

A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS: INDICAÇÕES DE PRODUTOS E SERVIÇOS.

Autor(res)

Diego Fillipe Otoni De Barros Castro
Ana Carolina Alvarenga Nicolau
Reinalda Gabrielly Sousa Vieira
Anna Luize Magalhães Silva
Ana Carolina Bicalho Martins
Amanda Silva Rosa

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE IPATINGA

Resumo

O presente estudo tem como objetivo investigar, de forma aprofundada, a complexa problemática jurídica relacionada à responsabilidade civil dos influenciadores digitais e das plataformas de mídias sociais na divulgação e promoção de produtos, serviços e atividades potencialmente perigosas, como os jogos de azar. Com o crescimento exponencial do marketing de influência, especialmente nas redes sociais, observa-se um cenário em que a linha entre publicidade e opinião pessoal se torna cada vez mais tênue. Tal realidade levanta questionamentos relevantes sobre os limites legais e éticos da atuação desses agentes no ambiente digital, especialmente quando se trata de conteúdos que envolvem riscos à saúde, segurança ou bem-estar do consumidor. Neste contexto, analisa-se o papel das plataformas digitais como possíveis coautoras ou facilitadoras dessas práticas, discutindo os efeitos jurídicos decorrentes da omissão ou conivência dessas empresas. O estudo busca, ainda, compreender como o ordenamento jurídico brasileiro tem respondido a essas novas demandas, considerando tanto a legislação existente quanto a jurisprudência e a doutrina que vêm se formando sobre o tema. Trata-se, portanto, de uma análise crítica e reflexiva, com o propósito de contribuir para o aprimoramento das normas e mecanismos de responsabilização aplicáveis às interações comerciais digitais.