

Youtubers infantis e sua influência na publicidade infantil contemporânea

Iohana Viana Araujo¹; Maria Cristina Alves Delgado de Ávila²

RESUMO

O presente artigo se propõe a discorrer sobre a publicidade voltada ao público infantil que é compartilhada por *youtubers* mirins, visando assim, analisar sua vinculação e discutir sua influência para com os jovens brasileiros, que são em tese futuros cidadãos que se encontram em formação. Há de se ressaltar, que não há qualquer legislação que regule os termos desta publicidade, assim como a forma que esta chega até o consumidor, o que então acaba por trazer a essa relação uma real vulnerabilidade. A metodologia de pesquisa utilizada fora o levantamento bibliográfico, a fim de atingir uma pesquisa objetiva e crítica no que tange ao assunto. Tal tema se justifica, pois a não regulação da publicidade dirigida a crianças e adolescentes fere previsões constitucionais e ainda o Estatuto da Criança e do Adolescente, haja vista que estes jovens expostos a uma publicidade deliberada e sem controle, ficam ainda mais vulneráveis em nossa sociedade, acabando em determinadas situações a servirem de massa de manipulação.

Palavras-chave:

Publicidade infantil. *Youtuber*. Exploração.

¹ Discente do curso de Direito do Centro Universitário de Barra Mansa (UBM). Pesquisadora, pela mesma instituição, do NUPED – Núcleo de Pesquisa do Direito – na linha de pesquisa "Direito, desenvolvimento e cidadania". Email: iohanava@gmail.com

² Mestre em Biodireito, Ética e Cidadania. Professora do Centro Universitário de Barra Mansa - UBM. Pesquisadora do NUPED – Núcleo de pesquisa do curso de Direito – na linha de pesquisa "Direito, desenvolvimento e cidadania". E-mail: cristina.delgado@uol.com.br