A responsabilidade civil, surgiu através da vingança da sociedade, passou pela Lei do Talião até que chegou na Roma Antiga com a *Lex aquila*, onde sucedeu a responsabilidade civil, base na teoria da culpa, ou seja, a responsabilidade civil subjetiva. (SILVA, 2019)

A palavra “responsabilidade” origina-se do latino *respondere*, no qual significa a obrigação de que alguém tem de assumir com as consequências jurídicas de sua conduta, podendo ser por negligência, imprudência ou imperícia. (DINIZ,2017, p.528)

Para a jurista, advogada e professora, Maria Helena Diniz a responsabilidade civil é (GAGLIANO; PAMPLONA FILHO, 2020, p.45):

“Aplicação de medidas que obriguem alguém a reparar dano moral e/ou patrimonial causado a terceiro em razão de ato próprio imputado, de pessoa por quem ele responde, ou de fato de coisa ou animal sob sua guarda, ou, ainda de simples imposição legal. A reponsabilidade requer prejuízo a terceiro, particular ou Estado, de modo que a vítima poderá pedir reparação do dano, traduzida na recomposição do *statu quo* ante ou em importância em dinheiro.”

A responsabilidade civil tem como objetivo assegurar as vítimas do dano de garantia da tutela integral ao interesse violado, aplicando ao agente uma sanção indenizatória.

No Brasil, o princípio da responsabilidade com base na culpa é utilizado no Código Civil de 2002 (BRASIL, 2002). Esse princípio está explícito no artigo.927, *verb*:

**Art. 927.** Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

**Parágrafo único.** Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

Nos artigos 186 e 186 do Código Civil de 2002 (BRASIL, 2002), está redigido:

**Art. 186.** Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

**Art. 187.** Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.

## 2.1 – DIFERENÇA ENTRE OBRIGAÇÃO E RESPONSABILIDADE

É de extrema importância sabermos a diferença entre a obrigação e a responsabilidade, visto que a obrigação onde o credor (sujeito ativo) possui o direito de exigir de seu devedor (sujeito passivo) o cumprimento de uma prestação. (GONÇALVES,2021, p.41)

Já a responsabilidade, só vai existir quando o sujeito passivo não cumpre a sua obrigação, assim sendo, a consequência jurídica patrimonial do descumprimento das relações obrigacionais. Ou seja, a obrigação é o dever jurídico originário, e a responsabilidade, o dever jurídico sucessivo, decorrente do descumprimento da primeira. (GONÇALVES,2021, p.42).

## 2.2 – TIPOS DE RESPONSABILIDADE CIVIL

Pela doutrina, a reponsabilidade civil é classificada tanto pela função de culpa: responsabilidade objetiva e subjetiva; como também em função a sua natureza: responsabilidade contratual e extracontratual.

Na responsabilidade objetiva, é irrelevante se houve a conduta culposa ou dolosa daquele que causou, sendo fundada apenas no risco, ou seja, se existe o nexo causal entre o prejuízo sofrido pela vítima e a conduta do agente para que assim surja o dever de indenizar, assim, se caracterizando por três requisitos; conduta (ação ou omissão), dano e nexo de causalidade. Já a responsabilidade subjetiva, é aquela em que a culpa ou dolo foi causada por uma ação ou omissão, lesionado a vítima. (SANTOS,2012)

Em relação a sua natureza, a responsabilidade contratual decorre do descumprimento de um negócio jurídico bilateral ou unilateral, resultando em um ilícito contratual, não havendo o cumprimento e mora no cumprimento da obrigação. Maria Helena Diniz define como uma infração a um dever especial estabelecido pela vontade dos contratantes; por isso, decorre de relação obrigacional preexistente e pressupõem capacidade para contratar. Ela se baseia no dever do resultado, no qual acarretara a presunção da culpa pela inexecução previsível e evitável da obrigação nascida da convenção prejudicial à outra parte. (SANTOS,2012)

Ademais, o ônus da prova da responsabilidade contratual, é de competência do devedor, no qual tem que provar o inadimplemento, a inexistência da culpa ou a presença de qualquer excludente do seu dever de indenizar.

Por fim, assim como a responsabilidade contratual, a extracontratual terá como consequência jurídica: a obrigação de reparação de danos causado a outrem. Porém, na reponsabilidade extrajudicial não está previsto em um contrato, assim, não existindo uma relação jurídica entre o agente e a vítima.

## 2.3 – A RESPONSABILIDADE CIVIL NA INTERNET

Atualmente, mesmo nem todas as regiões do mundo tendo acesso à internet, podemos dizer que ela se espalhou entre todas as classes sociais e não representa mais privilégios de determinados grupos restritos. Na verdade, o acesso à Internet no

mundo hoje é democrático, por isso o número de pessoas que usam as chamadas redes sociais aumenta a cada dia.

Com a popularização da Internet nos anos 2000, as redes sociais começaram a ganhar cada vez mais força no Brasil, com os serviços de entretenimento e comunicação. As redes sociais também mudaram a relação entre as pessoas e a sociedade com informações e necessidades instantâneas tão diversas. Ao mesmo tempo, acabou trazendo também diversos problemas dentro desse meio (MORIGI, 2017). As postagens de conteúdo de injúrias, difamatórias, caluniosas ou inverídicas violam os direitos básicos previsto no artigo 5º, inciso X da Constituição Federal (BRASIL, 1988), no qual prevê os direitos invioláveis, que são: “a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”.

Sem dúvidas, que em casos que haja a violação dos direitos, por meio das ações das redes sociais, o causador do dano ou seu responsável legal poderão ser chamados para reparar os prejuízos materiais e morais causados, em alguns casos, podendo até custear tratamento psicológico ao ofendido, dependendo da tamanha lesão causada. (MORIGI, 2017)

Uma das maiores e mais importantes conquistas da sociedade moderna, é a liberdade de expressão. Apesar de também ser um direito fundamental garantido pelo artigo 5º da Constituição Federal de 1988, na qual está ligada ao direito de manifestação de pensamento, porém muitos acabam confundindo e fazendo comentários que violam o direito da imagem, da vida privada, da honra etc.

### **3- INFLUENCIADORES DIGITAIS, SEUS IMPACTOS E A SUA RESPONSABILIDADE CIVIL**

Inicialmente, é importante destacar, que antes os influenciadores não eram associados a uma atividade profissional, eles eram apenas pessoas que possuíam carisma, personalidade, estilos ou entre outros, que produziam conteúdos muitas vezes por diversão.

De modo geral, o influenciador digital é um determinado indivíduo na qual tem a capacidade de influenciar um determinado público, através das redes sociais e plataformas digitais, onde constroem sua reputação com base o seu conhecimento ou experiência em determinada área.

Os influenciadores digitais, atuam também como fornecedores de opiniões sobre, produtos, marcas e até mesmo de assuntos políticos e sociais. E com essas informações passadas por essas pessoas, permitem que as empresas varejistas as vejam como beneficiadoras para os seus negócios, visto que a relação que existe entre o seguidor/consumidor e influenciador é de confiança e credibilidade para a empresa divulgada.

Assim, muitas marcas acabam contratando essas personalidades para realizar publicações em parceria para que determinado público possa aderir o produto. Então mesmo não sendo regularizadas existem leis que resguardam essas relações, são elas: o Código de Defesa do Consumidor, a legislação do CONAR, Marco Civil da Internet, Código Civil etc.

Essas novas personalidades do mundo digital, os influenciadores digitais, são provas do quanto a tecnologia e a globalização vêm avançando e ganhando espaço cada vez mais. Com os chamou *publiposts*, esses influenciadores atingem seu público-alvo, ou seja, aquelas pessoas que consomem o tipo de conteúdo e produto postado pelos influenciadores digitais, em uma certa rapidez.

Esses indivíduos que atuam diretamente com as mídias sociais, ditam um comportamento de ditadores de tendências, desde indicações de produtos até indicação de prestação de serviços; e formadores de opinião da internet.

### 3.1- A REGULAMENTAÇÃO DOS *PUBLIPOSTS* NAS REDES SOCIAIS

As postagens de propagandas realizadas pelos influenciadores digitais, são postados através de *storys* ou, postagem de fotos ou vídeos no feed em parceria com o produto contratante, no qual ficaram conhecidos como *publipost*. Como está enquadrado como uma atividade de publicidade e marketing, o órgão que regulamenta

essas postagens é o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, conhecida também por sua sigla o CONAR. (AZEVEDO; MAGALHÃES, 2020)

O CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), classifica as atividades realizadas pelos influenciadores digitais nas redes sociais, por meio dos *publiposts*, como anúncio publicitário, conceituado no art.18 do CONAR (BRASIL,1978), *in verbis*:

Artigo 18 Para os efeitos deste Código:

- a. a palavra anúncio é aplicada em seu sentido lato, abrangendo qualquer espécie de publicidade, seja qual for o meio que a veicule. Embalagens, rótulos, folhetos e material de ponto-de-venda são, para esse efeito, formas de publicidade. A palavra anúncio só abrange, todavia, a publicidade realizada em espaço ou tempo pagos pelo Anunciante;
- b. a palavra produto inclui bens, serviços, facilidades, instituições, conceitos ou ideias que sejam promovidos pela publicidade;
- c. a palavra consumidor refere-se a toda pessoa que possa ser atingida pelo anúncio, seja como consumidor final, público intermediário ou usuário.

O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR, é uma associação de direito privado, apartidária e sem fins lucrativos que surgiu na década de 80, cujo seu Estatuto Social estabelece suas finalidades, que são: de atuar como um órgão judicante nos litígios éticos que tenham alguma relação com os conteúdos publicitários, promover; sempre que possível, tentativas de conciliação nas representações éticas, bem como a liberdade de expressão publicitária e a defesa das prerrogativas constitucionais da propaganda comercial; divulgar e tutelar os princípios e normas do Código de Autorregulamentação publicitária; divulgar e tutelar os princípios e normas do Código de Autorregulamentação publicitária; zelar pela comunicação social, atuando como órgão judicante nos litígios éticos que tenham relação com os conteúdos publicitários, oferecer assessoria técnica sobre ética publicitária aos seus associados, consumidores e autoridades em geral (AZEVEDO; MAGALHÃES, 2020). Assim como está previsto no Art.15 do Código de Autorregulamentação dos Anúncios Publicitários:

Artigo 15 - Os padrões éticos de conduta estabelecidos neste Código devem ser respeitados por quantos estão envolvidos na atividade publicitária, sejam Anunciantes, Agências de Publicidade, Veículos de Divulgação, sejam Publicitários, Jornalistas e outros Profissionais de Comunicação participantes do processo publicitário. (BRASIL, 1978)



A definição de consumidor, é trazido no artigo 2º do Código de defesa do consumidor (BRASIL,1990), no qual diz:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo

Assim como também traz a definição de fornecedor, em seu artigo 3º:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. (BRASIL, 1990).

No Brasil, O Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) exige a identificação das propagandas de forma transparente e proíbe publicidades se cunho enganoso ou abusivo, de acordo com os princípios da identificação, da veracidade e da não abusividade.

#### **4- CIRURGIAS PLÁSTICAS NO BRASIL**

Os procedimentos de cirurgias plásticas vêm aumentando ano a ano, sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS, em inglês) aponta de que o número de cirurgias plásticas realizadas no mundo é 7,4% (sete virgula quatro por cento) superior ao de 2018 (5,6%). Em 2019, foram feitos 11.363.569 procedimentos, sendo 1.493.673 no Brasil, respondendo por 13,1% do total dos procedimentos, seguido dos Estados Unidos, com 11,9%. (PEREIRA, 2021)

O Brasil é o país mais que mais realiza cirurgias plásticas no mundo. Só início de 2021 a procura por cirurgias plásticas aumentou em 50%, sendo o segundo ano consecutivo em que a avaliação do ISAPS detecta a liderança do Brasil. (PEREIRA, 2021)

Segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), nos últimos 10 (dez) anos, aumentou em 141% (cento e quarenta e um por cento) o número de

procedimentos realizados entre jovens de 13 a 18 anos, sendo os procedimentos mais procurados: a mamoplastia (conhecida popularmente como implantação de silicone), rinoplastia e lipoaspiração. Só em 2016, 6,6% dos procedimentos realizados foram feitos em jovens até 18 (dezoito) anos. (LOURENÇO,2021)

Durante a quarentena, várias personalidades da internet aproveitaram seus tempos de folga para realizar alguns procedimentos, nomes como: uma das que possui um dos maiores engajamentos no país, Virginia Fonseca; a participante do *Big Brother* Brasil de 2020, Flay; a cantora Ludmilla; Giovanna Chaves, a jovem atriz de 18 anos, protagonistas de uma das grandes novelas infantis produzidas pela emissora de TV SBT, etc. Podendo assim observar, que a maioria realizou a famosa Lipo LAD, que apesar de remover o excesso de gordura, ela também modela e destaca os músculos, dando o tão famoso e desejado barriga de “tanquinho”. (LOURENÇO,2021)

Ademais, podemos relatar também famosos que falam abertamente de seus procedimentos estéticos, como a cantora Anitta, que em diversas entrevista fala de sua paixão por cirurgias plásticas

Entretanto, existe o outro lado da moeda, que são as personalidades da internet que não romantizam as cirurgias plásticas. Muito pelo contrário, eles alertam sobre os riscos que as cirurgias plásticas podem causar.

Um caso que ficou bastante conhecido no começo desse ano, foi a da influenciadora digital maranhense Thaynara OG, que ganhou fama durante o auge da rede social *Snapchat*, onde ela assim como demais influenciadoras já citadas, realizou a tão sonhada lipo LAD, porém Thaynara teve que ser internada na UTI (Unidade de Tratamento Intensivo) devido a complicações que teve durante a recuperação. Em uma entrevista para a revista *Vogue* Brasil, a influenciadora relembra:

“É uma agressão não só ao seu corpo, mas a sua cabeça. Depois, para tu ver como está tudo banalizado, que uma das pessoas na clínica falou: ‘Ah, essa lipo dá uma depressãozinha’. Assim, e eu nem sabia disso. Mexeu com a minha cabeça de uma forma que eu não estava entendendo por que chorava tanto”.

Entretanto, assim como existe o lado daqueles que romantizam as cirurgias plásticas, também tem aquelas que defendem a autoaceitação e desvendam os riscos que os esses procedimentos podem causar. (PEREIRA,2021)

#### 4.1 – CIRURGIAS REPARADORAS X CIRURGIA PLÁSTICA

Vale destacar, que nem toda cirurgia plástica possui o caráter estético. Também possui as cirurgias plásticas reparadoras no qual visam corrigir deformidades congênitas, ou sejam, aquelas que são de nascença ou aquelas que foram adquiridas ao longo da vida, seja por algum trauma sofrido, tratamento oncológico, ou qual déficit funcional que tenha surgido. Segundo os dados divulgado pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, pelo menos 40% (quarenta por cento) de todas os procedimentos realizados no nosso país têm cunho de reparação e visão reestabelecer a forma e a capacidade funcional de determinada parte do corpo. (PARENTE, 2018)

As cirurgias reparadoras mais procuradas, são: a reconstrução de mama, na qual a maioria que procura são pacientes com câncer de mama que precisam fazer a retirada total ou parcial do seio; a cirurgia de câncer de pele; linfedema; e microcirurgias de reparo, como reconstrução de cabeça e pescoço, de nervos periféricos etc. (PARENTE, 2018)

#### 5- MÍDIAS SOCIAIS E OS PROBLEMAS QUE ELAS CAUSAM.

Atualmente, as redes sociais vêm desempenhando importante no processo da insatisfação da própria aparência, visto que as postagens da maioria dos influenciadores digitais, passam a ideologia de um corpo perfeito, aquele corpo instagramavel. Assim levando seus seguidores a procurarem métodos, muitas vezes agressivos e arriscados, como: dietas líquidas, jejum intermitente de 24h, exercícios sem a supervisão de um profissional, cirurgias plásticas etc., para que possam obter o resultado do corpo perfeito imposto pelas mídias sociais.

Os jovens são o público mais afetados com essa ideologia de corpo “perfeito”. Desse modo, muitos acabam desenvolvendo distúrbios como, depressão, anorexia, bulimia, dentre outros distúrbios psíquicos e físicos.

A obsessão pela busca de um corpo perfeito, ficou conhecida por vigorexia, assim como a anorexia, ambas são motivadas pelos padrões de beleza de forma excessiva. Entretanto, enquanto a anorexia busca pela magreza que acabam passando dos limites, a vigorexia, o transtorno dismórfico muscular, busca por um

corpo extremamente musculoso, onde o corpo de um indivíduo e a imagem que ela tem de si mesmo são incomparáveis, ou seja, por mais que a pessoa seja musculosa, ele sempre vai se ver com uma aparência fraca. (BONFIM,2020)

## 5.1 – A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA SAUDE MENTAL

A influência da mídia na saúde mental através do consumo de Internet podem ser prejudiciais à estabilidade emocional e, nos casos mais extremos, gerar práticas danosas à integridade da vida.

Com a globalização, o contato entre pessoas mesmo em longas distancias foram facilitadas, um benefício trazido pela Internet. Em parte, isso trouxe inúmeras vantagens, mas, por outro lado, o acesso desenfreado à Internet vem gerando graves perigos. (HOSPITAL SANTA MÔNICA, 2020)

Os profissionais da saúde retratam a importância de buscar estratégias de proteção da saúde de crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos dominados pela mais nova doença do século: a adicção por Internet (AI). (HOSPITAL SANTA MÔNICA, 2020)

Durante a pandemia, essa situação ficou ainda mais preocupante com o isolamento social deixa as pessoas mais vulneráveis aos distúrbios psicológicos causados pela utilização exagerada de redes sociais. (HOSPITAL SANTA MÔNICA, 2020)

## 5.2 – AS REDES SOCIAIS E O CYBERBULLING

A UNICEF traz a definição de *cyberbullin* que diz:

*Cyberbullying* é o *bullying* realizado por meio das tecnologias digitais. Pode ocorrer nas mídias sociais, plataformas de mensagens, plataformas de jogos e celulares. É o comportamento repetido, com intuito de assustar, enfurecer ou envergonhar aqueles que são vítimas.

O cyberbullying se propagada através de mentiras ou fotos constrangedoras de alguém na rede social, enviar através das redes sociais mensagens com cunho de ameaças ou humilhação, ou até mesmo se passar por outra pessoa para enviara mensagens maldosas em nome de outrem.

Infelizmente, isso ocorre muito com aquelas pessoas que não estão dentro de um determinado padrão de beleza ou de um determinado comportamento, e assim,

também acaba surgindo a cultura do cancelamento, que acabam desencadeando doenças psíquicas.

## **6- O RESULTADO IMEDIATO E FINAL DAS CIRURGIAS PLÁSTICAS**

O resultado final de cada cirurgia plástica realizada muda de acordo com a parte do corpo que foi manipulada e de cada organismo. Em uma cirurgia plástica de rinoplastia, apesar das mudanças serem visíveis desde o primeiro mês, seu resultado aparece dentro de 6 (seis) meses a 1(um) ano; diferentemente da lipoaspiração, da dermolipectomia e da mamoplastia de aumento que atingem seu resultado dentro de um período de 6 (seis) meses. (FAVANO, 2017)

Acima de tudo, o resultado de uma cirurgia plástica está ligado diretamente ao pós-operatório do paciente, ou seja, dos cuidados que devem se ter após o procedimento estético, pois alguns descuidos podem prejudicar tanto no resultado como na saúde do paciente. (PEPINO, 2021)

## **7- A RESPONSABILIDADE CIVIL MÉDICA E DOS CIRURGIÕES PLÁSTICOS**

Atualmente no Brasil, para que seja considerado erro médico, é necessário a comprovação de que houve culpa ou dolo do médico em sua conduta, ou seja, tem que se comprovar que houve erro médico, que considerado uma das agressões mais graves ao bem jurídico da pessoa. O erro médico pode ser causado pela negligência, imprudência ou imperícia (CORREIA-LIMA, 2012)

De modo geral, o erro médico é o dano, que agrava à saúde do paciente no qual é provocado pela ação ou a falta desta ação pelo médico no seu exercício de profissão sem ter a intenção de cometê-lo. (GOMES; DRUMOND; FRANÇA, 2002)

A relação entre médico-paciente, dano-responsabilidade, é uma questão moral que aponta determinados modelos de conduta e trazendo as regras praticas da ação, assim surgindo o dever ético. No Código de Ética Médica, traz que a profissão de médico, sendo realizada para fins de serviço da saúde do ser humano, impõem a este profissional o dever de exercer a medicina com honra e dignidade, aprimorando suas técnicas e conhecimentos para trazer cada vez mais benefícios a seus pacientes. (CORREIA-LIMA, 2012)

A relação entre médico-paciente consiste em um contrato de prestação de serviço, onde se é estabelecido as obrigações entre as partes, na qual o médico será o prestador de serviço e o paciente, aquele que irá remunerá-lo pelo serviço prestado. Essa relação é protegida no Código Civil (BRASIL, 2002), nos artigos. 598 e 599, *verbis*:

Artigo 598 — A prestação de serviço não se poderá convencionar por mais de quatro anos, embora o contrato tenha por causa o pagamento de dívida de quem o presta, ou se destine à execução de certa e determinada obra. Neste caso, decorridos quatro anos, dar-se-á por findo o contrato, ainda que não concluída a obra.

Artigo 599 — Não havendo prazo estipulado, nem se podendo inferir da natureza do contrato, ou do costume do lugar, qualquer das partes, a seu arbítrio, mediante prévio aviso, pode resolver o contrato. Parágrafo único. Dar-se-á o aviso:

I. com antecedência de oito dias, se o salário se houver fixado por tempo de um mês, ou mais;

II. com antecipação de quatro dias, se o salário se tiver ajustado por semana, ou quinzena;

III. de véspera, quando se tenha contratado por menos de sete dias. (BRASIL, 2002)

Para o Conselho Federal de Medicina, as realizações das cirurgias plásticas constituem em atos médicos tem por finalidade trazer benefícios à saúde de seus pacientes, seja ela física, social ou psicológica.

A responsabilidade civil médica do cirurgião plástico é subjetiva, é aplicada uma pena indenizatória na qual obriga o médico a reparar danos patrimoniais ou Morais praticado contra seus pacientes devido aos atos médicos praticados com negligência, imprudência ou imperícia, deverá repará-los pelos danos, assim sendo respeitado o fundamento da responsabilidade civil.

Ademais, o que venha a ser acusado de responsabilidade civil esta lapidada nos artigos 186 do Código Civil (BRASIL, 2002) e artigo 14, § 4º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), conforme descrito a seguir:

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

(...) § 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa. (BRASIL, 1990)

## 7.1- A RESPONSABILIDADE DO CIRURGIÃO PLÁSTICO NO PÓS-OPERATÓRIO E NO RESULTADO

O cirurgião plástico atua em uma obrigação de resultado, ou seja, deve haver o cumprimento do cirurgião em entregar para o paciente o resultado desejado, entretanto o resultado não é garantido, visto que cada corpo possui sua recuperação e estrutura. Assim, em casos em que o médico entregue outro deve ser observado e comprovado a responsabilidade objetiva do médico. (SILVA,2021)

Como já foi trazido neste artigo, a procura por realização de cirurgias plásticas vem aumentando cada vez, e conseqüentemente, aumenta o número de ações indenizatórias na área, que ainda podem acumular danos morais e estéticos. Desta forma, é de extrema importância que o cirurgião adote medidas preventivas, evitando a responsabilização pelos resultados das intervenções que independam de suas capacidades técnicas.

É de extrema importância que os cirurgiões plásticos, exija de seus pacientes/clientes a assinatura de um Termo de Consentimento Informativo. Pois, é dever do médico informa o que ocorre desde o primeiro contato com o paciente até o pós-operatório, ou seja, do começo ao fim do procedimento. Além disso, o médico também tem o compromisso de alertar, indicar, prevenir, lembrar, aconselhar e advertir o paciente, além de avaliar riscos da cirurgia. Assim, o cumprimento desta etapa deste dever serve de alerta para o paciente, para que não haja uma determinada decepção com o resultado obtido. (MOURA; BARBOSA, 2021)

Durante esta etapa, a relação entre médico e paciente, e o direito à informação está previsto no Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), art. 6º, III, *verbis*:

Art.6º, III – A informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação corre de qualidade, características, composição, qualidade e preço, bem cimo sobre os riscos que apresentam.

Ainda, como complementos temos o art. 8º, do mesmo dispositivo legal, *verbis*:

Art. 8º - Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito. (BRASIL, 1990)

Deste modo, é de obrigatoriedade do cirurgião plástico (o prestador de serviço) oferecer informações adequadas e de forma clara aos seus pacientes (os consumidores), para que seja estabelecida uma igualdade substancial entre ambos, já que o paciente não entende das informações técnicas e científicas do procedimento a ser realizado. (MOURA; BARBOSA, 2021)

## 8- Conclusão

Com base em todo o estudo feito, podemos concluir, que os digitais influencers são fornecedores de conteúdo, que são contratados pelas empresas para propagar seus produtos, assim aumentando o alcance de um determinado público no qual estas empresas pretendem alcançar e conseqüentemente aumentando o número de vendas do produto divulgado. Assim, as empresas acabam investindo cada vez mais nesse novo modo de divulgação dentro das redes sociais ou plataformas de *streamings*.

Apesar de ser uma profissão regulamentada por diversos Códigos já existentes, regulamentação brasileira ainda é considerada insuficiente, devido ao não endereçamento a questões específicas relativas ao digital influencer, assim levando a ter uma insegurança jurídica e assim também existindo uma insuficiência na proteção do consumidor no meio digital. Portanto, tendo que incluir na regulamentação brasileira uma fiscalização ao digital influencer por autoridades, como também a fiscalização dos conteúdos vinculados ao público infantil, fazendo com que seja passado ao consumidor um conteúdo claro e compreensível.

Ademais, esses influenciadores acabam implantando em seus conteúdos a realização de procedimentos estéticos para se encaixarem no estereótipo de beleza idealizada por grande parte da sociedade, conseqüentemente acabam levando seus consumidores a buscarem os mesmos procedimentos estéticos ou até mesmo treinos e dietas que eles realizam, e acabam levando aos seus consumidores de conteúdo à procurarem a fazerem também, mesmo sem saberem dos riscos que estão correndo. Entretanto, essas personalidades digitais acabam romantizando, e as vezes nem alertando os ricos de determinado feito sem o acompanhamento de um profissional voltado para aquela área.

Com a pressão da buscar de se encaixar no padrão de beleza que a sociedade impõe, muitos acabam procurando o método mais rápido para o resultado, que é através das cirurgias plásticas. Porém, nem todos sabem os riscos e como se dá o resultado de uma cirurgia plástica, visto que para chegar a ele possui vários processos, desde a técnica usada pelo profissional, até a cicatrização, que muda de acordo com cada organismo.



Ademais, todo esse conjunto, desde a influência até a procura para a realização de uma cirurgia plástica possui a uma responsabilidade civil por trás, na qual tem a função de proteger o consumidor e paciente de danos sejam eles materiais ou morais ocasionados durante o processo de influência ou de operação.

A busca pelo corpo perfeito, não é apenas um padrão de beleza que muitos querem seguir, é um assunto que podem causar riscos tanto a saúde mental como física de um indivíduo, procurando dietas radicais que muitas vezes acabam levando a doenças como anorexia, bulimia, vigorexia, e entre outros transtornos, causando algum problema a própria integridade física, fora o *cyberbullying* que acontece dentro das redes sociais que muita das vezes acaba ocorrendo a cultura do cancelamento e desencadeando doenças psíquicas.

Por fim, podemos concluir que deve se ter uma fiscalização maior em relação aos posts feitos nas redes sociais e a responsabilidade civil que essas personalidades digitais possuem visto que alguns possuem até mesmo um público infantil; assim como também como uma fiscalização nos Termos de Consentimento Informativo que são entregues aos para os pacientes, para que os mesmos tenham ainda mais noção dos procedimentos, pós-operatório e riscos que tal procedimento estético pode trazer, para que seus pacientes não caiam na romantização que é passada dentro das mídias. Pois cada corpo irá aceitar a cirurgia plástica de forma diferente, visto que cada organismo responde de um jeito.

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Mariana; MAGALHÃES, Vanessa. **A Responsabilidade Civil Dos Influenciadores Digitais Pelos Produtos e Serviços Divulgados Nas Redes Sociais.** Âmbito Jurídico, 2020. Disponível em:

<<https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-do-consumidor/a-responsabilidade-civil-dos-influenciadores-digitais-pelos-produtos-e-servicos-divulgados-nas-redes-sociais/>> Acesso: 16 de agosto de 2021

BOMFIM, Por Cristiane. **Vigorexia: quando a obsessão pelo corpo perfeito vira doença.** 2020. Revista Galileu. Disponível em:

<https://revistagalileu.globo.com/amp/Ciencia/Saude/noticia/2020/01/vigorexia-quando-obsessao-pelo-corpo-perfeito-vira-doenca.html>. Acesso em: 10 nov. 2021.

BRASIL. Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1978. **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária Código e Anexos**,1978. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/>>. Acesso em: 16 de agosto de 2021.

BRASIL. Lei nº10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o **Código Civil**. Diário Oficial da União: seção, Brasília, DF, 2002.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Decreto Presidencial nº2.181, 20 de março de 199, Brasília, DF, 1997.

BRASIL. Ueslei Marcelino. Unicef Brasil. **Cyberbullying: O que é e como pará-lo:** cyberbullying: o que é e como pará-lo. Cyberbullying: O que é e como pará-lo. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/cyberbullying-o-que-eh-e-como-para-lo>. Acesso em: 14 nov. 2021

CORREIA-LIMA, Fernando Gomes. **ERRO MÉDICO E RESPONSABILIDADE CIVIL.** 2012. Disponível em:

<https://portal.cfm.org.br/images/stories/biblioteca/erromedicoresponsabilidadecivil.pdf> . Acesso em: 25 nov. 2021.

DINIZ, Maria Helena, **Dicionário Jurídico Universitário**, 3º edição. São Paulo: Saraiva jur,2017

FAVANO, Elaine. **Cirurgia plástica: quanto tempo demora até o resultado definitivo?**. *Master Health*. Disponível em: <<https://masterhealth.com.br/blog/cirurgia-plastica-resultado-definitivo/>> Acessado em 1 de novembro de 2021.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso De Direito Civil: responsabilidade civil**. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil 3**. 8. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2021.

GOMES, Júlio César Meirelles; DRUMOND, José Geraldo de Freitas; FRANÇA, Genival Veloso. **Erro médico**. 4ª ed. rev. atual. Montes Claros: Ed. Unimontes, 2002.

HOSPITAL SANTA MÔNICA (São Paulo). **Redes sociais e saúde mental: será que existe influência?** 2020. Disponível em: <https://hospitalsantamonica.com.br/redes-sociais-e-saude-mental-sera-que-existe-influencia/>. Acesso em: 14 nov. 2021

LOURENÇÃO, Jade. **Lipo lad: conheça o procedimento que virou febre entre as famosas**. Conheça o procedimento que virou febre entre as famosas. 2021. Revista ISTOÉ. Disponível em: <https://istoe.com.br/lipo-lad-conheca-o-procedimento-que-virou-febre-entre-as-famosas/>. Acesso em: 10 set. 2021.

LOURENÇO, Tainá. **Cresce em mais de 140% o número de procedimento estéticos em jovens**. *Jornal da USP*, 2021. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/ciencias/cresceu-mais-de-140-o-numero-de-procedimentos-esteticos-em-jovens-nos-ultimos-dez-anos/>> Acessado em: 22 de setembro de 2021.

MORIGI, Júlia. **Responsabilidade civil das redes sociais**. 2017. Publicado no Jus Brasil. Disponível em: <https://jus.com.br/amp/artigos/57644/responsabilidade-civil-das-redes-sociais>. Acesso em: 10 nov. 2021

PARENTE, Evandro Luiz Mitri. **O que são as cirurgias plásticas reparadoras?** 2018. Disponível em: <https://sbcp-sc.org.br/artigos/cirurgias-plasticas-reparadoras/>. Acesso em: 23 set. 2021.

PEPINO, Dra. Luciana L. **Hábitos que prejudicam os resultados da cirurgia plástica**. 2021. Disponível em: <https://www.lucianapepino.com.br/blog/resultado-da-cirurgia-plastica/>. Acesso em: 1 nov. 2021.

PEREIRA, juliano. **Procura por cirurgias plásticas tem aumento de 50% no início de 2021**. Dr. Juliano Pereira Cirurgião Plástico. 2021. Disponível em: <<https://julianopereira.com.br/procura-por-cirurgias-plasticas-tem-aumento-de-50-no-inicio-de-2021/>> Acesso: 21 de setembro de 2021

SANTOS, Pablo de Paula Saul. **Responsabilidade civil: origem e pressupostos gerais**. origem e pressupostos gerais. 2012. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-civil/responsabilidade-civil-origem-e-pressupostos-gerais/>. Acesso em: 16 out. 2021.

SILVA, Eduardo C. da. **Defesa jurídica do cirurgião plástico**. 2019. Migalhas. Disponível em: <s://www.migalhas.com.br/depeso/300122/defesa-juridica-do-cirurgiao-plastico>. Acesso em: 11 out. 2021.

Thaynara OG sobre cirurgia plástica: “é uma agressão não só ao seu corpo, mas a sua cabeça”. **Revista VOGUE Brasil**. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/celebridade/noticia/2021/02/thaynara-og-sobre-cirurgia-plastica-e-uma-agressao-nao-so-ao-seu-corpo-mas-para-cabeca.html>> Acessado em: 22 de setembro de 2021.