



UNICEPLAC
CENTRO UNIVERSITÁRIO

Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos - UNICEPLAC
Curso de Direito
Trabalho de Conclusão de Curso

**A responsabilidade civil dos influenciadores digitais nas
relações de consumo decorrente de publicidades ilícitas**

Gama-DF
2024

NAYRA EDUARDA N. BARBOSA

A responsabilidade civil dos influenciadores digitais nas relações de consumo decorrente de publicidades ilícitas

Artigo apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Direito pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.
Orientador: Bruno Fonseca Gurão

Gama-DF
2024

NAYRA EDUARDA N. BARBOSA

A responsabilidade civil dos influenciadores digitais nas relações de consumo decorrente de publicidades ilícitas

Artigo apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Direito pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Gama-DF, 02 de Dezembro de 2024

Banca Examinadora

Prof. Nome completo
Orientador

Prof. Nome completo
Examinador

Prof. Nome Completo
Examinador

A responsabilidade civil dos influenciadores digitais nas relações de consumo decorrente de publicidades ilícitas

Nayra Eduarda Nascimento Barbosa

Resumo:

Este trabalho de conclusão de curso analisa a responsabilidade civil dos influenciadores digitais em casos de publicidade enganosa. A problemática da pesquisa concentra-se na falta de implicações legais associadas às práticas publicitárias fraudulentas, mas destaca-se que é possível a aplicação do Código de Defesa do Consumidor e do Código Civil para responsabilizar esses influenciadores por danos aos consumidores através da responsabilidade civil objetiva. O Código de Autorregulamentação Publicitária pode complementar essa responsabilização, mesmo tendo apenas atuações administrativas. O estudo também explora as consequências legais para influenciadores envolvidos em promoções de produtos ou serviços fraudulentos e analisa o impacto das sanções estabelecidas para prevenir tais práticas. Além disso, o trabalho analisa como a legislação tem lidado com a regulamentação dessas atividades e se é possível incluir medidas que possam ser adotadas para proteger os consumidores e punir os infratores. Esse exame abrangente visa proporcionar uma visão detalhada do combate à publicidade enganosa no ambiente digital.

Palavras-chave: influenciador; publicidade, responsabilidade

Abstract:

This thesis analyzes the civil liability of digital influencers in cases of misleading advertising. The research problem focuses on the lack of legal implications associated with fraudulent advertising practices, but highlights that it is possible to apply the Consumer Defense Code and the Civil Code to hold these influencers accountable for damages to consumers through objective civil liability. The Code of Advertising Self-Regulation can complement this responsibility, even if it only has administrative actions. The study also explores the legal consequences for influencers involved in promoting fraudulent products or services and examines the impact of the sanctions established to prevent such practices. Furthermore, the work analyzes how legislation has dealt with the regulation of these activities and whether measures can be adopted to protect consumers and punish offenders. This comprehensive examination aims to provide a detailed view of combating misleading advertising in the digital environment.

Keywords: influencer; advertising; liability