

# **IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE  
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

#### **Diretoria - CONPEDI**

**Presidente** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - FMU - São Paulo

**Diretor Executivo** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

**Vice-presidente Sudeste** - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

**Vice-presidente Nordeste** - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

**Representante Discente:** Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

#### **Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFRSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Ednilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

#### **Secretarias**

#### **Relações Institucionais:**

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

#### **Comunicação:**

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

#### **Relações Internacionais para o Continente Americano:**

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

#### **Relações Internacionais para os demais Continentes:**

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

#### **Educação Jurídica**

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

#### **Eventos:**

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

#### **Comissão Especial**

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Caio Augusto Souza Lara; Edith Maria Barbosa Ramos; Sinara Lacerda Andrade Caloche – Florianópolis: CONPEDI, 2026.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-593-4

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Constituição, Processo e Justiça Social: o papel da jurisdição constitucional na efetivação de direitos

2. Direito e globalização. 3. Responsabilidade nas relações de consumo. IX Encontro Virtual do CONPEDI (2: 2026: Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



# **IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

## **DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

---

### **Apresentação**

#### **DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I**

Os artigos contidos nesta publicação foram apresentados no Grupo de Trabalho DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I durante o IX Encontro Virtual do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito - CONPEDI, realizado nos dias 22 a 26 de junho de 2026, que teve por tema geral “Constituição, Processo e Justiça Judicial: o papel da jurisdição constitucional na efetivação de Direitos”. Trata-se da nona experiência de encontro virtual do CONPEDI em mais de três décadas de existência.

A apresentação dos trabalhos abriu caminho para uma importante discussão, em que os pesquisadores do Direito puderam interagir em torno de questões teóricas e práticas, levando-se em consideração a temática central grupo. Essa temática traz consigo os desafios que as diversas linhas de pesquisa jurídica enfrentam no tocante ao estudo dos referenciais teóricos do Direito do Consumidor e temáticas conexas. Os trabalhos apresentados no grupo de trabalho evidenciaram a centralidade das novas vulnerabilidades nas relações de consumo contemporâneas, especialmente diante da intensificação da vida digital, da economia de dados e da expansão de práticas comerciais cada vez mais sofisticadas.

Em um primeiro eixo, destacaram-se pesquisas voltadas à proteção da personalidade, à tutela de crianças, adolescentes, idosos e consumidores analógicos, bem como aos riscos

crédito fácil, fintechs, conciliação, dever de informação e termos de ajustamento de conduta, indicaram a urgência de se repensar os instrumentos de prevenção e solução de conflitos, sobretudo diante de práticas mercadológicas que estimulam o consumo imediato, ampliam a assimetria informacional e agravam a situação de consumidores jovens, idosos, de baixa renda ou emocionalmente expostos a estímulos digitais intensivos.

Em um segundo eixo, o grupo de trabalho aprofundou a reflexão sobre algoritmos, plataformas digitais, responsabilidade civil, governança regulatória e sustentabilidade nas relações de consumo. As discussões sobre capitalismo de vigilância, publicidade algorítmica, contratos invisíveis, termos de uso, precificação dinâmica, cibercrimes e proteção do consumidor turista apontaram para a necessidade de revisão dos parâmetros clássicos de responsabilização, uma vez que as plataformas digitais atuam não apenas como intermediárias, mas como agentes econômicos capazes de estruturar escolhas, direcionar comportamentos, explorar dados pessoais e produzir novas formas de dependência e assimetria.

Ao mesmo tempo, os trabalhos voltados à evolução histórica do Código de Defesa do Consumidor, aos princípios fundamentais da matéria, à competência legislativa, à governança global e à obsolescência programada permitiram situar os desafios atuais em uma perspectiva mais ampla, conectando a proteção consumerista à sustentabilidade, ao direito à informação, à regulação transnacional e à crítica da sociedade de consumo.

A análise conjunta dos temas revela um campo jurídico em transformação, no qual a defesa do consumidor precisa dialogar com tecnologia, ética, economia comportamental, proteção de dados, meio ambiente e políticas públicas. Assim, o grupo de trabalho demonstrou que o Direito do Consumidor permanece como instrumento essencial de promoção da dignidade humana, mas deve ser continuamente atualizado para responder aos impactos da digitalização, da financeirização do consumo, da exploração algorítmica e da crise socioambiental contemporânea.

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara

Prof. Dr.<sup>a</sup> Edith Maria Barbosa Ramos

Prof. Dr.<sup>a</sup> Sinara Lacerda Andrade Caloche

**A CRIANÇA E O ADOLESCENTE ENQUANTO CONSUMIDORES DE  
CONTEÚDOS DIGITAIS NA SOCIEDADE DE CONSUMO: O DEVER DE  
CUIDADO E PROTEÇÃO CONTRA OS DESIGNS MANIPULATIVOS**

**CHILDREN AND ADOLESCENTS AS CONSUMERS OF DIGITAL CONTENT IN  
CONSUMER SOCIETY: THE DUTY OF CARE AND PROTECTION AGAINST  
MANIPULATIVE DESIGNS**

**Bruno Mello Corrêa de Barros Beuron <sup>1</sup>**  
**Daniela Richter <sup>2</sup>**

**Resumo**

O presente trabalho versa sobre o dever de cuidado e proteção de crianças e adolescentes contra os designs manipulativos que agravam sua situação de consumidores vulneráveis. Quer analisar como o ECA digital pode protegê-los e, como o Estado brasileiro pode garantir a sua proteção de fato diante de ferramentas de Inteligência Artificial e infraestruturas algorítmicas opacas que operam além de suas fronteiras físicas. Para tanto, utiliza-se do método de abordagem hipotético-dedutivo e do método de procedimento monográfico e funcionalista. Ainda, destaca-se a técnica de pesquisa documental e bibliográfica. Como objetivos específicos, inicialmente, aborda-se a questão da vulnerabilidade do consumidor criança e adolescente pela situação peculiar de desenvolvimento na sociedade de consumo. Logo após, destaca-se o avanço do mundo digital e o Poder das Big Techs, com suas estratégias de escolha (nudging) e de design persuasivo como ferramentas de captura de atenção. Ao final, revela-se o Eca digital como novo instrumento normativo e a capacidade do Estado brasileiro de impor limites após a sua promulgação. Como resultados, tem-se que somente por meio de uma governança digital ética e de uma fiscalização rigorosa das práticas de design será possível assegurar um ambiente digital que promova o desenvolvimento saudável, de modo a garantir, de fato a absoluta prioridade que eles ostentam.

**Palavras-chave:** Criança e adolescente, Consumidores de conteúdo digital, Nudging, Vulnerabilidade. big techs

Intelligence tools and opaque algorithmic infrastructures that operate beyond its physical borders. To this end, it uses the hypothetical-deductive approach method and the monographic and functionalist procedural method. Furthermore, the documentary and bibliographic research technique is highlighted. As specific objectives, initially, the issue of the vulnerability of child and adolescent consumers due to their peculiar developmental situation in consumer society is addressed. Following this, the advancement of the digital world and the power of Big Tech, with its nudging strategies and persuasive design as attention-grabbing tools, are highlighted. Finally, the digital ECA is revealed as a new normative instrument and the capacity of the Brazilian State to impose limits after its promulgation. As a result, it is clear that only through ethical digital governance and rigorous oversight of design practices will it be possible to ensure a digital environment that promotes healthy development, thus guaranteeing the absolute priority they deserve.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Children and adolescents, Digital content consumers, Nudging, Vulnerability, Big tech

## 1 INTRODUÇÃO

O cenário contemporâneo impõe um desafio sem precedentes à eficácia das normas jurídicas de proteção do consumidor e, em especial, do consumidor criança e do adolescente, especialmente no ambiente digital. Nesse sentido, o advento da Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025, conhecida como Estatuto Digital da Criança e do Adolescente, ou ainda, ECA digital, que entrou em vigor em 17 de março de 2026, desloca a atenção à cada vez mais imperiosa necessidade de proteção desta parcela social, que se encontra em estágio peculiar de formação e desenvolvimento.

A transição da vida pública e privada para ecossistemas digitais, bem como a infância e adolescência construída em uma sociedade de consumo que migra para o ambiente on-line geridos por um reduzido número de conglomerados transnacionais, as *Big Techs*, evidenciam que o controle informacional e dos dados pode desencadear inúmeros problemas, uma vez que empresas como *Google*, *Meta* e *Tik Tok* atuam como “curadoras” da realidade infantoadolescente. A tensão entre o lucro baseado em dados, ou capitalismo de vigilância, segundo leciona Zuboff (2020) e o princípio da Prioridade Absoluta, previsto no ECA (Brasil, 1990), é flagrante e demanda atuação do Estado, da família e da sociedade.

Embora o ordenamento jurídico contemple diferentes estruturas de proteção a eles, o artigo 227 da Constituição Federal (Brasil, 1988), bem como o ECA (Brasil, 1990) estabelecem o Princípio da Prioridade Absoluta e o direito ao desenvolvimento saudável, a arquitetura dessas plataformas é frequentemente pautada pelo capitalismo informacional-digital (Loveluck, 2018) que transforma o comportamento infantoadolescente em dados monetizáveis.

Surge, então, uma tensão fundamental: como o ECA digital pode proteger às crianças e adolescentes consumidores de plataformas com designs manipulativos que agravam a sua situação de vulnerabilidade? E, como o Estado brasileiro pode garantir a Proteção Integral de suas crianças e adolescentes diante de ferramentas de Inteligência Artificial e infraestruturas algorítmicas opacas que operam além de suas fronteiras físicas? A erosão da soberania digital brasileira, que se revela na dificuldade de regulação e fiscalização dessas corporações, coloca em xeque a autonomia jurídica do país para salvaguardar sua geração futura contra o design persuasivo e a exploração comercial de dados, tornando urgente a discussão sobre uma governança digital que não subordine direitos fundamentais à lógica do lucro de plataformas globais de tecnologia.

Para o desenvolvimento e estruturação da pesquisa, parte-se do método de abordagem hipotético-dedutivo. Também é escopo da pesquisa o método de procedimento monográfico e funcionalista. Ainda, destaca-se a técnica de pesquisa documental e bibliográfica.

Como objetivos específicos, quer-se demonstrar, inicialmente a vulnerabilidade do consumidor agravada pela condição de ser da criança e do adolescente de estarem crescendo. Logo após, questionar-se-á o avanço do mundo digital e o Poder das Big Techs, com suas estratégias de escolha (nudging) e de design persuasivo como ferramentas de captura de atenção. Ao final, abordar-se-á o Eca digital como novo instrumento normativo e a capacidade do Estado brasileiro de impor limites após a sua promulgação.

É o que se passa a demonstrar.

## **2 A SOCIEDADE DE CONSUMO E A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR MENOR DE IDADE**

A relação entre a sociedade de consumo e a vulnerabilidade digital não é apenas sobre "comprar demais", mas sobre como essa arquitetura transforma o livre-arbítrio em uma estratégia. Vive-se um momento de fragilidade de relações “[...] um indivíduo apressado, para o qual o fator tempo se tornou um referencial importante, ordenando a organização do cotidiano. À obsessão com a honorabilidade social pelos símbolos mercantis segue-se a compulsão de ganhar tempo”. O turboconsumidor, na visão de Lipovetsky, tornou-se um “[...] doente da urgência, prisioneiro da ditadura do ‘tempo real’” (Lipovetsky, 2007, p. 112).

Deste modo, o foco do consumo deixou de ser apenas "parecer rico" para os outros enquanto status social e passou a ser uma busca frenética por satisfação imediata e eficiência pessoal. O hiperconsumidor não compra apenas objetos; ele compra experiências e, acima de tudo, tenta "comprar tempo" para dar conta de uma rotina cada vez mais acelerada. Esta busca por agilidade, típica de um consumidor imediatista, muitas vezes, acaba por se sobrepor à segurança, tornando-o cada vez mais vulnerável.

Assim, para além das vulnerabilidades tradicionais: técnica, jurídica, fática e informacional, tem-se discutido sua ampliação nos ambientes virtuais. Deste modo, a vulnerabilidade digital do consumidor nada mais é do que a fragilidade técnica, informacional e comportamental ampliadas no ambiente virtual, em que algoritmos e a assimetria de informações acabam por manipular suas escolhas, expondo-os não só a exposição das práticas abusivas do *e-commerce*, como também a toda sorte de desafios de como a publicidade personalizada não apenas sugere o que consumidor quer, como acaba por moldar o seu desejo.

Para Miragem,

é nesse mercado de consumo “virtual” ou “digital” que passam a se organizar, então, novos modos de oferta de produtos e serviços, por intermédio de estruturas de maior complexidade, com a participação de diferentes agentes, especialmente dentre os fornecedores dos serviços (Miragem, 2024, p. 805).

Portanto, nos novos contratos realizados no ambiente virtual, o consumidor, vê-se diante do que se costumou chamar de assimetria Informacional, já que os fornecedores possuem maior conhecimento técnico e controle sobre os dados, resultando em transparência limitada (opacidade algorítmica) e dificuldade de compreensão dos termos de uso pelos consumidores<sup>1</sup>. Fala-se, ademais, que consumidores são manipulados pelos algoritmos de recomendação sofrendo toda sorte de publicidades enganosas e abusivas, o que além de ilegal, acaba por reduzir a autonomia de escolha deste consumidor.

De relembrar, que a Constituição Federal da República Brasileira de 1988, já consolidou a defesa do consumidor como direito fundamental em seu artigo 5º, XXXII, e no artigo 170, V, determinado ao Estado a sua proteção. O Código de Defesa do Consumidor normatizou essa proteção, trazendo em seu art. 4º, a Política Nacional das Relações de Consumo que tem por “objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo” (CDC, 1990). No artigo 6º, retrata a vulnerabilidade do consumidor, assegurando-se direitos básicos como a informação clara, a proteção contra práticas abusivas e a reparação de danos. No artigo 37, reconhece a proibição de toda forma de publicidade enganosa ou abusiva, bem como aumenta as proibições a partir do artigo 39, quando cita as cláusulas abusivas (CDC, 1990)<sup>2</sup>.

Para além das normativas legais, o problema, nesse novo cenário, é que a vulnerabilidade do consumidor não decorre apenas da falta de informação sobre o produto, mas da opacidade da estrutura que acaba por diluir a responsabilidade legal, pois neste âmbito é

---

<sup>1</sup> Isso sem falar nos casos em que grupos específicos são ainda mais vulneráveis pelas suas condições como as crianças, adolescentes, idosos e gestantes.

<sup>2</sup> O Decreto Federal 7.962/2013 define o conteúdo e a extensão do dever de informar do fornecedor no comércio eletrônico, estabelecendo que deve dispor, em local de destaque e fácil visualização no site, os seguintes elementos: “I – nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda; II – endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato; III – características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores; IV – discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros; V – condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e VI – informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta” (artigo 2º).

muito comum “o fornecimento de produtos ou serviços por terceiros, com a mediação da plataforma que, conforme o modelo de negócio adotado, pode organizar a oferta, intermediar o pagamento ou intervir em diferentes graus na prestação oferecida pelo fornecedor direto”, o que resulta no poder de “[...] controle da informação entre os usuários que interagem com ela” (Miragem, 2024, p. 809).

Do mesmo modo, deve-se analisar, a relação entre a plataforma quando fornece, ela própria, diretamente, ou intermedeia a oferta de fornecedores parceiros. Marques (2017, p. 447), refletindo sobre o consumo compartilhado, define a existência de uma “cadeia escondida de fornecedores”, que devem responder solidariamente quando participam da organização da plataforma digital. Tal entendimento é ratificado por Miragem

[...] pelo argumento da proteção da confiança em relação à imagem ou à publicidade que realiza o organizador da plataforma digital, segundo a conclusão de que a decisão do consumidor de contratar por intermédio daquela específica plataforma se deve à confiança nela própria, e não, necessariamente, nos fornecedores diretos que dela se utilizam para oferecer seus produtos aos consumidores (2024, p. 809).

Essa invisibilidade é o que torna o consumidor moderno vulnerável no ambiente digital, ele desconhece informações sobre os procedimentos dos fornecedores e/ou das plataformas digitais, o que resulta na referida assimetria. De um lado, os fornecedores têm uma visão total do consumidor, enquanto o consumidor possui apenas uma visão restrita (sem transparência) sobre o funcionamento do negócio.

De pensar, então, se os adultos sofrem e vivenciam as fragilidades no mundo digital o que resta aos menores de idade? Sabe-se que eles estão em processo peculiar de desenvolvimento e que ostentam essa característica pelo simples fato de estarem crescendo, seu desenvolvimento cognitivo e emocional ainda carece de ajuda e de auxílio para identificar riscos que são mais perceptíveis aos adultos.

Já se está com a geração nascida entre telas, são considerados “nativos digitais”, são aptos em utilizar os equipamentos e aplicativos, mas, por outro lado, imaturos e inseguros quanto aos conteúdos que são expostos na internet. Não são capazes de entender as implicações que um simples compartilhamento de dados ou imagens pode trazer como consequência.

Se por um lado, tem-se legislações protetivas – leia-se Estatuto da Criança e do Adolescente e, mais recentemente, Eca digital - e a Doutrina da proteção integral resguardada a esse público com o dever conjunto de concretização de direitos pelo Estado, pela Família e por toda a Sociedade. Por outro, tem-se o que Amin questiona com perfeição: a necessidade de torná-la real e efetiva em todos os ambientes.

Em resumo, resta por demais claro que no campo formal a Doutrina da Proteção Integral está perfeitamente delineada e dotada dos instrumentos necessários para garantir os direitos fundamentais a crianças e adolescentes. O desafio, contudo, é tornar a doutrina real, efetiva, palpável; é romper a cultura da situação irregular, da doutrina menorista, da criança objeto, do não sujeito, daquele sobre o qual país e Estado intervêm diretamente por acreditar na completa incapacidade do ser criança. A tarefa não é simples. Muito ao revés. Exige conhecimento aprofundado da nova ordem, capacitação constante, sem deixar esquecer as lições e experiências do passado. Mais. Exige comprometimento de todos os atores – Judiciário, Ministério Público, Executivo, técnicos, sociedade civil, família, comunidade – em querer mudar e adequar o cotidiano infantojuvenil a um sistema garantista. Exige vontade política. Exige respeito pelos vulneráveis. Exige um grau de cidadania elevado de toda a sociedade. (Amin, 2025, p. 22)

Imbuído deste espírito protetivo, o legislador do ECA tratou do tema atinente à prevenção sob dois enfoques: o da prevenção geral nos arts. 70 ao 73 e o da prevenção especial nos arts. 74 ao 85. A primeira parte trouxe regras gerais, enquanto a segunda “[...] efetivamente, visa preservar a infância e a adolescência da influência dos ambientes perniciosos ou que sejam contraproducentes à sua formação”. (Santos, 2025, p. 415)

Importante aqui é o trazido pelo artigo 75 do ECA, que impede o acesso de qualquer criança ou adolescente às diversões e aos espetáculos públicos considerados inadequados. Muito embora, os pais possuam autonomia no “[...] direito/ dever dos pais de garantir o lazer dos filhos (art. 227 da CF/88 c/c art. 4º do ECA) e, ao mesmo tempo, estabelecer limites ao seu acesso, respeitando a formação física e psicológica da prole (art. 17 do ECA)” (Santos, 2025, p. 423). Mas a referida autonomia não é absoluta e ilimitada, já que os pais e/ou responsáveis estão sujeitos à aplicação das medidas dos artigos. 129 e 249 do ECA, além de outras punições na esfera penal.

Portanto no entrelaçamento dos temas aqui referidos, tem-se que tanto o dever de proteção do consumidor, quanto o dever de proteção geral e especial previstos no ECA já previam uma espécie de blindagem para os atores da Doutrina da Proteção Integral agirem para evitar que os infantes sofram ameaças ou violações aos seus direitos também no campo virtual em face da sua presunção de vulnerabilidade ou de hipervulnerabilidade como preferem alguns autores. Isto é, crianças e adolescentes são sujeitos de direitos, mas possuem vulnerabilidade presumida justamente pela condição peculiar de desenvolvimento que ostentam.

Nessa linha, o Eca digital, que será abordado adiante, veio dispor sobre a proteção dos infantes em ambientes digitais e aplica-se “a todo produto ou serviço de tecnologia da informação direcionado a crianças e a adolescentes no País ou de acesso provável por eles,

independentemente de sua localização, desenvolvimento, fabricação, oferta, comercialização e operação” (Eca Digital, 2025).

Antes disso, porém, tratar-se-á do poder das *big techs* no ambiente digital e das técnicas de *nudging* como ferramentas que agravam a vulnerabilidade digital de consumidores crianças e adolescentes.

### **3 O PODER DAS BIG TECHS: A ARQUITETURA DE ESCOLHA (*NUDGING*) E O DESIGN PERSUASIVO COMO FERRAMENTAS DE CAPTURA DE ATENÇÃO**

A configuração da sociedade em rede, originalmente teorizada por Manuel Castells (2020), atravessou uma metamorfose exponencial que transcende a mera conectividade digital. Nesse sentido, Beck (2018, p. 190) expõe que a revolução digital descreve uma mudança social sobretudo tecnologicamente determinada, que capta o crescente grau de interconectividade e intercâmbio global. Já a metamorfose digital, ao contrário, tem a ver com os efeitos colaterais não intencionais, com frequência invisíveis, que criam sujeitos metamorfoseados, isto é, seres humanos digitais.

Se no final do século XX a rede era vista como uma estrutura de organização social e econômica baseada na informação, a ascensão da era das plataformas e da Inteligência Artificial transformou essa malha em um ecossistema onipresente e autônomo. As plataformas são agentes mediadores de conteúdos, interações, serviços e transações. No ambiente *on-line*, elas se caracterizam como mercados multilados com bases tecnológicas robustas e complexas (com algoritmos e sistemas de inteligência artificial) e com atividades informacionais fortemente calcadas na coleta e tratamento de dados dos usuários, exercendo não uma intermediação neutra, mas uma mediação ativa (Valente, 2023, p. 151).

Hoje, não apenas se habita a rede, se é processado por ela. A fluidez das interações deu lugar a uma arquitetura de algoritmos que molda comportamentos e subjetividades em tempo real, evidenciando que a morfologia da rede evoluiu de uma ferramenta de articulação para uma infraestrutura totalizante que redefiniu as fronteiras entre o público, o privado e o virtual. Neste cenário, emergiu a técnica do “*nudging*”, expressão cunhada por Richard Thaler e Cass Sunstein, que pode ser traduzida como um “empurrão” sutil, um direcionamento inconsciente das decisões dos indivíduos por meio de estímulos arquitetônicos ou informacionais (Thaler; Sunstein, 2008, p. 06).

O *nudging* digital é apenas um dos aspectos negativos relacionados à plataformização da vida e uso exponencial de mecanismos de IA, e está relacionado ao design de plataformas *on-line*, como aplicativos, redes sociais e *ecommerces*. A partir dessa técnica, as escolhas no

ambiente digital não são neutras, violando frontalmente o Princípio da Autodeterminação Informativa, previsto na LGPD (Brasil, 2018), especialmente no que diz respeito ao consentimento livre, informado e inequívoco.

Logo, o uso de mais esta ferramenta no ambiente do ciberespaço (Lévy, 2010) é predominantemente orientado ao consumo, maximizando o lucro das plataformas e, conseqüentemente, das *Big Techs*. O crescimento dessas empresas atualmente é sustentado por modelos econômicos válidos, fundamentados na posse do recurso mais importante do século XXI – os dados (Morozov, 2018, p. 165). Eles são resíduos digitais das inúmeras redes, e sua coleta e análise são centrais para viabilizar modelos de negócio baseados na publicidade e no desenvolvimento de inteligências artificiais, adotados por essas empresas (Morozov, 2018, p. 165).

Nesse campo, as *Big Techs*, segundo Lyon (2018) não dominam apenas a *Internet* e os meios de telecomunicações, mas o modo de operação econômica, dando ensejo ao capitalismo de vigilância (Zuboff, 2020), cujo objetivo é prever e modificar o comportamento humano como meio de produzir receitas e controle de mercado. A denominação do conjunto identificado por *Big Techs* modificou-se ao longo do tempo, todavia preserva a premissa das cinco empresas de atividade relacionada a tecnologia mais importantes do mundo. Já foram representadas pelos acrônimos “FAAMG”, “GAMAM”, ou mais comumente “GAFAM”, que correspondem às empresas Alphabet Inc., proprietária do Google, Apple Inc., Meta Platforms (anteriormente Facebook), Amazon.com Inc. e Microsoft Corp (Lyon, 2018).

Esse contexto amplia as violações de direitos fundamentais, especialmente de crianças e adolescentes, haja vista à vulnerabilidade presumida, como dito alhures, vez que por meio das estratégias e técnicas de manipulação comportamental, bem como design persuasivo das plataformas, voltados unicamente ao lucro, se perfaz o impacto no desenvolvimento psíquico de menores de idade.

Assim, a transposição das relações sociais para o ambiente virtual intensificou a vulnerabilidade de crianças e adolescentes, que se tornaram alvos preferenciais de riscos como a exploração de dados, do assédio digital, do risco de contato com terceiros mal intencionados, exposição à materiais inadequados, com violência extrema, pornografia, discursos de ódio, conteúdos misóginos, desafios perigosos que incentivam riscos diretos à integridade física, fomentos de cyberbullying, fomentos de desejos de consumo, dentre outros.

No que tange à arquitetura de escolha e ao design persuasivo têm-se que elas são estratégias invisíveis que são capazes de captar a atenção de crianças e adolescentes e de mantê-los conectados por mais tempo do que almejavam. Desse modo, tais engrenagens deixam de ser

apenas táticas de marketing e passam a ser consideradas vetores de risco, pois estão a explorar de modo decisivo a imaturidade do cérebro dos infantes.

Clegg (2025, p. 59) retrata em seu livro algo parecido que ele chama de “*brainjacking*”. Para ele, o fenômeno consiste em “mentir, enganar ou de outra forma iludir nossos cérebros em sua interpretação do que ouvem ou veem de uma forma mais direta e substancial do que a envolvida na maioria das desinformações”. Ele explica que o torna possível a enganação “é um erro fundamental que cometemos sobre a maneira como nosso cérebro interage com nossos sentidos, principalmente a visão. Vemos o mundo ao nosso redor como se estivéssemos testemunhando um fluxo claro e contínuo de imagens visuais” (Clegg, 2025, p. 62).

Esse é o fenômeno utilizado para captar atenção dos consumidores e, como boa estratégia de marketing pode ser usado de modo a “enganar” o cérebro sobre a real necessidade da aquisição do produto ou serviço, ou da permanência em determinada plataforma.

Segundo Clegg, com base em Olins (2025, p. 101)

O bom marketing não se limita a informar as pessoas sobre algo que elas não sabiam que queriam: ele é perfeitamente capaz de persuadir as pessoas a comprar algo que elas não querem. Descobrir uma necessidade não atendida que já existe é certamente uma função do marketing, embora a concepção de um produto para atendê-la seja, sem dúvida, pesquisa e desenvolvimento. Olins prosseguiu dizendo: “Devemos deixar bem claro que o marketing, a marca e tudo o mais se trata de persuadir, seduzir e tentar manipular as pessoas para que comprem produtos e serviços”. Em outras palavras, é um *brainjacking* comercial.

Adiante o autor reflete sobre o ponto de vista da influência e do poder de manipulação que as marcas possuem na sociedade de consumo. Diz ele “[...] as marcas fornecem um mecanismo para que produtos e serviços assumam algumas das características de uma pessoa. Reconhecemos uma marca familiar como se fosse um conhecido humano. Em um local desconhecido, uma marca pode ser um rosto amigável”. O reconhecimento de uma marca, pois, inunda o ser humano de uma sensação de “relacionamento”, de pertencimento, e, esse é um dos poderes de *brainjacking*.

Já Thaler e Sunstein (2008) apresentam os nudges (arquitetura de escolha) como “empurrõezinhos” capazes de influenciar a tomada de decisão dos indivíduos. De ressaltar que eles podem ser utilizados para um resultado positivo, ou para “incitar o consumo compulsivo, através do uso de cores, músicas ou cheiros específicos, por exemplo” (Economia comportamental, 2015). Os referidos autores citam exemplos de como as escolhas são capazes de influenciar os indivíduos de uma sociedade a tomarem decisões com base nessas influências e, mais recentemente, tem-se discutido o lado obscuro de tudo isso no ambiente digital. É o que

se costumou chamar de "*Dark Patterns*", isto é, como o design persuasivo de plataformas podem virar manipulação.

Cumpre mencionar que o design como utensílio de indução de compra tem sido muito utilizado pelas plataformas. A estrutura é pensada para reduzir o tempo de reflexão e, muitas vezes, induzir o consumidor em erro, de modo a finalizar a operação de modo intuitivo. Os designs das plataformas são de cores e tamanhos pensados para esconder o que é racional e destacar o que é emocional, influenciando, sobremaneira, na escolha do consumidor, o que é agravado diante de hipervulnerabilidade dos infantes. Isso é tão sério que o NUDECON e a Defensoria Pública do Paraná emitiram uma nota técnica nº 03/2025 a respeito do tema. Retrata a nota:

Nesse sentido, os “dark patterns” (ou “padrões obscuros”) são práticas de design de interface de usuário utilizadas em websites e aplicativos as quais manipulam sutilmente as decisões dos usuários, incentivando-os a tomar ações que podem não ser do seu melhor interesse ou que são contrárias às suas intenções originais. Esses mecanismos exploram vulnerabilidades cognitivas e psicológicas dos consumidores, como a aversão à perda, o viés de confirmação ou o viés do efeito padrão (ou “status quo”), muitas vezes levando a decisões financeiras indesejadas, como a contratação de serviços adicionais não desejados, a aceitação de termos desfavoráveis ou a dificuldade em cancelar assinaturas. Exemplos comuns incluem “confirmshaming” (fazer o usuário sentir culpa por não aceitar uma oferta), “hidden costs” (custos adicionais revelados apenas no final do processo de compra) ou “pre-selected options” (opções pré-selecionadas por padrão que aumentam o custo ou o risco) (Nota técnica 03/2025)

A nota retrata, ainda que a autonomia do consumidor sofre influência dessas plataformas, muito embora ele acredite estar agindo de maneira livre, “está sujeito a condicionamentos que comprometem sua capacidade de autoanálise e de escolhas verdadeiramente autênticas, tornando-o menos livre do que se supunha”. (Nota técnica 03/2025). Traz, adiante exemplos de vulnerabilidade digital quando cita a facilidade de coleta de dados, a capacidade de classificação de perfis de consumidores, identificação de padrões de consumo, algoritmos avançados, que são retroalimentados pelas informações a respeito do comportamento online do consumidor “(cliques, tempo de permanência, histórico de compras, interações sociais), são capazes de identificar e explorar vieses cognitivos de forma cirúrgica, influenciando condutas futuras”. (Nota técnica 03/2025)

Na descrição de Maia e Ramadas (2026, p. 7) é um termo utilizado para “designar arquiteturas de interface deliberadamente concebidas para induzir, manipular ou distorcer decisões dos usuários”, sendo que, para os autores “esses padrões manipulativos operam por meio da exploração de vulnerabilidades cognitivas previsíveis, ativando heurísticas e vieses

comportamentais que influenciam escolhas de consumo, adesão a serviços ou compartilhamento de dados pessoais” (Maia; Ramadas, 2026, p. 7).

Adiante aduzem os referidos autores que tais engrenagens não retiram a liberdade de escolha do consumidor, mas influenciam diretamente na sua autonomia decisória. “Elas estruturam o ambiente decisório de modo a orientar comportamentos em benefício do fornecedor ou da plataforma”. (Maia; Ramadas, 2026, p. 7).

A utilização desses mecanismos delicados e imperceptíveis de interferência comportamental são particularmente sinuosos quando inseridos no contexto do acesso de crianças e adolescentes. Eles deixam de ser sugestões de consumo e passam a moldar literalmente o desenvolvimento comportamental. É sabido que biologicamente os infantes são mais sensíveis a recompensas imediatas (dopamina) e interromper um ciclo de rolagem infinita requer um esforço que o cérebro ainda está aprendendo a exercer, deixando-o em um estado de consumo passivo.

Especialistas como Daniel Becker (2026) tem alertado publicamente para os efeitos colaterais dos altos estímulos recebidos por crianças e adolescentes em formação. “Estou vendo o cérebro de crianças de 05 anos derretendo”. Cita a dificuldade em focar em tarefas que não dão recompensa imediata, explicando que a leitura e o estudo passam a ser considerados “chatos”, que eles desenvolvem baixa tolerância à frustração, dificuldade de lidar com o “não” ou com tédio, ficando cada vez mais na dependência de estímulos externos para o gerenciamento do seu humor, miopia infantil, transtornos de sono, obesidade, sedentarismo, dentre outros. A visão dele vai além da proibição do uso de telas e aparelhos eletrônicos, pois ele trata o tema como uma questão de saúde pública e de neurodesenvolvimento, focando no que a criança deixa de fazer enquanto está conectada.

Becker (2026) argumenta que o problema não é apenas a luz azul emitida pelos aparelhos, ou a possibilidade de serem submetidos a conteúdos impróprios e a vazamentos de dados, mas sim o custo da oportunidade, explicando que cada hora em frente à tela é uma hora subtraída de experiências vitais: o brincar livre e o contato com a natureza, pois é onde se desenvolve a criatividade e a resolução de problemas, a experimentação do tédio, para a auto regulação do cérebro, a interação “olho no olho”, basilar para a empatia e o desenvolvimento da linguagem<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Segundo o Manual de Orientação: Menos tela, mais saúde do Governo Federal os principais problemas Médicos e Alertas de Saúde de Crianças e Adolescentes na Era Digital da Sociedade Brasileira de Pediatria são: - Dependência Digital e Uso Problemático das Mídias Interativas - Problemas de saúde mental: irritabilidade, ansiedade e depressão - Transtornos do déficit de atenção e hiperatividade - Transtornos do sono - Transtornos de alimentação: sobrepeso/obesidade e anorexia/bulimia; Isolamento, no quarto ou em casa, por períodos longos-

Assim, a discussão sobre o tema do *dark patterns*, acaba por se conectar aos neurodireitos. “Esses direitos emergentes buscam proteger a integridade mental, a privacidade cognitiva e a autonomia decisória dos indivíduos diante do avanço de tecnologias capazes de captar, analisar ou influenciar processos mentais”. (Maia; Ramadas, 2026, p. 7). Veja-se:

Embora os *dark patterns* operem por meio da arquitetura de interfaces digitais e não por intervenções diretas no cérebro, ambos os fenômenos compartilham o mesmo problema normativo: a possibilidade de manipulação sistemática dos processos de decisão humana por meio de tecnologias que exploram vulnerabilidades cognitivas previsíveis ou mapeáveis.

Tal imbricamento é de extrema relevância ao direito do consumidor e ao direito da criança e do adolescente haja vista o padrão de vulnerabilidade envolvido nos dois ramos, principalmente no que tange às cláusulas e práticas abusivas, que se prevalecem da fraqueza ou ignorância do consumidor criança e adolescente, tendo em vista “sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe produtos ou serviços (art. 39, IV); e exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva (art. 39,V)”. (Brasil, 1990)

Diante desse cenário, a aplicação do ECA digital revela-se indispensável para potencializar que as garantias fundamentais não retrocedam no ciberespaço. É o que se passa a abordar no próximo tópico.

#### **4 O ECA DIGITAL E A CAPACIDADE DO ESTADO BRASILEIRO DE IMPOR LIMITES APÓS A SUA PROMULGAÇÃO**

Sob a égide do Princípio da Proteção Integral, o Estado, a família e a sociedade devem assegurar que o desenvolvimento infantoadolescente ocorra livre de ameaças digitais, observando sempre a Prioridade Absoluta e o Melhor Interesse da criança. Esse comando constitucional e legal impõe que os interesses dos menores de dezoito anos prevaleçam sobre quaisquer interesses econômicos ou tecnológicos, consolidando um ambiente digital que seja, acima de tudo, um espaço de promoção de direitos e segurança.

Em outras palavras, Richter e Veronese (2013, p. 230-231), consideram que “crianças e adolescentes receberam tal status e tais proteções pela qualidade que lhes é intrínseca, ou seja, pela sua condição peculiar de desenvolvimento, e isso, por si só, faz com que seus direitos

---

Sedentarismo e falta da prática de exercícios - Bullying & cyberbullying - Transtornos da imagem corporal e da autoestima - Riscos da sexualidade, nudez, sexting, sextorsão, abuso sexual, estupro virtual - Comportamentos auto lesivos, indução e riscos de suicídio - Aumento da violência, abusos e fatalidades - Problemas visuais, miopia e síndrome visual do computador - Problemas auditivos e PAIR, perda auditiva induzida pelo ruído - Transtornos posturais e musculoesqueléticos - Uso de nicotina, vaping, bebidas alcoólicas, maconha, anabolizantes e outras drogas. (SBP, 2024).

mereça uma resposta estrutural diferenciada da dos adultos.” Dessa forma, percebe-se que o Estatuto e a Constituição Federal veem a criança e o adolescente como cidadãos merecedores de direitos próprios e especiais, em razão de sua condição específica de pessoas em desenvolvimento, que estão a necessitar de uma proteção especializada, diferenciada e integral (Machado, 2003, p. 41). No ângulo do ECA digital, essa proteção se dá a partir do art. 4º, incisos I, II e III (Brasil, 2025).

Deste modo, a ascensão das *Big Techs* consolidou um modelo de negócios baseado no extrativismo de dados que entra em rota de colisão direta com os direitos fundamentais de crianças e adolescentes, especialmente no que tange à privacidade e ao desenvolvimento psíquico saudável. As plataformas e IA operarem sob algoritmos opacos que priorizam o engajamento em detrimento da proteção integral, essas corporações transnacionais muitas vezes ignoram legislações locais, evidenciando uma crise de soberania digital. A incapacidade dos Estados em regular efetivamente o ecossistema digital não apenas vulnerabiliza os infantes diante da publicidade hipersegmentada e do monitoramento constante, mas também transfere o poder de ditar normas éticas e sociais do poder público para entes privados, fragilizando o contrato social e a autodeterminação informativa do país.

Com a aprovação do ECA digital (Lei 15211/25) que entrou em vigor em 17 de março de 2026, houve mudanças profundas e específicas para a publicidade *online* e a monetização de conteúdos envolvendo menores de idade. Com isso, fica proibida a publicidade direcionada a crianças e adolescentes com base no rastreamento de comportamento, que é chamado de perfilamento, o que quer dizer, em outras palavras, que algoritmos não podem mais usar o histórico de navegação de um infante para exibir anúncios "sob medida", nem mesmo a monetização e o impulsionamento “de conteúdos que retratem crianças e adolescentes de forma erotizada ou sexualmente sugestiva ou em contexto próprio do universo sexual adulto”, consoante os artigos 22, 23 e 26 da Lei em comento (Brasil, 2025) .

Isso foi reiterado no Decreto nº 12880, de 18 de março de 2026, que regulamenta a Lei nº 15.211/2025 (Eca digital), que dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais, e institui a Política Nacional de Promoção e Proteção dos Direitos da Criança e do Adolescente no Ambiente Digital. Em especial, em seu artigo 31, repete o conceito de publicidade abusiva do CDC dizendo que é toda “publicidade que se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança em produtos e serviços de tecnologia da informação”. (Brasil, 2026).

Outrossim, ela regulamenta a atividade de influenciadores mirins e o impacto de influenciadores adultos sobre esse público vulnerável conforme pode ser observado da leitura dos artigos 34 e 35 do Decreto referido.

De ressaltar também que as plataformas são obrigadas a vir com as configurações mais restritivas ativadas por padrão para contas de menores de idade, o que inclui a desativação de recursos que estimulam o consumo compulsivo, como a reprodução automática e notificações invasivas de promoções (artigo 18, § 1º e 2º) (Brasil, 2025).

Segundo a Fundação Abrinq (2026), uma das alterações mais expressivas do ECA Digital é justamente “a exigência de mecanismos confiáveis de verificação de idade. As plataformas não poderão mais se basear apenas na autodeclaração do usuário para permitir o acesso de menores de idade”. Ademais, as contas de menores de 16 anos deverão ser vinculadas a um responsável legal, “com ferramentas de controle que permitam limitar tempo de uso, restringir contatos e aprovar compras em aplicativos e jogos. A medida pretende reduzir a exposição precoce e coibir práticas que contribuem para a adultização digital”.

Nesse contexto, destaca-se que o ECA Digital vedou o uso de *loot boxes* (caixas de recompensa aleatórias compradas com dinheiro real) em jogos voltados ou acessíveis ao público infantoadolescente, equiparando essa prática a uma forma de exploração comercial abusiva<sup>4</sup>.

Memorável ainda a introdução do dever de transparência nas legislações citadas, que retiram a obrigatoriedade da transparência do campo da ética, antes apreciada pelo Conar e a coloca no campo do Direito da Criança, com punições severas para o seu descumprimento.

De ressaltar que

As plataformas também devem agir rapidamente na remoção de conteúdos que representem risco, como exploração sexual, assédio, cyberbullying, discurso de ódio ou incentivo a desafios perigosos. Em casos de descumprimento, poderão ser aplicadas sanções como multas, advertências, suspensão de serviços e até proibição de funcionamento no país. (Fundação Abrinq, 2026)

Quanto à responsabilidade de vigiar essas práticas agora ela está centralizada na Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) como órgão principal de fiscalização. Como denota-se acima, as empresas que descumprirem as regras de publicidade e proteção de

---

<sup>4</sup> O Código de Defesa do Consumidor e o ECA já proibiam a publicidade e as práticas comerciais que se aproveitassem da deficiência de julgamento e experiência da criança. Mas a referida proibição representa uma vitória definitiva contra a aleatoriedade das caixas, vistas como gatilho para o comportamento compulsivo de crianças e adolescentes.

dados podem ser multadas em até 10% do faturamento no Brasil, com teto de R\$ 50 milhões por infração (Artigo 35, da Lei 15211/25). (Brasil, 2025)

Nesse panorama, surge a necessidade de acompanhamento familiar adequado para a correta utilização do ciberespaço, ou seja, o monitoramento dos pais. Tarefa esta bastante árdua e que dificilmente impede o contato dos internautas com a publicidade e outros problemas do ambiente *online*, mas que ganha reforço com o dever de controle parental. Ele deixou de ser apenas uma ferramenta opcional escondida nos menus para se tornar um dever de facilitação das plataformas, conforme se depreende dos artigos 16 a 18 do Eca digital. “Para as famílias, a lei oferece instrumentos mais claros de supervisão, fortalecendo o papel dos responsáveis na mediação do uso das telas. Não se trata de restringir o acesso à tecnologia, mas de garantir que ela seja utilizada de forma saudável, educativa e protetiva” (Fundação Abrinq, 2026).

As investidas mercadológicas já eram consideradas abusivas pela Resolução nº 163 do CONANDA (2014) “toda e qualquer atividade de comunicação comercial, inclusive publicidade, para a divulgação de produtos, serviços, marcas empresas independentemente do suporte, da mídia ou do meio utilizado”. A mesma resolução impunha em seu artigo terceiro, alguns princípios que devem ser observados pela publicidade, com destaque para o cuidado as características psicológicas e ao estágio de desenvolvimento do menor de idade.

E, agora, esta proibição ganha reforço com a vinda do Eca digital e do seu Decreto Regulamentador. É sabido que os direitos das crianças e adolescentes estão protegidos tanto no âmbito nacional como no âmbito internacional, porém o que ainda resta sem amparo efetivo são as novas faces encontradas no ciberespaço, que propiciam uma espécie de “disfarce” na atuação e controle estatal. Nessa linha, impõe-se a busca por diferentes alternativas que atinjam a preservação dos direitos do internauta, quiçá esta legislação seja a solução. Mas, enquanto o resultado concreto não vem, preconiza-se a necessidade de atuação do Poder Público, com vistas a estabelecer estruturas capazes de lidar com os iminentes desafios perpetrados pelas Tecnologias da Informação e Comunicação, a Internet e todas as nuances do ciberespaço.

## CONCLUSÃO

Demonstrou-se ao longo do estudo que a transição da sociedade de consumo analógica para a era dos algoritmos potencializou a vulnerabilidade de crianças e adolescentes, que passam a ser alvo de designs manipulativos (*dark patterns*) projetados especificamente para explorar lacunas de desenvolvimento cognitivo e emocional, na verdadeira ótica da sociedade de consumo.

Outrossim, ficou claro que o dever de cuidado não deve ser restrito apenas ao núcleo familiar. Embora a mediação parental seja necessária, ela se mostra insuficiente diante das arquiteturas de escolhas invisíveis que induzem ao consumo compulsivo e ao engajamento desenfreado. Portanto, a responsabilidade deve ser compartilhada de forma solidária entre Estado, família e, primordialmente, as plataformas tecnológicas, que devem adotar o princípio do *Safety by Design* (segurança desde a concepção).

Desde modo, em resposta aos questionamentos propostos tem-se a dizer que é imperativo que o Direito brasileiro avance na regulação desses direitos, garantindo que o lucro das corporações não se sobreponha ao princípio do melhor interesse da criança. Vislumbra-se que somente por meio de uma governança digital ética e de uma fiscalização rigorosa das práticas de design será possível assegurar um ambiente digital que promova o desenvolvimento saudável, de modo a garantir, de fato, a absoluta prioridade que eles ostentam. Certamente, a eficácia do Eca digital dependerá não só da aplicação prática dos instrumentos por ele trazidos, como também da colaboração de todos os atores da proteção integral. Ademais, fica evidente que existem elementos de abusividade no uso dos padrões escusos e que, para além de prática abusiva, poderia configurar vício de consentimento nas operações já realizadas.

## REFERÊNCIAS

AMIN, Andréa Rodrigues. Doutrina da Proteção Integral. IN: MACIEL, Katia Regina Ferreira Lobo A.; CARNEIRO, Rosa Maria Xavier G.; AMIN, Andréa R. **Curso de Direito da Criança e do Adolescente** - 17. ed. Rio de Janeiro: SRV, 2025. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553626847/>. Acesso em: 14 abr. 2026.

BECK, Ulrich. **A Metamorfose do Mundo**: conceitos para uma nova realidade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Revisão técnica Maria Cláudia Coelho. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

BECKER, Daniel. ECA DIGITAL. Os malefícios da exposição excessiva a telas, especialmente para crianças e adolescentes. Entrevista de vídeo cedida a Globo News. #Estúdio. 17/03/2026.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidente da República, [2016]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 27 mar. 2026

BRASIL. **Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025**. Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais (Estatuto Digital da Criança e do Adolescente). Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2023-2026/2025/lei/L15211.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/lei/L15211.htm). Acesso em: 27 mar. 2026.

BRASIL. **Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.** Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 16 jul. 1990. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18069.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm). Acesso em: 27 mar. 2026.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.** Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, ano 155, n. 157, p. 1, 15 ago. 2018. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm). Acesso em: 27 mar. 2026.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede.** 21. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

CLEGG, Brian. **Brainjacking: a ciência de influenciar e manipular.** Barueri: Amarilys, 2025. E-book. p.59. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520471029/>. Acesso em: 14 abr. 2026.

FUNDAÇÃO ABRINQ. **ECA Digital: o que é, o que muda e como funciona em 2026.** Disponível em: <https://www.fadc.org.br/noticias/eca-digital-entenda-nova-lei>. Acesso em 04 de mai 2026.

LEVY, Pierre. **O futuro da internet:** em direção a uma ciberdemocracia planetária: São Paulo: Paulus, 2010.

LYON, David. Cultura da Vigilância: envolvimento, exposição e ética na modernidade digital. In: BRUNO, Fernanda et al. **Tecnopolíticas da Vigilância:** perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo, 2018.

LOVELUCK, Benjamin. **Redes, Liberdades e Controle:** uma genealogia política da internet. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

MACHADO, Martha de Toledo. **A proteção constitucional de crianças e adolescentes e os direitos humanos.** São Paulo: Manole, 2003.

MAIA, Clarita Costa; RAMADAS, Lucas Sérgio Gonçalves. **Dark Patterns:** como uma arquitetura de redes maliciosa afeta os Direitos do Consumidor, o Direito da Concorrência e os Direitos Digitais. Brasília: Núcleo de Estudos e Pesquisas/CONLEG/Senado, Abril 2026 (Texto para Discussão nº 359). Disponível em: [www.senado.leg.br/estudos](http://www.senado.leg.br/estudos). Acesso em: 1 abr. 2026.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2023.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech:** a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

Nota técnica 03/2205. Disponível em: [https://www.defensoriapublica.pr.def.br/sites/default/arquivos\\_restritos/files/documento/2025-10/nota\\_tecnica\\_-\\_aplicativos\\_-\\_gamificacao\\_e\\_dark\\_patterns\\_-\\_assinado.pdf](https://www.defensoriapublica.pr.def.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2025-10/nota_tecnica_-_aplicativos_-_gamificacao_e_dark_patterns_-_assinado.pdf)

RICHTER, Daniela; VERONESE, Josiane Rose Petry. Direito da Criança e do Adolescente e Direito Ambiental: um diálogo necessário - o compromisso com a sustentabilidade, com as presentes e futuras gerações. **Veredas do Direito**, [S. l.], v. 19, pág. 223, 2013. DOI: 10.18623/rvd.v10i19.297. Disponível em: <https://revista.domhelder.edu.br/index.php/veredas/article/view/297>. Acesso em: 27 mar. 2026.

SANTOS, Ângela Maria Silveira dos. Prevenção. IN: MACIEL, Katia Regina Ferreira Lobo A.; CARNEIRO, Rosa Maria Xavier G.; AMIN, Andréa R. **Curso de Direito da Criança e do Adolescente** - 17. ed. Rio de Janeiro: SRV, 2025. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553626847/>. Acesso em: 14 abr. 2026.

SBP. Manual de Orientação Grupo de Trabalho Saúde na Era Digital. 2022-2024. Disponível em: [https://www.gov.br/secom/pt-br/arquivos/2024\\_menostelas-maissaude\\_atualizado.pdf/view](https://www.gov.br/secom/pt-br/arquivos/2024_menostelas-maissaude_atualizado.pdf/view)

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. **Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness**. New Haven: Yale University Press, 2008.

VALENTE, Jonas. A emergência dos monopólios digitais: concentração e diversidade na Internet no Brasil. In: BANDEIRA; Olívia; MENDES, Gyssele; PASTI, André. (Orgs). **Quem controla a mídia? Dos velhos oligopólios aos monopólios digitais**. São Paulo: Veneta; Coletivo Intervezes, 2023.

ZUBOFF, Shoshana. **A Era do Capitalismo de Vigilância**. Tradução de Jorge Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.