I CONGRESSO DE DIREITO NAS RELAÇÕES ECONÔMICAS E SOCIAIS

DIREITO CIVIL NA CONTEMPORANEIDADE

D598
Direito civil na contemporaneidade [Recurso eletrônico on-line] organização I Congresso de Direito nas Relações Econômicas e Sociais: Faculdade Milton Campos – Nova Lima;

Coordenadores: Juliana de Alencar Auler e Bianca Gomes Modafferi – Nova Lima: Faculdade Milton Campos, 2025.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-65-5274-408-1
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Relações Econômicas, políticas públicas e tensões entre autonomia privada e interferência estatal.
1. Direito. 2. Relações Econômicas. 3. Políticas Públicas. I. I Congresso de Direito nas Relações Econômicas e Sociais (1:2025 : Nova Lima, MG).

CDU: 34

FACULDADE
MILTON CAMPOS

I CONGRESSO DE DIREITO NAS RELAÇÕES ECONÔMICAS E SOCIAIS

DIREITO CIVIL NA CONTEMPORANEIDADE

Apresentação

Entre os dias 3 e 7 de novembro de 2025, a Faculdade Milton Campos, em parceria com o Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito – CONPEDI, realizou o I Congresso de Direito nas Relações Econômicas e Sociais. O evento, em formato híbrido, contou com a presença de renomados especialistas e promoveu discussões profundas sobre temas relevantes para o Direito, como parte da XXII Semana da Pesquisa Científica da Faculdade Milton Campos.

O evento, realizado em formato presencial, reuniu docentes, pesquisadores, discentes de graduação e pós-graduação, bem como convidados externos, consolidando-se como um espaço de circulação e produção de conhecimento jurídico crítico e atualizado.

O congresso teve início com reflexões centrais sobre a reforma do Código Civil brasileiro. No primeiro painel, o Prof. Dr. Edgard Audomar Marx Neto (UFMG) proferiu a palestra "A Reforma do Código Civil no Contexto das Relações Econômicas e Sociais: Equívocos e Retrocessos", apresentando uma leitura crítica das propostas atualmente em debate e seus potenciais impactos sistêmicos. Em seguida, a Profª. Dra. Ester Camila Gomes Norato Rezende (UFMG) apresentou a conferência "Proposta de Reforma do Código Civil no Âmbito da Responsabilidade Civil", explorando os riscos de simplificações legislativas e os desafios de compatibilização entre segurança jurídica, proteção de vítimas e estímulo à inovação econômica. As duas exposições inaugurais proporcionaram um panorama técnico rigoroso sobre os rumos da legislação civil brasileira, despertando debates essenciais para os desafios contemporâneos do Direito Privado.

O segundo painel voltou-se ao estudo dos litígios estruturais. O Prof. Dr. Leonardo Silva Nunes (UFOP) ministrou a palestra "Dos Litígios aos Processos Estruturais", discutindo a ampliação do papel do Judiciário na gestão de conflitos complexos envolvendo políticas públicas. Na sequência, a Desembargadora Lílian Maciel Santos (TJMG; Milton Campos; IBMEC) apresentou "Desafios do Processo Estrutural no Brasil", trazendo reflexões práticas sobre governança judicial, desenho institucional e limites de atuação jurisdicional em casos que exigem soluções contínuas e cooperativas. O painel contribuiu para ampliar o entendimento sobre o processo estrutural, ainda em consolidação no ordenamento jurídico brasileiro.

No terceiro dia, o congresso aprofundou a interface entre tecnologia e prática jurídica. O Professor Tales Calaza (EBRADI; UERJ/ITS-Rio; UFRJ) ministrou o workshop “A Inteligência Artificial na Prática Jurídica”, discutindo aplicações contemporâneas da IA no cotidiano profissional, implicações éticas, boas práticas de uso e desafios regulatórios. A atividade aproximou os participantes de cenários concretos de utilização de ferramentas algorítmicas, reforçando a importância da capacitação tecnológica dos profissionais do Direito.

As oficinas temáticas realizadas ao longo da XXII Semana da Pesquisa Científica desempenharam papel fundamental na formação técnica e acadêmica dos participantes, oferecendo espaços de aprendizagem prática e complementar às palestras e painéis gerais do congresso. Estruturadas para atender às demandas contemporâneas da pesquisa jurídica e do desenvolvimento de competências profissionais, as atividades foram conduzidas por docentes e mestrandos da Faculdade Milton Campos, que proporcionaram experiências dinâmicas, interativas e orientadas ao aprimoramento das habilidades essenciais à vida universitária e ao exercício qualificado do Direito. Cada oficina foi cuidadosamente planejada para estimular o protagonismo discente, promover o domínio de técnicas comunicacionais e metodológicas e incentivar a produção científica responsável, ampliando o alcance formativo do evento e fortalecendo o compromisso institucional com a excelência acadêmica.

A oficina de Oratória, conduzida pelo Prof. Dr. André Rubião, teve como propósito fortalecer as competências comunicacionais essenciais para a atuação profissional e acadêmica no Direito. Ao longo da atividade, os participantes foram introduzidos aos fundamentos teóricos da comunicação eficaz, abordando elementos como projeção de voz, dicção, ritmo, construção narrativa e gestão do tempo de fala. O docente também enfatizou a importância da linguagem corporal, explorando aspectos como postura, gestualidade e contato visual como instrumentos de reforço da credibilidade e da segurança ao se expressar. Além disso, foram trabalhadas estratégias para lidar com situações de pressão, como apresentações em bancas, sustentações orais e participação em debates. Os participantes tiveram a oportunidade de aplicar práticas rápidas de expressão oral, recebendo orientações personalizadas para aprimorar sua desenvoltura, clareza e persuasão.

A oficina ministrada pela mestranda Amanda Lima Ribeiro teve como foco introduzir os estudantes às principais etapas do processo de pesquisa científica, com especial atenção às especificidades metodológicas do campo jurídico. A atividade iniciou-se com a apresentação dos fundamentos da investigação acadêmica, discutindo a diferença entre pesquisa empírica e teórica, a construção do problema de pesquisa, a delimitação do objeto e a pertinência da

justificativa científica. Em seguida, foram explorados aspectos práticos relacionados à elaboração de referenciais teóricos consistentes, incluindo técnicas de busca bibliográfica, uso de bancos de dados acadêmicos e critérios para seleção e análise de fontes. A docente detalhou ainda conceitos centrais como hipótese, objetivos, metodologia e estruturação de projetos de pesquisa, promovendo um panorama abrangente para quem está ingressando na vida acadêmica. A oficina também incluiu orientações sobre boas práticas acadêmicas, cuidado com a integridade científica e prevenção ao plágio, preparando os estudantes para o desenvolvimento de pesquisas éticas, rigorosas e socialmente relevantes.

A oficina ministrada pela mestranda Mariana Lúcia da Silva dedicou-se ao aprimoramento das habilidades de escrita acadêmica, com foco na elaboração de resumos e artigos científicos dentro dos padrões de excelência exigidos pela comunidade jurídica. Inicialmente, foram apresentados os elementos estruturantes do texto científico, destacando a importância da clareza, objetividade e coesão argumentativa. A docente demonstrou como planejar a escrita de forma estratégica, desde a definição do objetivo central até a organização lógica das ideias, explicando também as diferenças entre resumo simples, resumo expandido e artigo completo. Em seguida, foram abordadas técnicas para redigir introduções consistentes, desenvolver argumentos com base em fontes qualificadas, e concluir textos de modo crítico e propositivo. A oficina incluiu exemplos de resumos e artigos bem avaliados, permitindo aos participantes identificar boas práticas e padrões de qualidade editorial. Foram apresentadas ainda noções sobre normas de formatação, citações, referências e adequações às diretrizes de periódicos e eventos científicos. Ao final, os estudantes receberam orientações para aprimorar seus próprios trabalhos, fortalecendo sua capacidade de comunicar achados científicos de maneira precisa e impactante.

As tardes dos dias 4 e 5 de novembro foram dedicadas aos grupos de trabalho, realizados de forma presencial e também on-line a partir das 14:00h. O evento contou com a participação de oradores de diversos estados da federação, demonstrando a abrangência e a relevância do evento. Os estados representados pelos oradores dos Grupos de Trabalho foram: Alagoas (AL), Bahia (BA), Distrito Federal (DF), Maranhão (MA), Minas Gerais (MG), Pará (PA), Paraná (PR), Pernambuco (PE), Rio Grande do Sul (RS), Santa Catarina (SC) e São Paulo (SP). Os temas discutidos foram variados e de grande relevância!

Em conclusão, a XXII Semana da Pesquisa Científica e o I Congresso de Direito nas Relações Econômicas e Sociais reafirmaram o compromisso da Faculdade Milton Campos com a excelência acadêmica, a pesquisa qualificada e a interlocução entre diferentes áreas do Direito.

As atividades desenvolvidas — palestras, oficinas e workshop — promoveram diálogos interdisciplinares fundamentais para o aprimoramento teórico e prático da comunidade jurídica, especialmente diante das transformações legislativas, tecnológicas e institucionais que marcam o cenário atual.

A participação ativa dos docentes, discentes e convidados externos fortaleceu o propósito institucional de fomentar um ambiente de reflexão crítica e de estímulo à pesquisa científica, consolidando o congresso como marco relevante na agenda acadêmica nacional.

Nova Lima-MG, 18 de novembro de 2025.

Profª. Drª. Tereza Cristina Monteiro Mafra

Diretora Geral do Programa de Pós-Graduação em Direito

Faculdade Milton Campos

Prof. Dr. André Rubião Resende

Coordenador do Mestrado em Direito nas Relações Econômicas e Sociais

Faculdade Milton Campos

Profª. Ms. Ana Luísa Coelho Perim

Coordenadora Geral do Curso de Direito

Faculdade Milton Campos

Profª. Drª. Juliana de Alencar Auler Madeira

Coordenadora de Pesquisa

Faculdade Milton Campos

Prof. Dr. José Luiz de Moura Faleiros Júnior

Coordenador dos cursos de pós-graduação lato sensu

Faculdade Milton Campos

A PROTEÇÃO JURÍDICA DA CRIANÇA INFLUENCIADORA DIGITAL

THE LEGAL PROTECTION OF THE CHILD DIGITAL INFLUENCER

Vinícius Brigolini de Souza [1]
Juliana de Alencar Auler Madeira [2]

Resumo

A ausência de regulamentação específica e pelos riscos ao desenvolvimento no ambiente digital da criança influenciadora digital é o objeto de análise deste estudo, defendendo-se que a atividade seja equiparada ao trabalho artístico, exigindo alvará judicial para garantir o lazer, os estudos e o bem-estar psicológico da criança. Conclui-se que a proteção legal atual é insuficiente, mesmo com novas leis, sendo proposta, sob o viés da proteção integral da criança, a aplicação das regras do trabalho artístico infantil e as diretrizes da Política Nacional de Proteção dos Direitos da Criança no Ambiente Digital.

Palavras-chave: Direito digital, Redes sociais, Crianças e adolescentes, Influenciador mirim

Abstract/Resumen/Résumé

The absence of specific regulation and the risks to the development of child digital influencers in the digital environment are the focus of this study. It advocates for the activity to be equated with artistic work, requiring judicial authorization to guarantee the child's leisure, studies, and psychological well-being. The conclusion is that current legal protection is insufficient, even with new laws. Therefore, the proposed solution is the application of the rules for child artistic work and the guidelines of the National Policy for the Protection of the Rights of the Child and Adolescent in the Digital Environment.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Digital law, Social media, Children and adolescents, Child influencer

[1] Graduando em Direito pela Faculdade Milton Campos. Pesquisador.

[2] Doutora e mestre em Direito pela Faculdade de Direito da UFMG. Professora da Faculdade Milton Campos.

1. INTRODUÇÃO

A proteção da criança e do adolescente nas redes sociais é um dos temas mais delicados e complexos no âmbito dos direitos da personalidade, porquanto o desenvolvimento tecnológico e a ausência de meios e instrumentos eficientes de regulação e fiscalização perpetuam o estado de insegurança do ambiente digital. A iniciação precoce de crianças nesse ambiente, o excesso de compartilhamento de dados e informações de menores pelos responsáveis legais nas redes sociais e a omissão dos poderes constituídos para implementação de políticas de educação e inclusão digital responsável perpetuam as lesões contra os direitos da personalidade dos menores, os quais, desde o ventre, têm suas pegadas digitais registradas.

A facilidade de acesso e a possibilidade de auferir renda nas redes sociais modificaram as relações privadas e franquearam o acesso de crianças e adolescentes a um ambiente ainda inseguro e carente de regulamentação. Entre os usuários das redes com menos de 18 (dezoito) anos, interessa ao presente estudo aqueles que angariam vasto número de seguidores, alcançando proveitos econômicos a partir de uma utilização sistemática, organizada e direcionada de tais ferramentas, aos quais se denominou influenciadores mirins digitais.

Contudo, a exploração dos atributos da personalidade de crianças e adolescentes nas redes sociais não possui regulamentação própria e, mesmo diante da promulgação da Lei n.º 15.211/2025, a proteção jurídica da criança influenciadora digital permanece insuficiente e ineficaz. Diante dessa lacuna, este trabalho tem o objetivo de identificar uma definição jurídica para o termo influenciador digital mirim, bem como refletir e explorar as possibilidades de amparo e proteção à criança influenciadora digital.

Tal análise será amparada por meio da revisão legislativa, doutrinária, jurisprudencial e de dados estatísticos. Por meio do método hipotético-dedutivo, pretende-se compreender o impacto do uso das redes sociais entre os menores de 18 (dezoito) anos, em especial o advento dos influenciadores digitais e os riscos de lesão a direitos a que estão expostos, para investigar as possíveis soluções para a proteção dessas crianças e adolescentes em uma sociedade virtualizada. A pesquisa parte do surgimento das redes sociais nos Estados Unidos e de sua introdução no Brasil, para adentrar a esfera do seu uso econômico, com recorte para as crianças e adolescentes.

Considerando a complexidade e vastidão do tema, o presente estudo não pretende esgotá-lo, mas tão somente contribuir para o debate acadêmico, oferecendo uma reflexão sobre o papel do Direito e sobre as formas atuais de regulação da atividade intitulada influenciador mirim.

Registre-se que, durante a elaboração deste trabalho, foi utilizada inteligência artificial para estrito auxílio de redação das referências bibliográficas e revisão gramatical.

2. O SURGIMENTO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NO CONTEXTO DA SOCIEDADE EM REDE

2.1. A teoria das redes e a evolução ocasionada pela internet

O advento das redes sociais digitais se deu em conjunto com a expansão do número de usuários de internet nos anos 1990 e 2000. A utilização do e-mail, de salas de bate-papo online, a possibilidade de consumir em lojas virtuais e a grande variedade de serviços de entretenimento mudaram a comunicação. O surgimento da ClassMates, primeira rede social, fundada por Rady Conrads em 1995, tinha o objetivo de conectar antigos estudantes de turmas das universidades americanas. Com o caminho aberto, vieram posteriormente a SixDegrees em 1997, a LiveJournal em 1999, na Rússia, o Fotolog em 2002, voltado ao compartilhamento de fotos, o LinkedIn em 2003, para conexões profissionais, o MySpace em 2003, o Orkut e o Facebook em 2004 e o Youtube em 2005, para o compartilhamento de vídeos (Moura *et al*, 2024).

No Brasil, o serviço de internet começou no fim dos anos 1980, com a primeira conexão do computador em uma universidade em São Paulo com outra universidade parceira nos Estados Unidos, para fins acadêmicos. Após isso, já na década de 1990, o uso da internet se expandiu pelo Brasil, com o surgimento de diversas *lan houses*, que permitiam a interação do público com o universo digital. Estudos recentes revelaram que em 1997, havia cerca de 1,15 milhão de usuários de internet, aumentado em 2000 para 5 milhões, em 2005 para 25,9 milhões e em 2010 para 60,8 milhões (NIC.br, 2024).

A teoria científica das redes é discutida há muito tempo por diversos teóricos, apoiada em parte pela teoria dos grafos de Leonhard Euler. Foi em 1736 que o matemático suíço Euler propôs uma teoria que solucionava o problema das "Sete pontes de Konigsberg". Esse problema consistia em responder se era possível ser encontrado um caminho que atravessava todas as sete pontes da cidade de Konigsberg, atual Kaliningrad, sem nunca atravessar a mesma ponte duas vezes. A solução desse problema matemático deu origem à teoria dos grafos, a qual é a base de conhecimento sobre as redes (Ferreira, 2011).

Em 1908, George Simmel descreveu as redes como a forma na qual os indivíduos se conectam socialmente, dando origem a círculos sociais e, como consequência, os vínculos sociais. Já na década de 1940, os teóricos Alfred Radcliffe-Brown (1940), Norbert Wiener

(1948) e Claude Shannon (1948) propuseram, respectivamente, a teoria da sociedade como rede de relações, a teoria da rede cibernética, que estuda e projeta sistemas de regulação baseados em laços de retroação (feedbacks) em sistemas vivos e em máquinas, e a teoria da informação, que "trata a comunicação como um problema matemático de transmissão da informação por um canal" (Mance, 2012, p. 4).

A expressão "rede social" foi utilizada pela primeira vez, de forma analítica, por John Barnes, em 1954, no artigo intitulado "Class and Committees in a Norwegian Island Parish", publicado na revista Human Relations (Ferreira, 2011, p. 211). Nesse artigo, Barnes analisou as relações interpessoais de uma comunidade na Noruega e introduziu a metáfora da rede social para representar os atores sociais como nós ligados por linhas, ilustrando as conexões reais que se formam em uma comunidade. Esse estudo consolidou a Análise de Redes Sociais (ARS), tanto como metáfora quanto como ferramenta de entendimento das estruturas sociais e grupos institucionais pré-definidos (Ferreira, 2011, p. 214-215).

Já na década de 1960, o investigador norte-americano Paul Baran desenvolveu um sistema de comunicações imune à ameaça nuclear da União Soviética. Esse sistema dividia a comunicação em dois tipos estruturais, sendo que a rede centralizada consiste na concentração central da comunicação, ao passo que, se tal ponto central fosse eliminado, toda a rede seria afetada. Já a rede distribuída permitia que, caso um ponto fosse afetado, a estrutura da rede não seria afetada (Mance, 2012, p. 6).

Atualmente, pode-se afirmar que as redes sociais digitais se dividem entre dois tipos estruturais, como proposto por Baran, em sentidos macro e micro-estrutural. No sentido macro, os conglomerados empresariais de comunicação, também chamados de *big techs*, concentram diversos ramos de empresas de comunicação, sendo as redes sociais o parâmetro micro dessa estrutura. As redes de relacionamento formadas pelos usuários podem ser consideradas pelo parâmetro nano, até chegar ao usuário individual, considerado o átomo da análise. A *holding* Meta Platforms, por exemplo, detém cerca de 55 (cinquenta e cinco) empresas voltadas ao setor de tecnologia, sendo algumas integrantes dos aplicativos Face, Instagram, Meta AI, WhatsApp, entre outras. Ao todo a *holding* concentra 3,9 bilhões de usuários ativos mensais no mundo (Meta, 2025).

Já a *holding* Alphabet é composta das empresas Google Inc., Nest Labs, DeepMind, Mineral, Verify, Waymo, Calico e CapitalG. Considerando apenas a empresa Google Inc., esta é composta pelo YouTube, Waze, Android, DoubleClick, Looker, Apigee, entre outras diversas. Em 2023, somente a Google registrou cerca de 1,5 bilhão de usuários ativos mensais em todo o mundo (Ivo, 2023).

Diante dessa grande quantidade de usuários ativos que as empresas vislumbraram um grande mercado consumidor, porém as formas de marketing tradicional, como eram feitas nas mídias tradicionais, por meio da televisão ou rádio, já não eram eficientes. A realidade digital impôs às empresas a necessidade de criarem laços afetivos e de identificação com seus consumidores, de modo que era necessário empregar uma voz, um rosto, uma personalidade para capturar os consumidores digitais. Assim, os influenciadores digitais surgiram, na missão de serem recrutados pelas grandes empresas e de receberem produtos e valores para capturarem mais consumidores por meio de publicidades explícitas ou veladas.

2.2. O surgimento dos influenciadores digitais

A relação entre os indivíduos da sociedade contemporânea se dá principalmente por meio de redes sociais de comunicação e relacionamento. Tais espaços de socialização são de fácil acesso e populares no cotidiano do brasileiro, sendo impossível imaginar a vida contemporânea sem o acesso ao mundo digital (Lévy *apud* Zampier, 2020).

Com a evolução dos estudos sobre as redes sociais, teóricos das ciências sociais elaboraram diversos conceitos para tentar definir tal fenômeno. Segundo Marteleto (2001, p. 72), as redes sociais no âmbito das ciências sociais são o conjunto de participantes unidos em ideias e recursos por valores e interesses comuns. Ferreira (2011, p. 213) define que rede social "é uma estrutura social composta por indivíduos, organizações, associações, empresas ou outras entidades sociais, designadas por atores, que estão conectadas por um ou vários tipos de relações, que desencadeiam movimentos e fluxos sociais, dos quais partilham informação, crenças, poder conhecimento, prestígio, etc.".

É nesse contexto que Brennand *apud* Santos, Cabestré e Moraes (2019, p. 94) argumentam que a hierarquia no acesso à informação é definida pela presença da pessoa no ambiente virtual, ao passo que a navegação pelas redes sociais abre caminhos para novos espaços cooperativos. São nesses espaços cooperativos aonde os indivíduos empregam novas linguagens e expressam elementos paralinguísticos com outros indivíduos, o que não era possível quando se havia a dominação da comunicação analógica de jornais, revistas ou televisão. Ou seja, na era analógica, a possibilidade da criação laços ou interações entre o emissor e o receptor da mensagem era remota, porém, com a facilitação da comunicação por meio da internet, tornou-se facilitado o estabelecimento de relacionamentos por meio de aplicativos ou sites com esse fim.

Para Braga Netto (2022, p. 162), a sociedade atual está em um novo ambiente, o digital, que, embora influenciado pelo mundo físico tradicional, não se confunde com ele. Apesar disso, a indissolubilidade entre o mundo digital, acessado pela internet, e o físico permite a criação de novos fatos. Para o autor, a internet possui quatro características: "a) a transnacionalidade por excelência; b) potencial de compartilhamento das informações inédito na história humana; c) velocidade das trocas de informações; e d) conteúdo fortemente colaborativo". A confluência entre a criação de conteúdo colaborativo, em um espaço cooperativo, permite o mapeamento de fenômenos surgidos entre o emissor e o receptor do conteúdo, a fim de que se permita a identificação de quais direitos são estimulados e quais podem ser afetados, para que haja máxima eficácia na proteção dos usuários no ambiente virtual.

Entre os novos fenômenos propiciados pelo surgimento da internet e das redes sociais, destaca-se, por sua relevância para a reflexão proposta, a possibilidade de diferentes formas de relações virtuais, algumas de caráter recíproco e outras não. Nessa seara, é relevante esclarecer que a interação entre o emissor e o receptor da mensagem pode ser dividida em duas espécies de laços, o associativo e o dialógico. Identificou-se, ainda, que a interação pode ser reativa e mútua. Esclarece Recuero *apud* Santos, Cabestré e Moraes (2019, p. 96) que o laço associativo-reativo pode remeter a uma expressão de estímulo-resposta para que uma das partes se sinta pertencente a um grupo, sendo exemplificado quando uma pessoa decide ser amigo de na rede social. Já o laço dialógico-mútuo é construído de forma cooperativa entre os sujeitos, de forma interdependente, por exemplo quando uma pessoa decide conversar com alguém pela rede social.

Em resumo, os perfis dos usuários em uma rede social podem ser analisados sob o viés associativo-reativo ou dialógico-mútuo, isto é, caso seja concluído que determinada conta tem a finalidade de estimular outros usuários sem criar ou estimular vínculos pessoais, deve-se entender esta conta como influenciadora. De outro lado, quando há o interesse de ambos os usuários em construir um relacionamento comunicativo e cooperativo, sem fim econômico ou influenciador, deve-se entender que tal conta não é influenciadora. Apesar disso, é possível que a conta não-influenciadora se torne influenciadora à medida que passe a adotar os comportamentos associativo-reativo com outros usuários, deixando de estabelecer laços pessoais e visando outros fins àquela conta.

No Brasil, conforme disposto no REsp 1.186.616/MG, o Superior Tribunal de Justiça (STJ), entendeu que a utilização das redes sociais para a exploração econômica deve ser regida pelo sistema do Código de Defesa do Consumidor (CDC), visto ser considerado uma relação de fornecimento de serviços, o que de fato vem se demonstrando ao longo dos anos.

De acordo com pesquisa realizada por Fabio Davidovici (2024), no ano de 2023, o marketplace, ambiente de comércio digital, faturou cerca de R$254,4 bilhões de reais e mantinha cerca de 108,4 milhões de consumidores ativos no Brasil. O potencial público e os baixos custos de operação e publicidade oferecidos pelo espaço comercial digital impulsionaram a migração de aproximadamente duas milhões de novas empresas para marketplaces, expandindo o modelo de negócio e fomentando a criação de novas plataformas, como Mercado Livre, Magazine Luiza, Shopee, Amazon Brasil, OLX, entre outros.

3. O INFLUENCIADOR DIGITAL

O ambiente virtual tornou-se um grande campo de guerra publicitária, em que as estratégias para o alcance e convencimento de novos consumidores por profissionais e empresas publicitárias são infinitamente criativas e inovadoras. O Censo de 2022 mapeou cerca de 203,08 milhões de pessoas residentes no território brasileiro, sendo São Paulo, com 44.411.238 milhões, Minas Gerais, com 20.539.989 milhões e Rio de Janeiro, com 16.055.174 milhões de pessoas. Em agosto de 2025, a Agência IBGE noticiou que a população estimada brasileira chegou ao patamar de 213,4 milhões de pessoas em 2025 (Renaux, 2025).

As relações sociais permanecem em constante migração para o ambiente digital. De acordo com a pesquisa PNAD Contínua, 74,9 milhões de domicílios do país, cerca de 93,6% do total de domicílios do país possuía acesso à internet em 2024 e 97% possuíam telefone celular. Apurou-se, ainda, que, das 188,5 milhões de pessoas com 10 anos ou mais de idade pesquisadas, 84,2% dos brasileiros utilizaram a internet para acessar redes sociais. O índice é expressivo mesmo nas áreas rurais, cuja população com 10 anos ou mais de idade e acesso à internet alcançou o patamar de 81%, sendo a região Centro-Oeste com maior proporção de pessoas que utilizaram o serviço, cerca de 93,1% da população, enquanto as regiões Norte e Nordeste apresentaram maior expansão deste indicador, representando a queda nas desigualdades regionais.

Ademais, a pesquisa relatou que 92,4% dos estudantes brasileiros, com 10 anos ou mais, acessaram a internet em 2024, sendo que dentre os estudantes do ensino fundamental, 94,2% eram de redes privadas de ensino e 85,4% da rede pública. Já entre os estudantes de ensino médio, 95,9% são de escolas privadas e 96,7% de escolas públicas.

Tais números refletem o avanço da utilização da internet pelo país e uma massiva expansão da utilização de redes sociais pela população urbana e rural brasileira. Apesar disso, a expansão da utilização da internet e das redes sociais revela a desproteção jurídica sobre o

ambiente digital, local onde têm sido noticiados diversos abusos e violações aos direitos fundamentais de crianças e adolescentes, bem como despreparo da população, dos entes governamentais e das plataformas digitais em lidar com o crescimento de usuários de redes sociais.

Acessibilidade, autenticidade, independência, diálogo, exposição da vida particular, essas são algumas das características dos influenciadores digitais mapeadas por (Fasanella; Sandes e Brito, 2024). Tais características demonstram o que o público brasileiro busca consumir nas redes sociais.

Nesse universo surgiram os influenciadores digitais. Pessoas relevantes e destacadas nas mídias sociais, devido a sua alta capacidade persuasiva e de alcance de pessoas, grande quantidade de seguidores e alto prestígio do público por suas opiniões, lançando comportamentos sociais e influenciando outras pessoas pela exposição de seu estilo de vida.

Para Dias (2022), os influenciadores digitais definem tendências consumeristas por meio de uma relação direta com o público, pois possuem a reunião de características como a credibilidade e espontaneidade para se aproximarem das pessoas. O elo entre o consumidor e o influenciador digital é a acessibilidade à vida real e a possibilidade de estabelecerem o diálogo, ao revés quando comparada a relação do consumidor com as celebridades, aqui nomeadas como influenciadores analógicos. Para Silva e Tessarolo (2016, p. 5) :

> O termo "*influencer digital"*, portanto, é empregado para aquelas pessoas que se destacam nas redes e mídias sociais por meio da sua capacidade de atrair um grande número de seguidores, pautando opiniões e comportamento, pois a exposição dos seus estilos de vida e gostos acabam repercutindo de maneira a influenciar a escolha das pessoas em alguns segmentos.

Segundo Fasanella, Sandes e Brito (2024, p.14), as celebridades aqui nomeadas como influenciadores analógicos[1], estabelecem conexões distintas com os seguidores, inicialmente pela forma como são tratados, isto é, enquanto os influenciadores possuem uma comunidade, as celebridades possuem audiência. Os influenciadores analógicos possuem um comportamento voltado ao espetáculo e glamourização da fama, proporcionando à audiência viver, remota e por poucos instantes, momentos distantes de sua realidade.

Já os influenciadores digitais compartilham sua vida privada de forma consistente e constante, estimulando discussões entre seu público, o qual, como resposta, "criam uma rede de

[1] Entende-se a expressão influenciadores analógicos como como as pessoas que exerciam a função de atores, apresentadores e locutores em tempos em que a televisão, o rádio e o teatro eram o principal meio de comunicação e influência na sociedade.

apoio que fortalece os laços e potencializa a ascendência do influenciador com a comunidade" (Fasanella; Sandes e Brito, 2024, p. 15). O diferencial dos influenciadores digitais é a relação de confiança e intimidade que essas pessoas constroem com os seus inúmeros seguidores, já que compartilham questões da rotina de vida, trabalho e lazer, dentre outras atividades que normalmente só se compartilham com amigos e família (Duque e Vermelho, 2024).

3. O INFLUENCIADOR DIGITAL MIRIM

Com a rápida difusão de plataformas sociais, sendo as mais relevantes o YouTube, Instagram, TikTok, Facebook e Twitter, e a utilização de tais redes para projeções de atributos da personalidade, adultos e crianças passaram a utilizar o ambiente digital para reunir sua própria comunidade influenciável.

A identificação do consumidor com o influenciador digital foi a estratégia adotada pelas empresas de marketing, que rastrearam tal ligação como elemento favorável aos investimentos destinados a fidelizar os consumidores de conteúdos digitais e passaram a patrocinar aqueles que mais concentravam o público. Assim, os influenciadores passaram a receber patrocínios para divulgação de marcas, produtos e serviços. A expansão da classe e da quantidade de influenciadores abrangeu também as crianças, que apresentam maior facilidade de comunicação entre elas e exercem grande poder de influência sobre o consumo de bens e serviços das famílias, além do próprio consumo de conteúdo digital. Em pesquisa datada de 2021, foi mapeado que aproximadamente 49,1% das crianças e adolescentes entrevistados haviam postado na internet uma foto ou vídeo em que aparece (TIC Kids Brasil, 2021).

O público infantil representa não apenas o destinatário de tais conteúdos, mas também o produz, por meio dos influenciadores digitais mirins. Dentre as definições para influenciador digital mirim, adaptada à realidade infantojuvenil moderna, estes, "são indivíduos que exercem grande influência sobre determinado público, possuindo a habilidade de criar e moldar opiniões, bem como conceber padrões comportamentais por meio de diálogos diretos com seus seguidores" (Silva; Barbosa e Guimarães, 2022) . É a partir da exteriorização das qualidades de produtos, jogos e serviços que o público infantojuvenil é influenciado por outras crianças e adolescentes ao consumo.

A atuação dos influenciadores mirins nas redes sociais abrange desde a publicidade de produtos e serviços voltados para o público infantojuvenil, mas também como forma de sensibilização e apelo emocional aos adultos para o consumo, a depender do conteúdo a ser publicizado. Nesse sentido, Silva, Barbosa e Guimarães (2022) entendem que:

> Ser um youtuber mirim de sucesso é um negócio bastante promissor, e isso se constata pelo comportamento da família diante da atividade desenvolvida pelos pequenos. Não é incomum ouvir relatos de famílias inteiras que deixaram seus empregos para investirem na carreira do filho, ou que já estejam pensando no futuro e preparando os "herdeiros", cuja herança são os assinantes do canal. Lado outro, existem perfis em redes sociais direcionados a menores de idade que, mesmo sem a criação de conteúdo de entretenimento, ostentam altos números de seguidores e relevante engajamento, como é o caso de Maria Alice, nascida em maio de 2021, filha da influenciadora Virginia Fonseca e do cantor Zé Felipe, com 5.1 milhões de seguidores em agosto de 2021.

Na essência, os influenciadores mirins compõem uma espécie do gênero influenciador digital, porém formada exclusivamente por crianças e adolescentes, entre 0 (zero) e menores de 18 (dezoito) anos de idade. Tal delimitação etária se faz necessária para se compreender a proteção jurídica a eles destinada, bem como a distinção entre os influenciadores mirins e os artistas infantis.

Deve-se ressaltar que ambos possuem semelhanças em seus atributos e formas de expressão, porém, a forma de proteção é diferente, afinal, para o trabalho artístico infantojuvenil há regulamentações próprias, bem como órgãos de fiscalização e controle, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) e o próprio Ministério Público. Já para os influenciadores mirins, não há regulamentação específica, incidindo sobre estes as normas dispostas no ECA e, em alguns casos, no CDC. No entanto, diante da lacuna, emergem muitas controvérsias e a falta de um posicionamento coeso sobre os limites jurídicos à função. Para exemplificar, cita-se o entendimento de que, para o efetivo exercício da função como influenciador mirim, este deve possuir alvará de um juiz da Vara da Infância e Juventude, autorizando o exercício da atividade. Nesse sentido, Duque e Vermelho (2024):

> Há de se ressaltar, todavia, que a atuação dos influenciadores mirins se assemelha em grandes aspectos ao trabalho artístico infantil, e como tal demandaria uma série de pressupostos para que a criança ou adolescente pudesse exercer suas atividades nas plataformas digitais, especialmente, alvará específico expedido por um Juiz da Vara da Infância e da Juventude, de modo a garantir que seus estudos não sejam prejudicados, que possua tempo para o lazer e o devido acompanhamento psicológico.

Em análise ao parâmetro etário, a antiga lacuna que existia entre a proteção ao influenciador mirim foi suprida pela publicação da Lei n.º 15.211/2025, nomeada ECA digital, a qual dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais. Em seu art. 24, *caput*, estabelece a responsabilidade que as plataformas digitais possuem, concorrentemente

com os familiares, de vincularem as contas de crianças e adolescentes menores de 16 (dezesseis) anos de idade a um responsável legal. Não obstante, o §4º, do mesmo artigo dispõe sobre a operação da conta por criança e adolescente fora da classificação etária da rede, bem como as diretrizes para a suspensão da conta, principalmente quando se tratar de influenciador mirim, o qual, em diversos casos, possui a operabilidade compartilhada ou exclusiva de suas redes sociais.

4. A PROTEÇÃO JURÍDICA DA CRIANÇA INFLUENCIADORA DIGITAL

A crescente quantidade de crianças e adolescentes assumindo a atividade de influenciadores digitais reclama análise, sob amparo do ECA, para apuração se tal atividade prejudica ou não o seu desenvolvimento saudável e mensuração da integralidade da proteção ao indivíduo em desenvolvimento. Ao que dispõe os artigos 60 e 61 do estatuto, o trabalho por menores de 14 anos de idade é proibido, exceto na condição de aprendiz para os adolescentes entre 14 e 16 anos. Mais adiante, o artigo 69, incisos I e II, asseguram ao adolescente o direito à profissionalização, à proteção no trabalho e à capacitação profissional ao mercado de trabalho.

No ano de 2022, o Ministério do Trabalho e Previdência brasileiro incluiu a função de influenciador digital na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), sob o número 2534-10, iniciando no mesmo ano a tramitação no Senado do Projeto de Lei n.º 1138/2022, que visa a regulamentar a profissão. Já em 2025, o Ministério Público do Trabalho de Minas Gerais (MPT-MG) opinou que a atividade de influenciador digital mirim é trabalho infantil artístico, logo, deve ser amparada pela legislação vigente, a qual veda o trabalho menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz a partir dos 14 anos, bem como reclama a autorização judicial para sua prática, em consonância à Convenção 138 da OIT. Tendo em vista que a atividade de influenciador digital é considerada como profissão, é relevante refletir por qual motivo, então, as atividades infantojuvenis nas redes sociais permanecem desregulamentadas? A indagação sugere que as crianças e adolescentes brasileiros não são integralmente protegidos.

Essa constatação é corroborada pelo entendimento da justiça trabalhista do estado de São Paulo, a qual proibiu o trabalho infantil nas plataformas Facebook e Instagram, pela permissão e beneficiamento da exploração do trabalho infantil artístico. A Ação Civil Pública n.º 1001427-41.2025.5.02.0007, ajuizada pelo Ministério Público do Trabalho Paulista, ainda em tramitação, foi proposta após a constatação de diversos perfis infantis que exploravam o trabalho artístico com fins lucrativos, sem a autorização judicial. Dentre os prejuízos causados às crianças, o Inquérito Civil (IC) detectou a “pressão para produzir conteúdo, exposição a

ataques de ‘haters’ com influência na autoestima dos envolvidos; e impactos socio-educacionais, prejudicando o direito fundamental à educação, o desenvolvimento e as atividades típicas da infância”. Tais prejuízos representam afronta direta ao artigo 7º, inciso XXXIII, da Constituição da República, o qual protege crianças e adolescentes do trabalho noturno, perigoso e insalubre, bem como, na perspectiva das plataformas, estas afrontam a exigência do artigo 149 do ECA, o qual exige autorização judicial para o trabalho infantil.

A proteção jurídica da criança influenciadora digital perpassa pela identificação do enquadramento da criança, alvo da proteção, como um influenciador digital ou como um usuário recreativo das redes sociais. Tal medida inicial é necessária para que não haja o cerceamento da liberdade criativa e expressiva, além da inclusão social no mundo digital. Deve ser observado, contudo, que não são todas as redes sociais aptas a receberem e abrigarem o público infantojuvenil, por representarem risco aos direitos da personalidade da criança e do adolescente em desenvolvimento.

A aptidão da plataforma digital para o abrigo do influenciador mirim deve observar os critérios de classificação etária dispostos no Guia Prático de Audiovisual publicado pelo Ministério da Justiça e Segurança Pública do Brasil (MJSP) . Dentre os critérios para a classificação etária das plataformas, são analisados parâmetros como a presença gradual de: (i) violência; (ii) sexo e nudez; e (iii) drogas. Além disso, são agravantes a constatação de: (a) banalização; (b) composição de cena; (c) conteúdo inadequado com criança ou adolescente; (d) contexto; (e) frequência; (f) interação; (g) motivação; (h) relevância; e (i) valorização de conteúdo negativo.

Sob tais parâmetros, em junho de 2025, o MJSP, por meio do Despacho n.º 129/2025, alterou a classificação indicativa do aplicativo Instagram, passando a não recomendar seu uso para menores de 16 anos de idade. Na análise do aplicativo, foram constatadas a presença de conteúdos contendo ou incentivando a morte intencional, mutilação, crueldade, nudez, erotização, relação sexual intensa, situação sexual complexa ou de forte impacto, sexo explícito e consumo de droga ilícita.

Também, em abril de 2025, por meio do Despacho n.º 13/2025, o aplicativo TikTok ingressou com procedimento de reconsideração de sua classificação indicativa, que antes era de 12 anos e passou para 14 anos de idade. O indeferimento do pedido se baseou por terem sido encontrados conteúdos de classificações mais elevadas, como apelo sexual, nudez, erotização, consumo de droga ilícita e mutilação, sendo agravado pela composição de cena e por conteúdo inadequado com criança ou adolescente, conforme os critérios dispostos no Guia Prático Audiovisual do MJSP. Apesar disso, a rede social veicula em seu Guia do Responsável que

possui classificação para maiores de 12 anos na Apple App Store e tende a levar o consumidor a erro ao reforçar que nos Estados Unidos há um serviço de curadoria para menores de 13 anos, além de parceria com a empresa Common Sense Networks, a qual seleciona conteúdos apropriados para menores de 13 anos, sem mencionar se tal serviços estão disponíveis no Brasil, bem como desrespeitando a classificação etária rotulada pelo MJSP brasileiro.

Diante disso, é possível observar a primazia da informação como instrumento da proteção de crianças e adolescentes, afinal é por meio dela que o usuário exercerá o poder de escolha e o "consentimento livre e consciente, de forma que se deve destacar a importância do princípio da finalidade para restringir utilizações genéricas de bens da personalidade" (TEFFÉ, p. 181, 2017) .

As diretrizes de implementação de políticas públicas e ações de proteção jurídica da criança e do adolescente influenciadores digitais encontram-se dispostas na Resolução n.º 257, de 12 de dezembro de 2024, do Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania, que estabeleceu as diretrizes gerais da Política Nacional de Proteção dos Direitos da Criança e do Adolescente no Ambiente Digital (PNPDCAAD). A observação desta Resolução é de fundamental importância para resguardo dos influenciadores mirins e a criação um ambiente digital seguro, atribuindo a importância dessa construção ao Estado, à sociedade e à família, tendo como alvo a "prevalência, primazia e precedência do superior interesse e dos direitos da criança e do adolescente". Não obstante, extrai-se desta norma que se deve garantir o respeito "à liberdade de expressão e de consciência, ao acesso à informação íntegra, à autonomia progressiva e à escuta e participação da criança e do adolescente", ao que dispõe o artigo 3º, incisos I e VIII da Resolução.

Ao considerar a autonomia progressiva do influenciador mirim, a legislação brasileira não tipifica parâmetros objetivos para tal mensuração. Contudo, a interpretação sistêmica dos valores democráticos dispostos na Constituição pressupõe que as plataformas digitais devem resguardar a liberdade de expressão, a proteção da privacidade e o livre fluxo de informações de todos os usuários, inclusive das crianças e adolescentes, os quais, apesar de não possuírem plena capacidade civil e de discernimento, integram a sociedade, sendo resguardados pelo resultado da ponderação entre sua vulnerabilidade e autonomia pelos operadores do direito, plataformas sociais e a família. Nesse sentido, Dias (2024):

> Isso porque, há de se ter em conta que a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Crianças (CNUDC, 1989) considera que a criança deve estar plenamente preparada para a vida independente na sociedade, ao tempo em que reconhece seu direito à livre expressão, incluindo a liberdade de procurar, receber e divulgar informações e ideias de todo tipo (CNDUC, preâmbulo e art. 13). Para tanto, naturalmente, a presença da criança no ambiente de comunicação deve ser protegida e

> acompanhada, respeitando-se as etapas do seu desenvolvimento e progressiva autonomia, o que impõe a observância do arcabouço normativo e autorregulamentar vigente e que visam a essa proteção.

A proteção jurídica deve ser aplicada sem impor proibições absolutas, visto que, ao que dispõe o artigo 3º, ECA, sem prejuízo à proteção integral, os menores devem ser inseridos na sociedade, desde que a publicidade pelo influenciador siga os critérios regulamentares previstos no arcabouço legislativo nacional.

Mesmo diante das proteções expostas, a efetividade no cumprimento das leis tem se demonstrado vulnerável. A relação entre o influenciador e o consumidor, que pode ser associativa-reativa ou dialógico-mútua, conforme demonstrado neste estudo, impõe entre as partes um dever social de prevenção e de responsabilidade, na medida que, caso algum limite seja violado, ou algum dano seja causado, a reparação é garantida ao lesado por quem a provocou, tal como o artigo 186 e 927 do Código Civil.

Quando tal responsabilidade é transportada ao universo infantojuvenil, os danos psicossociais causados e provocados pelos indivíduos em desenvolvimento afetam frontalmente o seu direito ao crescimento saudável. Há, portanto, a constatação de uma imensa lacuna protetiva às crianças e adolescentes influenciadores digitais.

A perpetuação da desproteção das crianças e adolescentes influenciadores digitais se deve à omissão do Estado brasileiro nos âmbitos legislativo e executivo. Diante da ausência de normas regulamentadoras do trabalho infantojuvenil no ambiente digital, o poder judiciário atua na contenção das violações, quando noticiadas. O artigo 149, do ECA, é o amparo judicial enquanto não se elaboram leis que protejam de forma eficaz o direito das crianças e adolescentes.

Apesar da publicação do ECA Digital, tal lei não foi capaz de criar restrições e mecanismos de controle para a promoção do livre desenvolvimento saudável e a proteção aos direitos da personalidade dos influenciadores digitais mirins. Ao que se extrai dos capítulos destinados à publicidade no meio digital e às redes sociais, a lei se limitou a tipificar parâmetros e regras às plataformas, sem, contudo, tipificar a atividade dos influenciadores digitais, a responsabilidade dos pais sobre esse público, bem como das plataformas em vedar o acesso de crianças às redes sociais inadequadas a sua idade, conforme a PNPDCAAD.

A hipervulnerabilidade dos menores impõe que sua segurança deva ser preservada integralmente. Essa proteção é distinta em dois ramos, nos quais, pela classificação de Silva, Barbosa e Guimarães (2022), é direta quando há previsão legislativa específica e indireta,

quando é reconhecida a igualdade do menor, em direitos e qualificações, perante a família. A responsabilidade das plataformas digitais sobre o conteúdo postado e os direitos do amplo acesso à informação e do esquecimento foi debatido pelo STJ em sede de recurso especial, decidindo a corte superior pela necessidade em se compatibilizar o interesse do usuário titular dos dados e a proteção de seus dados pessoais. Nesse sentido, o REsp n.º 1.660.168/RJ:

> (...) 4.Há, todavia, circunstâncias excepcionalíssimas em que é necessária a intervenção pontual do Poder Judiciário para fazer cessar o vínculo criado, nos bancos de dados dos provedores de busca, entre dados pessoais e resultados da busca, que não guardam relevância para interesse público à informação, seja pelo conteúdo eminentemente privado, seja pelo decurso do tempo. 5. **Nessas situações excepcionais, o direito à intimidade e ao esquecimento, bem como a proteção aos dados pessoais deverá preponderar, a fim de permitir que as pessoas envolvidas sigam suas vidas com razoável anonimato, não sendo o fato desabonador corriqueiramente rememorado e perenizado por sistemas automatizados de busca.** 6. O rompimento do referido vínculo sem a exclusão da notícia compatibiliza também os interesses individual do titular dos dados pessoais e coletivo de acesso à informação, na medida em que viabiliza a localização das notícias àqueles que direcionem sua pesquisa fornecendo argumentos de pesquisa relacionados ao fato noticiado, mas não àqueles que buscam exclusivamente pelos dados pessoais do indivíduo protegido" (grifo nosso).

Extraindo-se a conciliação proposta entre o direito coletivo do acesso à informação e os direitos à intimidade e ao esquecimento, aplicado aos influenciadores digitais mirins, percebe-se a perpetuação da desproteção da sua esfera privada do influenciador digital mirim e afronta a proteção constitucional da criança e do adolescente. A interseção da proteção aos menores reclama da sociedade digital a "necessidade de um olhar holístico, humanizado e voltado à tutela dos vulneráveis envolvidos, e da condução das suas ações por seus responsáveis" (Silva, Barbosa e Guimarães, 2022), afinal, se compartilhar é estar em sociedade, o excesso de compartilhamento é estar preso à opinião dessa mesma sociedade.

5. CONCLUSÃO

Conforme exposto, o crescimento da população brasileira resultou na massiva expansão da utilização da internet e das redes sociais no país, ao passo que as plataformas digitais transformaram as formas de comunicação, consumo e interação social. A teoria das redes sociais demonstrou que os vínculos formados no ambiente virtual ressignificaram os laços

sociais, originando a novos fenômenos, os quais não possuem o amparo jurídico necessário para garantir um ambiente livre de abusos e violações aos direitos dos menores.

Apesar disso, o ambiente das redes sociais tornou-se favorável ao surgimento dos influenciadores digitais, os quais possuem a capacidade de mobilizar opiniões, ditar tendências e influenciar escolhas de consumo a partir da exposição constante de sua vida pessoal. A relação de confiança e intimidade que antes as celebridades da mídia analógica não possuíam, passaram a ser exploradas pelos influenciadores digitais, transformando o ambiente digital em um campo de guerra publicitária, de oferecimento de produtos e serviços, altamente disputados pelos grandes conglomerados de marketing.

Inevitavelmente, as crianças e adolescentes também passaram a ser parte desse ambiente, seja de forma indireta, como alvos das publicidades, mas também de forma direta, como agentes de comunicação e persuasão, surgindo, assim, o influenciador digital mirim, cuja atuação reflete não apenas tendências de mercado, mas também o deslocamento da infância para um espaço inédito de visibilidade pública e econômica.

Esse cenário revelou a existência de uma lacuna normativa que protegesse integralmente o livre desenvolvimento das crianças e adolescentes influenciadores digitais, inclusive de seus responsáveis legais. O alto risco da superexposição e o compartilhamento excessivo por parte dos responsáveis legais com intuito lucrativo (*oversharenting*) mostraram que o exercício da atividade influenciadora digital passou a representar uma ameaça à privacidade, ao desenvolvimento físico, psicológico e para a formação da identidade digital dos menores.

A questão imposta entre, de um lado, a liberdade de expressão, a inserção digital e a autonomia progressiva da criança e, de outro, a necessidade de proteção integral de seus direitos fundamentais, especialmente da dignidade, do desenvolvimento saudável e da preservação da intimidade, perpassa a identificação da criança e pela observação dos critérios de classificação etária dispostos pelo Guia Prático do MJSP, sendo um instrumento de proteção a primazia da informação.

Além disso, observou-se que, enquanto o trabalho artístico infanto-juvenil é regulado por regras específicas, a atividade exercida pelos influenciadores mirins não encontra disciplina jurídica clara. Apesar da proteção oferecida pelo ECA, das normas dispostas na lei n.º 8.078/90 (CDC) e a recente promulgação da Lei n.º 15.211/2025 (ECA digital), ainda em *vacacio legis*, a proteção integral do influenciador digital mirim permanece insuficiente diante da complexidade do fenômeno.

No intuito de oferecer à criança influenciadora digital um ambiente favorável ao seu desenvolvimento saudável, as regras que resguardam o trabalho das crianças artistas devem

incidir sobre os influenciadores digitais mirins, sendo necessário o alvará judicial para garantir o lazer, os estudos e acompanhamento psicológico. Ademais, a inclusão digital das crianças e adolescentes deve seguir as diretrizes dispostas na Resolução n.º 257/2024 (PNPDCAAD), a qual tem o objetivo de garantir o respeito à autonomia progressiva e o superior interesse da criança e do adolescente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Manual de direito do consumidor: à luz da jurisprudência do STJ.** 17. ed. rev., ampl. e atual. Salvador: Ed. JusPodivm, 2022.

BRASIL. **Guia Prático de Audiovisual.** Disponível em: https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/CLASSINDAUDIOVISUAL_Guia_27042022versaofinal.pdf . Acesso em: 27 set. 2025.

_____. **Lei nº 15.211, de 2025.** Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais (Estatuto Digital da Criança e do Adolescente). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2025. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/lei/L15211.htm. Acesso em: 13 ago. 2025.

_____. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Secretaria Nacional de Justiça. Coordenação de Política de Classificação Indicativa. **Despacho nº 129/CPCIND/SENAJUS, de 10 de junho de 2025.** Diário Oficial da União: Brasília, DF, ano 2025, ed. 109, *seção 1*, p. 113, 11 jun. 2025. Disponível em: https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/despacho-n-129/cpcind/senajus-de-10-de-junho-de-2025-635317318. Acesso em: 27 set. 2025.

_____. Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Classificação indicativa do Instagram é revisada para não recomendada a menores de 16 anos.** Brasília: MJ; 11 jun. 2025. Disponível em: https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/noticias/classificacao-indicativa-do-instagram-e-revisada-para-nao-recomendada-a-menores-de-16-anos. Acesso em: 13 ago. 2025.

_____. Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Classificação Indicativa para garantir proteção das crianças e liberdade de expressão**. Brasília: MJ, 16 mar. 2018. Atualizado em 12 dez. 2022. Disponível em: https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/noticias/classificacao-indicativa-para-garantir-protecao-das-criancas-e-liberdade-de-expressao. Acesso em: 13 ago. 2025.

_____. Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania. Secretaria Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente. Coordenação-Geral do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente. **Resolução nº 257, de 12 de dezembro de 2024.** Diário Oficial da União: Seção 1, Brasília, DF, n. 245, p. 91, 20 dez. 2024. Disponível em: https://www.gov.br/participamaisbrasil/blob/baixar/61597. Acesso em: 13 ago. 2025.

_____. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.660.168/RJ.** Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Relator para acórdão: Ministro Marco Aurélio Bellizze. Terceira Turma. Brasília, DF, 8 de maio de 2018. Diário de Justiça Eletrônico, 5 jun. 2018. Disponível em: https://www.stj.jus.br/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/ATC?seq=83459361&tipo=0&nreg=&SeqCgrmaSessao=&CodOrgaoJgdr=&dt=&formato=PDF&salvar=false. Acesso em: 13 ago. 2025.

_____. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.186.616/MG**. Recorrente: Google Brasil Internet Ltda. Recorrido: Alexandre Magno Silva Marangon. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Brasília, DF, 23 de agosto de 2011. Diário de Justiça Eletrônico, 31 ago. 2011. Disponível em: https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1083487&num_registro=201000512263&data=20110831&formato=PDF. Acesso em: 13 ago. 2025.

DAVIDOVICI, Fabio. **Marketplace in Brazil: Master's research shows what platforms will look like in 2032.** FGV. Publicado em: 22 ago. 2024. Disponível em: https://portal.fgv.br/en/news/marketplace-brazil-masters-research-shows-what-platforms-will-look-2032. Acesso em: 02 set. 2025.

DEMBROW, Brett. I**nvesting in Human Futures: How Big Tech and Social Media Giants Abuse Privacy and Manipulate Consumerism.** 30 U. MIA Bus. L. Rev. 324 (2022). Disponível em: https://repository.law.miami.edu/umblr/vol30/iss3/7. Acesso em: 10 out. 2025.

DIAS, Lucia Ancona Lopez de Magalhães. **Influenciador digital: publicidade testemunhal em ambiente virtual.** *In* TEIXEIRA, Ana Carolina Brochado; FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura; DENSA, Roberta (coord.); PEREIRA, Tânia da Silva. Infância, adolescência e tecnologia: o estatuto da criança e do adolescente na sociedade da informação. 1. ed. Indaiatuba,

SP: Foco, 2022. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 27 set 2025.

DUQUE, Bruna Lyra; VERMELHO, Schamyr Pancieri. **Pequenos influenciadores, grandes desafios: administração de bens dos influenciadores mirins.** *In* TEIXEIRA, Ana Carolina Brochado; FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura; DENSA, Roberta (coord.); PEREIRA, Tânia da Silva. Infância, adolescência e tecnologia: o estatuto da criança e do adolescente na sociedade da informação. 1. ed. Indaiatuba, SP: Foco, 2022. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 27 set 2025.

FASANELLA, Gabriela Abrão; SANDES, Fábio Shimabukuro; BRITO, Eliane Pereira Zamith. **Aliar-se a influenciadores ou a celebridades?.** FGV Notícias. Publicado em: 20 fev. 2024. Disponível em: https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/view/89198/83916. Acesso em: 09 set. 2025.

FERREIRA, Gonçalo Costa. **Redes sociais de informação: uma história e um estudo de caso.** *In* Perspectivas em Ciência da Informação, v.16, n.3, p. 208-231, jul./set. 2011. Disponível em: https://www.scielo.br/j/pci/a/hX6dWhCGmVCqGCC6ZnhgSMw/?format=pdf&lang=pt. Acesso em: 31 ago. 2025.

IVO, Diego. **49 estatísticas sobre o Google: saiba tudo sobre o maior buscador do mundo.** Conversion, 2023. Disponível em: https://www.conversion.com.br/blog/estatisticas-do-google/. Acesso em: 10 out. 2025.

JURISTAS. **A história da internet e suas tecnologias: da Guerra Fria a 2024.** Juristas. Publicado em 12 maio 2024. Disponível em: https://juristas.com.br/artigos/a-historia-da-internet-e-suas-tecnologias-da-guerra-fria-a-2024/. Acesso em: 13 out. 2025.

LOSCHI, Marília. **Internet chega a 74,9 milhões de domicílios do país em 2024**. Agência de Notícias IBGE, 25 abr. 2025. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/44031-internet-chega-a-74-9-milhoes-de-domicilios-do-pais-em-2024. Acesso em: 13 ago. 2025.

NIC.BR. **A história da internet e suas tecnologias: da Guerra Fria a 2024.** Juristas, 12 maio 2024. Disponível em: https://www.nic.br/noticia/na-midia/a-historia-da-internet-e-suas-tecnologias-da-guerra-fria-a-2024/. Acesso em: 13 out. 2025.

MANCE, Euclides André. **Teorias de rede: introdução conceitual e elementos organizativos.** Curitiba: Instituto de Filosofia da Libertação; Solidarius Brasil, 2012. Disponível em: https://euclidesmance.net/docs/teorias_de_rede.pdf. Acesso em: 13 ago. 2025.

MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação.** Ciência da Informação, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001. Disponível em: https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/940/977. Acesso em: 13 ago. 2025.

META. Disponível em: https://www.meta.com/pt-br/technologies/?srsltid=AfmBOorUKRai3NnQufLwnF75tF582JvxYkJzhsxr8QQI6q_Org1YCMoW. Acesso em: 12 out. 2025.

MOURA, Lucas Fernandes De et al. **A história das redes sociais e seus impactos.** RevistaFT, 2024. Disponível em: https://revistaft.com.br/a-historia-das-redes-sociais-e-seus-impactos/. Acesso em: 15 set. 2025.

MPT**. Atividade de influenciador digital mirim é trabalho infantil artístico, diz MPT.** 2025. Disponível em: https://www.prt3.mpt.mp.br/procuradorias/prt-belohorizonte/3748-atividade-de-influenciador-digital-mirim-e-trabalho-infantil-artistico-diz-mpt. Acesso em: 12 out. 2025.

RENAUX, Pedro. **População estimada do país chega a 213,4 milhões de habitantes em 2025**. Agência de Notícias IBGE, 28 ago. 2025. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/44305-populacao-estimada-do-pais-chega-a-213-4-milhoes-de-habitantes-em-2025. Acesso em: 13 ago. 2025.

SANTOS, Vanessa Matos; CABESTRÉ, Sonia Aparecida; MORAES, Erika. **A comunicação na era das redes sociais: aproximações teóricas.** *In* OLIVEIRA, Ivone de Lourdes;

MARCHIORI, Marlene. Redes sociais, comunicação, organizações. 1. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2019. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 31 ago 2025.

SILVA, Cristiane Rubim Manzina da; TESSAROLO, Felipe Maciel. **Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia.** *In* XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2016, São Paulo. Anais de Congresso. p. 5. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2104- 1.pdf Acesso em: 22 jul. 2021.

SILVA, Michael César; BARBOSA, Caio César do Nascimento; GUIMARÃES, Glayder Dauwerth Pereira. **Influenciadores digitais mirins e (over)sharenting: uma abordagem acerca da superexposição de crianças e adolescentes nas redes sociais.** *In* TEIXEIRA, Ana Carolina Brochado; FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura; DENSA, Roberta (coord.); PEREIRA, Tânia da Silva. Infância, adolescência e tecnologia: o estatuto da criança e do adolescente na sociedade da informação. 1. ed. Indaiatuba, SP: Foco, 2022. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 29 set 2025.

SOUZA, Carlos Henrique Medeiros; CARDOSO, Carla. **As redes sociais digitais: um mundo em transformação.** Disponível em: https://livrozilla.com/doc/596092/as-redes-sociais-digitais--um-mundo-em-transforma%C3%A7%C3%A3o?utm_source. Acesso em 31 ago. 2025.

TEFFÉ, Chiara Antonia Spadaccini de. **Considerações sobre a proteção do direito à imagem na internet.** Revista de informação legislativa: RIL, v. 54, n. 213, p. 173-198, jan./mar. 2017. Disponível em: <http://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/54/213/ril_v54_n213_p173>. Acesso em: 10 set. 2025.

TIC KIDS ONLINE BRASIL. **B1C - crianças e adolescentes, por atividades realizadas na internet – produção e compartilhamento de conteúdo.** Disponível em: https://cetic.br/pt/pesquisa/kids-online/ . Acesso em 18 set. 2025.

TIKTOK BRASIL. **Guia do Responsável.** Disponível em: https://www.tiktok.com/safety/pt-br/guardians-guide . Acesso em: 27 set. 2025

TRT-2. **Liminar proíbe trabalho infantil em redes sociais sem prévia autorização.** TRT-2, 2025. Disponível em: https://ww2.trt2.jus.br/noticias/noticias/noticia/liminar-proibe-trabalho-infantil-em-redes-sociais-sem-previa-autorizacao. Acesso em: 15 out. 2025.

ZAMPIER, Bruno. **Bens digitais: cybercultura, redes sociais, e-mails, músicas, livros, milhas aéreas, moedas virtuais.** 2. ed. Indaiatuba, SP: Foco, 2020. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 13 set 2025.