

A lei da liberdade econômica e a desburocratização na constituição empresarial: uma forma de incentivo ao empreendedorismo no Brasil

Para ler o TCC na íntegra, [clique aqui](#)

Autores

Ana Caroline Souza de Camargo

Orientação

Cíntia Regina Portes

Resumo

O presente artigo tem como objetivo destacar as alterações que a Lei nº 13.874, de 20 de setembro de 2019, que configura a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica, trouxe para o nosso ordenamento jurídico. Mostrando desde os primórdios das atividades comerciais, as leis que deram formalização aos primeiros atos de comércio, passando ao início das atividades empresariais, brevemente conceituando alguns dos tipos societários existentes, especificando as principais alterações que configuram a desburocratização tão almejada nesta matéria, até finalmente as facilidades trazidas para o empresário brasileiro, apresentando uma nova ótica a esse tema visto como de grande burocracia. Mostrando o novo sistema integrado do Estado para processos de abertura de empresas que diminuiu o tempo no trâmite, aumentando a demanda por formalização empresarial, conforme estatística mostrada em forma de figura ao longo do trabalho, bem como a possibilidade de início de funcionamento sem necessidade de alvará para pequenos empresários que exercem atividades de baixo risco. Outro ponto que será abordado, uma alteração muito importante ocorrida na lei objeto de estudo do presente trabalho, é a proteção ao empresário e uma nova modalidade de empresa.

Palavras-chave: Lei nº 13.874/19. Liberdade econômica. Desburocratização.

A responsabilidade civil frente a atividade publicitária dos influenciadores digitais na sociedade moderna de consumo

Para ler o TCC na íntegra, [clique aqui](#)

Autores

Bruna Tinos Ribeiro

Orientação

Cíntia Regina Portes

Resumo

Com os avanços tecnológicos tão evidentes, é certo que as redes sociais também engrandeceram-se. Atrelado a este fato aparecem os novos responsáveis pela publicidade no mundo virtual, os chamados influenciadores digitais, pessoas que utilizam de sua persuasão para com seus seguidores e que, agindo de boa-fé, incentivam os a consumir determinados produtos e/ou serviços, gerando assim uma relação de consumo e vínculo entre as partes. Neste sentido, no presente artigo serão apresentados os conceitos de publicidade, informando os devidos direitos do consumidor, levando em conta sua vulnerabilidade, conforme dispõe o Código de Defesa do Consumidor, além de tratar da responsabilidade civil, a qual resta configurada pela atuação do influenciador digital. Para tanto, buscou-se demonstrar que não obstante existam órgãos que buscam fiscalizar e impedir que venha o consumidor a sofrer qualquer espécie de constrangimento em face de publicidades enganosas e abusivas, como o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, não se pode controlar a tudo e a todos, sendo recorrentes publicidades que infringem os direitos do consumidor, gerando, por consequência, a necessária responsabilização de seus infratores.

Palavras-chave: Influenciadores Digitais. Publicidade. Responsabilidade civil.