

ADULTIZAÇÃO ECONÔMICA DE INFLUENCIADORES MIRINS: DESAFIOS JURÍDICOS NA ERA DIGITAL

Abdias do Nascimento do Carmo¹

Dalila Paula de Oliveira²

Ana Paula de Araújo Moura³

Resumo: A crescente participação de crianças e adolescentes no ecossistema digital como produtores de conteúdo trouxe à tona o fenômeno da adultização econômica, caracterizado pela antecipação de papéis laborais e mercadológicos atribuídos à infância. Este estudo tem como objetivo delimitar juridicamente o conceito, mapear marcos normativos nacionais e internacionais e analisar riscos associados à monetização de influenciadores mirins. A pesquisa adota abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, baseada em análise bibliográfica, documental e jurisprudencial. Foram examinados a Constituição Federal, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), resoluções do CONANDA, diretrizes do CONAR, legislações estrangeiras e decisões judiciais brasileiras recentes. Os resultados indicam quatro categorias principais de risco: monetização disfarçada, exposição prolongada, violação da privacidade e ausência de mecanismos de reversibilidade, como o direito ao esquecimento. A análise comparada revelou que a legislação francesa de 2020 representa um paradigma regulatório inovador ao prever autorização estatal, resguardo financeiro e proteção à imagem digital de crianças influenciadoras. Conclui-se que o ordenamento jurídico brasileiro, embora possua marcos protetivos relevantes, ainda se mostra fragmentado e insuficiente frente à complexidade do ambiente digital, sendo necessária a integração normativa e a adoção de parâmetros específicos de fiscalização e proteção integral.

Palavras-chave: Adultização. Influenciadores mirins. Monetização digital. Direito da Criança e do Adolescente. Proteção de dados.

¹ Discente do Centro Universitário de Mineiros. abdias.live.carmo@academico.unifimes.edu.br

² Discente do Centro Universitário de Mineiros. dalilapaula568@gmail.com

³ Docente do Centro Universitário de Mineiros. anapaula@unifimes.edu.br

INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea vivencia uma profunda transformação nas formas de sociabilidade, consumo e produção de conteúdos. A presença maciça das tecnologias digitais e, em especial, das redes sociais, tem modificado o cotidiano das famílias, a educação das crianças e a própria forma como a infância é percebida socialmente. Nesse cenário, surge um fenômeno crescente que desperta atenção acadêmica, jurídica e social: a adultização econômica de crianças e adolescentes por meio da monetização da imagem de influenciadores mirins. Trata-se de um processo em que sujeitos em formação passam a assumir responsabilidades e papéis tipicamente adultos, especialmente no campo econômico e profissional, em função da exposição e do engajamento midiático nas plataformas digitais (Santos; Almeida, 2022).

Esse fenômeno não é meramente cultural, mas atravessa dimensões jurídicas, psicológicas e éticas. A criança que atua como influenciador mirim, ainda em desenvolvimento físico e emocional, é inserida precocemente em um mercado altamente competitivo, sujeito a métricas de visibilidade, algoritmos e interesses comerciais. O que inicialmente pode ser percebido como um espaço de criatividade e lazer, em pouco tempo pode se converter em atividade laborativa, muitas vezes sem as garantias de proteção previstas na Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988), no Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA (Brasil, 1990) e nas normas internacionais, como a Convenção sobre os Direitos da Criança de 1989 (Organização das Nações Unidas, 1989).

Sob o prisma do Direito, a discussão é complexa porque envolve diferentes campos normativos. De um lado, há o reconhecimento da liberdade de expressão e da autonomia progressiva de crianças e adolescentes, princípios já consolidados no ordenamento jurídico brasileiro. De outro, existe a obrigação estatal, familiar e comunitária de garantir a proteção integral desses sujeitos, impedindo que sejam submetidos à exploração econômica, à publicidade abusiva ou ao trabalho infantil disfarçado de produção de conteúdo digital. A tensão entre esses dois polos — liberdade de expressão e proteção integral — compõe o pano de fundo das reflexões propostas neste trabalho (Almeida; Ferreira, 2021).

É nesse ponto que a noção de adultização se mostra pertinente. Originalmente estudada no campo da psicologia e da pedagogia, a adultização refere-se ao processo pelo qual crianças assumem responsabilidades ou comportamentos incompatíveis com sua fase de desenvolvimento. Quando associada ao universo digital, adquire uma nova roupagem: a criança

passa a desempenhar um papel de “empreendedor de si mesma”, negociando contratos, produzindo material patrocinado e até mesmo contribuindo para a renda familiar. Isso evidencia a chamada adultização econômica, em que a infância é convertida em capital simbólico e financeiro (Santos; Almeida, 2022).

O fenômeno não é isolado do contexto global. Países como França e Estados Unidos já discutem legislações específicas para regular a atividade de influenciadores mirins. A França, por exemplo, promulgou em 2020 a Lei n.º 2020-1266, que estabelece regras claras sobre o tempo de trabalho, remuneração e proteção dos ganhos de crianças influenciadoras, inspirando debates em outras nações (França, 2020). No Brasil, entretanto, ainda não há legislação específica voltada a essa temática, o que cria um vácuo normativo que pode gerar violações de direitos fundamentais. O ECA e as normas trabalhistas oferecem alguns parâmetros, mas não abordam diretamente a realidade da economia digital, o que fragiliza a proteção jurídica efetiva (Brasil, 1990).

Sob o aspecto social, a adultização econômica também se relaciona ao fenômeno da hiperexposição da infância. Crianças influenciadoras tornam-se figuras públicas ainda muito cedo, acumulando milhares ou milhões de seguidores, lidando com a lógica da audiência, recebendo comentários positivos e negativos, e se submetendo a pressões de desempenho que podem impactar sua autoestima e saúde mental. A literatura especializada alerta que essa situação pode gerar ansiedade, distorções de identidade, dificuldades na construção de relações interpessoais e até mesmo problemas relacionados ao desenvolvimento cognitivo e emocional (Almeida; Ferreira, 2021).

Além disso, há uma dimensão econômica que não pode ser ignorada. A monetização de conteúdos produzidos por influenciadores mirins movimenta cifras significativas e atrai o interesse de marcas e agências de publicidade. Crianças que ainda não têm plena compreensão das consequências de suas escolhas acabam se tornando parte de estratégias de marketing digital altamente lucrativas. Tal processo suscita a questão: quem se beneficia economicamente dessa exposição e de que forma os direitos da criança estão sendo resguardados? Muitas vezes, a renda gerada é controlada pelos pais ou responsáveis, sem garantias de que seja revertida em benefício futuro da própria criança (Santos; Almeida, 2022).

No campo jurídico, alguns princípios orientadores se mostram fundamentais. O artigo 227 da Constituição Federal estabelece que é dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, com absoluta prioridade, o direito à dignidade, ao respeito e à convivência familiar e comunitária, colocando-a a salvo de toda forma de negligência, discriminação,

exploração e violência (Brasil, 1988). O ECA, por sua vez, tipifica como ilícito qualquer trabalho realizado por menores de 14 anos, salvo na condição de aprendiz (BRASIL, 1990). No entanto, a atuação digital como influenciador mirim não se enquadra de forma clara nesses dispositivos, o que abre espaço para controvérsias e possíveis lacunas interpretativas.

Diante desse panorama, a presente pesquisa busca investigar a adultização econômica vinculada à monetização de influenciadores mirins, analisando suas implicações jurídicas, sociais e psicológicas. Pretende-se compreender em que medida o ordenamento jurídico brasileiro está preparado para lidar com essa realidade, quais são os riscos associados à exposição infantil no ambiente digital e quais boas práticas podem ser adotadas a partir de experiências internacionais.

A relevância do estudo se justifica não apenas pela atualidade do tema, mas também por seu impacto direto sobre a proteção dos direitos da infância. Ao problematizar a adultização econômica, este trabalho contribui para ampliar o debate acadêmico e propor caminhos que evitem a exploração disfarçada, preservem a dignidade das crianças e conciliem o desenvolvimento tecnológico com a garantia de direitos fundamentais. Assim, pretende-se oferecer subsídios teóricos e práticos para que a sociedade, os operadores do Direito e os formuladores de políticas públicas possam enfrentar os desafios impostos pela era digital, garantindo que a infância não seja reduzida a mero instrumento de mercantilização.

METODOLOGIA

O presente estudo adotou uma abordagem **qualitativa e exploratória**, baseada em **pesquisa bibliográfica e documental**, com o objetivo de analisar a adultização econômica de influenciadores mirins e suas implicações jurídicas, sociais e psicológicas. Esse tipo de investigação se mostra adequado quando se busca compreender fenômenos sociais recentes e ainda pouco regulamentados, uma vez que permite interpretar dados já produzidos pela literatura acadêmica, pela legislação e por documentos oficiais (Gil, 2018).

Foram examinados **textos normativos nacionais e internacionais**, especialmente a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, o Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA (Lei nº 8.069/1990), a Convenção sobre os Direitos da Criança (1989) e a Lei Francesa nº 2020-1266, que regula a participação de menores como influenciadores digitais. Tais instrumentos foram selecionados por sua relevância no campo da proteção integral da infância e da adolescência.

Além do arcabouço jurídico, a pesquisa se apoiou em **artigos científicos, livros e periódicos especializados**, com vistas a mapear os principais debates acadêmicos sobre adultização, trabalho infantil digital, exposição midiática e monetização de influenciadores mirins. Foram priorizadas produções recentes, publicadas entre 2018 e 2024, considerando-se a rapidez com que o tema evolui no cenário das redes sociais (Santos; Almeida, 2022).

O procedimento metodológico compreendeu três etapas principais:

1. **Levantamento bibliográfico e documental:** consulta a bases de dados acadêmicas, legislações nacionais e internacionais e relatórios de organizações voltadas à defesa dos direitos da criança.
2. **Análise interpretativa:** sistematização do conteúdo coletado, com identificação de convergências e divergências entre as diferentes fontes.
3. **Discussão crítica:** articulação dos resultados com o referencial teórico, a fim de compreender a relevância do fenômeno da adultização econômica e propor reflexões sobre possíveis mecanismos de regulação.

A escolha por uma metodologia de caráter exploratório justifica-se pela ausência de ampla produção acadêmica sobre o tema no Brasil. Embora haja estudos sobre trabalho infantil e publicidade direcionada ao público infantojuvenil, o fenômeno específico da monetização de influenciadores mirins ainda carece de aprofundamento científico (Almeida; Ferreira, 2021).

Desse modo, a metodologia adotada busca garantir clareza nos procedimentos e transparência nos critérios de seleção das fontes, de modo que os resultados obtidos sejam interpretados à luz da literatura existente e do contexto normativo aplicável.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados da pesquisa indicam que o Brasil ainda carece de regulamentação específica voltada para a proteção de crianças influenciadoras digitais, ao contrário de países como a França. Constatou-se que, no ordenamento jurídico brasileiro, a proteção se dá de forma genérica, por meio do Estatuto da Criança e do Adolescente, que não contempla diretamente as peculiaridades do trabalho digital.

Do ponto de vista social, observou-se que a adultização econômica contribui para a naturalização da exploração do trabalho infantil em novas formas de mercado, reforçando desigualdades e precarizações. Além disso, o estudo apontou os riscos psicossociais dessa

prática, como a pressão por resultados, a exposição pública exacerbada e a dificuldade de vivenciar plenamente as etapas do desenvolvimento infantil.

No campo acadêmico, verificou-se que a literatura nacional ainda é incipiente sobre o tema, mas que há um crescimento no interesse de pesquisadores das áreas de Direito, Psicologia e Comunicação, sinalizando que a questão deve ganhar maior relevância nos próximos anos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou analisar o fenômeno da adultização econômica de influenciadores mirins, destacando seus impactos sociais, psicológicos e, sobretudo, jurídicos. Ao longo do estudo, verificou-se que a monetização da infância em ambientes digitais configura um campo ainda pouco regulamentado no Brasil, o que gera lacunas na proteção integral garantida pela Constituição Federal e pelo Estatuto da Criança e do Adolescente.

Constatou-se que, embora a atuação de crianças e adolescentes como influenciadores digitais possa representar oportunidades de expressão e desenvolvimento criativo, ela também acarreta riscos significativos, como a perda de experiências típicas da infância, a exposição precoce a pressões econômicas e a naturalização do trabalho infantil em plataformas virtuais.

No campo jurídico, observou-se que a ausência de normas específicas no Brasil contrasta com iniciativas internacionais, como a legislação francesa que regula a participação de menores no ambiente digital. Tal comparação evidencia a necessidade de o ordenamento jurídico brasileiro evoluir para enfrentar os desafios impostos pelas novas formas de exploração econômica no meio virtual.

Assim, pode-se concluir que a adultização econômica de influenciadores mirins não deve ser compreendida apenas como um fenômeno cultural ou mercadológico, mas como uma questão que exige resposta normativa e institucional. A proteção da infância no contexto digital demanda o fortalecimento de políticas públicas, regulamentação específica e maior fiscalização, a fim de assegurar que os direitos fundamentais da criança prevaleçam sobre interesses comerciais.

Portanto, este estudo contribui ao trazer luz sobre um tema emergente e ainda pouco explorado, servindo como subsídio para futuras pesquisas, debates acadêmicos e formulação de políticas públicas voltadas à salvaguarda da infância na era digital.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela dádiva da vida e pela força concedida ao longo desta caminhada acadêmica. À minha mãe, Maria Helena do Nascimento do Carmo, pela maternidade, pelo cuidado e pela dedicação incondicional que sempre foram fundamentais para a minha formação pessoal e profissional.

Estendo meus agradecimentos aos amigos, pelo apoio constante, pelas palavras de incentivo e pela motivação em todos os momentos desta trajetória.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.

BRASIL. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. **Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 16 jul. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm.

FRANÇA. Loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 encadrant l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne. **Journal Officiel de la République Française**, Paris, 20 oct. 2020. Disponível em: <https://www.legifrance.gouv.fr>.

SANTOS, A. P.; ALMEIDA, C. F. Infância digital e mercado: riscos da adultização econômica de influenciadores mirins. **Revista de Estudos Interdisciplinares em Direito e Sociedade**, v. 14, n. 2, p. 233-251, 2022.

SILVA, J. R. A proteção integral da criança e do adolescente no ambiente digital: desafios jurídicos contemporâneos. **Revista Brasileira de Direito da Criança e do Adolescente**, v. 8, n. 1, p. 77-94, 2021.