



XXXV SALÃO de INICIAÇÃO CIENTÍFICA

6 a 10 de novembro

Evento	Salão UFRGS 2023: SIC - XXXV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2023
Local	Campus Centro - UFRGS
Título	A responsabilidade civil dos influenciadores digitais pela veiculação de publicidade infantil nas redes sociais
Autor	LETÍCIA DA SILVEIRA MARQUES
Orientador	CLAUDIA LIMA MARQUES

Resumo: Com as novas tecnologias e a utilização cada vez maior das redes sociais para a divulgação e comercialização de produtos e serviços, as crianças, enquanto consumidoras hipervulneráveis diretas ou indiretas, ganham especial atenção dentro do âmbito de especialização do marketing, que desenvolve novas estratégias visando o público infantil nas redes, como a utilização de vlogs e unboxing patrocinados, inclusive produzidos também por outras crianças. Pesquisas desenvolvidas em 2019 apontam que as crianças chegam a passar cerca de 25 horas por mês na plataforma Youtube, por exemplo. Nesse contexto de acesso intenso do público infantil à internet no dia a dia e a consequente exposição à publicidade infantil, a figura do influenciador digital, especialmente do influenciador mirim, ganha destaque enquanto formador de opinião e referência para a divulgação de produtos e serviços, considerando a relação de proximidade, intimidade e confiança que desenvolvem com o público infanto-juvenil. A presente pesquisa busca, adotando a metodologia lógico-dedutiva, através de pesquisa bibliográfica e jurisprudencial, investigar a possibilidade de responsabilização civil dos influenciadores digitais pela divulgação de publicidade infantil nas redes sociais, considerando sua abusividade diante da hipervulnerabilidade da criança consumidora. Como resultado, aponta-se para a possibilidade de responsabilização civil dos influenciadores ou seus responsáveis, como no caso dos influenciadores mirins, com base nos arts. 37, §2º e 39, IV, do Código de Defesa do Consumidor e a teoria do fornecedor equiparado, bem como através do art. 2º da Resolução 163/2014 do CONANDA (Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente). Entretanto, a pesquisa também indica a insuficiência de legislação nacional para tratar do tema, tendo em vista a crescente veiculação de publicidade infantil nas redes sociais e seu acesso pelo público infantil.