UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

ANELISE TRINDADE MACHADO

INFÂNCIA EM JOGO: a(s) vulnerabilidade(s) dos consumidores infantojuvenis nas dinâmicas de consumo de jogos digitais.

Sant'Ana do Livramento
2026

ANELISE TRINDADE MACHADO

INFÂNCIA EM JOGO: a(s) vulnerabilidade(s) dos consumidores infantojuvenis nas dinâmicas de consumo de jogos digitais.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Administração, linha de pesquisa Estratégias e Sistemas.

Orientadora: Andressa Hennig SIlva

Coorientadora: Mikaela Prestes Floriano

Sant'Ana do Livramento

2026

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

M149i Machado, Anelise Trindade
Infância em jogo: a(s) vulnerabilidade(s) dos consumidores infantojuvenis nas dinâmicas de consumo de jogos digitais. / Anelise Trindade Machado.
120 p.

Tese(Doutorado)-- Universidade Federal do Pampa, MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO, 2026.
"Orientação: Andressa Hennig Silva".

1. Jogos digitais online. 2. Consumo digital infantojuvenil. 3. Vulnerabilidades do consumidor. I. Título.

ANELISE TRINDADE MACHADO

INFÂNCIA EM JOGO: a(s) vulnerabilidade(s) dos consumidores infantojuvenis nas dinâmicas de consumo de jogos digitais

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Administração.

Dissertação defendida e aprovada em: 19, junho de 2026.

Banca examinadora:

_____

Profa. Dra. Andressa Hennig Silva

Orientadora

(Unipampa)

_____

Profa. Dra. Kathiane Benedetti Corso

(Unipampa)

_____

Prof. Dr. Nelsio Abreu

(UFPB)

Assinado eletronicamente por **ANDRESSA HENNIG SILVA**, **PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 22/06/2026, às 16:01, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2055919** e o código CRC **62DB434E**.

Dedico esta dissertação ao meu irmão Leonardo e aos meus sobrinhos Matias, Pedro e Emiliano. Vocês inspiraram este trabalho muito antes de ele existir. Cada página desta pesquisa carrega o desejo de contribuir, ainda que de forma pequena, para a construção de ambientes digitais mais seguros, éticos e protetivos para as crianças e adolescentes. Que vocês cresçam em um mundo que respeite a infância, acolha suas vulnerabilidades e preserve o direito de serem crianças como se deve ser: livres e felizes.

Dedico também à minha esposa Carolina, por ter caminhado ao meu lado durante toda esta trajetória. Entre o início e o fim deste mestrado, muita coisa mudou, inclusive nós. Obrigada por cada gesto de apoio, pela compreensão nos momentos difíceis, pelo amor constante e por tornar esta jornada mais leve. Se esta pesquisa chega ao fim, é porque em nenhum momento precisei caminhar sozinha.

AGRADECIMENTO

Agradeço, primeiramente, a Deus e ao Universo pela saúde, sabedoria e resiliência que me permitiram concluir esta jornada. À minha família e amigos pelo amor, apoio e compreensão ao longo da trajetória. À minha mãe, Mari, pelas inúmeras leituras, revisões ortográficas, elogios, incentivos e suporte sem fim. Em especial, agradeço à minha esposa, Carolina, que esteve presente em cada etapa deste percurso, compartilhando as alegrias, acolhendo as dificuldades e oferecendo apoio incondicional, mesmo nos momentos mais desafiadores.

À minha orientadora, Professora Dra. Andressa Hennig Silva, expresso minha profunda gratidão pela orientação, confiança e generosidade ao longo desta pesquisa. À minha coorientadora, Professora Dra. Mikaela Prestes Floriano, igualmente agradeço pela disponibilidade, contribuições e olhar atento, que enriqueceram significativamente este trabalho. Dizer que sem vocês esta pesquisa não teria sido a mesma pode soar como clichê, mas é a forma mais sincera de reconhecer o quanto foram importantes neste percurso. Obrigada por cada leitura, sugestão, incentivo e, principalmente, por conduzir este processo com sensibilidade e respeito. A dedicação de vocês foi essencial para o desenvolvimento deste trabalho e para a minha formação enquanto pesquisadora.

Aos participantes desta pesquisa, meu sincero agradecimento pela disponibilidade em compartilhar experiências, percepções e vivências. Sem a contribuição de cada um, este estudo não seria possível.

Aos colegas, professores e amigos que fizeram parte desta caminhada, especialmente aos que compartilharam inquietações, desafios e aprendizados do mestrado, agradeço pela convivência, apoio e pelas trocas. Agradeço também a Universidade Federal do Pampa e ao Programa de Pós-Graduação em Administração, pela oportunidade de formação, pelo ambiente acadêmico e por todos os professores e profissionais que contribuíram para este processo.

Por fim, agradeço à pesquisadora que me tornei ao longo desta jornada. Esta dissertação representa mais do que um requisito acadêmico: ela carrega noites longas, renúncias, aprendizados, crescimento profissional e transformações que permanecerão muito além destas páginas. Entre o início e o fim deste mestrado, muita coisa mudou, e talvez a maior delas tenha sido quem eu me tornei no caminho.

“*Não há revelação mais profunda da alma de uma sociedade do que a forma como ela trata suas crianças*.” Nelson Mandela

RESUMO

A expansão dos jogos digitais online transformou esses ambientes em espaços de interação, entretenimento e consumo, incorporando mecanismos de monetização, como microtransações, loot boxes e publicidade digital, que ampliam a exposição de crianças e adolescentes a práticas de consumo complexas. Esta pesquisa teve como objetivo compreender como as práticas de consumo nos jogos digitais online potencializam a vulnerabilidade de crianças e adolescentes, considerando a perspectiva do direito do consumidor. Adotou-se abordagem qualitativa, de caráter exploratório, utilizando entrevistas narrativas com pais e mães de crianças e adolescentes, profissionais da saúde mental e profissionais do direito, analisadas por meio da análise temática. Ao total foram realizadas 15 entrevistas. Os resultados evidenciaram que as dinâmicas estruturais dos jogos online, marcadas por mecanismos de engajamento, interação social e monetização, contribuem para a produção de vulnerabilidades cognitivas e psicológicas, jurídicas e sociais, bem como financeiras e econômicas. Também foram identificados limites na mediação parental, assimetrias informacionais e lacunas na proteção jurídica do consumo digital infantojuvenil, evidenciando a necessidade de respostas articuladas entre família, mercado, Estado e instituições de proteção. Conclui-se que as práticas de consumo presentes nos jogos digitais online extrapolam a função recreativa e passam a integrar dinâmicas de consumo que potencializam a vulnerabilidade dos consumidores infantojuvenis. O estudo poderá contribuir para o avanço das discussões sobre consumo digital infantil e vulnerabilidade do consumidor, oferecendo subsídios para o desenvolvimento de estratégias regulatórias, ações educativas e políticas públicas voltadas à proteção do público infantojuvenil.

Palavras-Chave: Jogos digitais online; Consumo digital infantojuvenil; Vulnerabilidades do consumidor.

ABSTRACT

The rapid expansion of online digital games has transformed these environments into spaces for interaction, entertainment, and consumption by incorporating monetization mechanisms such as microtransactions, loot boxes, and digital advertising, thereby increasing children's and adolescents' exposure to complex consumer practices. This study aimed to understand how consumption practices in online digital games increase the vulnerability of children and adolescents from the perspective of consumer law. A qualitative, exploratory research design was adopted, using narrative interviews with parents of children and adolescents, mental health professionals, and legal professionals. The data were analyzed through thematic analysis. A total of 15 interviews were conducted. The findings revealed that the structural dynamics of online digital games, characterized by engagement mechanisms, social interaction, and monetization strategies, contribute to cognitive and psychological, legal and social, as well as financial and economic vulnerabilities. The study also identified limitations in parental mediation, informational asymmetries, and gaps in the legal protection of young consumers in digital environments, highlighting the need for coordinated responses involving families, the market, the State, and protection institutions. The findings indicate that consumption practices embedded in online digital games extend beyond their recreational function and become part of consumption dynamics that increase the vulnerability of child and adolescent consumers. This study may contribute to advancing discussions on children's digital consumption and consumer vulnerability by providing insights to support the development of regulatory strategies, educational initiatives, and public policies aimed at protecting children and adolescents.

Keywords: Online digital games; Child and adolescent digital consumption; Consumer vulnerabilities.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Tipos de Hipossuficiência ……... 31
Quadro 2 – Vulnerabilidade multifacetada……..... 33
Quadro 3 – Síntese dos conceitos de vulnerabilidade do consumidor ……..... 35
Quadro 4 – Síntese das entrevistas……..... 49
Quadro 5 – Perfil dos respondentes ...…….. 55

LISTA DE ABREVIATURAS

art. – artigo

p. – página

LISTA DE SIGLAS

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CONANDA – Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente

ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente

GDPR – Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados

LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados

PGB – Pesquisa Game Brasil

ECA DIGITAL - Estatuto da Criança e do Adolescente Digital

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 15

1.1 Problemática 19

1.2 Objetivos 22

1.2.1 Objetivo Geral 22

1.2.2 Objetivos Específico 22

1.3 Justificativa 22

1.4 Estrutura da pesquisa 25

2 REFERENCIAL TEÓRICO 26

2.1 Jogos digitais online e o consumo 26

2.2 Vulnerabilidade dos consumidores infantojuvenis 30

2.2.1 Vulnerabilidade infantojuvenil e jogos digitais 38

2.3 Direito do consumidor e a proteção digital 41

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 47

3.1 Caracterização geral da pesquisa 47

3.2 Técnica de coleta de dados 48

3.2.1 Universo de pesquisa 49

3.3 Análise de dados 51

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS 55

4.1 Perfil dos respondentes 55

4.2 Estrutura e dinâmica social dos jogos online 57

4.2.1 Crescimento do acesso precoce dos jogos digitais online por crianças e adolescentes 57

4.2.2 Influências no comportamento de consumo de jogos digitais online 61

4.2.3 Arquitetura dos jogos digitais e suas implicações no comportamento de consumo infantojuvenil 64

4.3 Vulnerabilidade no consumo em jogos digitais online 69

4.3.1 Vulnerabilidade Cognitiva e Psicológica 69

4.3.2 Vulnerabilidade Jurídica e Social 73

4.3.3 Vulnerabilidades Financeira e Econômica 79

4.4 Tensões e estratégias de mediação parental e proteção no ambiente digital 83

4.4.1 Mediação parental do consumo digital: estratégias, tensões e limites 84

4.4.2 Proteção parental e ambivalências no consumo digital infantojuvenil 87

4.5 Proteção jurídica no consumo digital infantojuvenil 91

4.5.1 Lacunas e desafios na proteção jurídica do consumo digital infantil 92

4.5.2 Governança e proteção dos consumidores infantojuvenis 95

CONSIDERAÇÕES FINAIS 99

REFERÊNCIAS 103

APÊNDICES 112

1 INTRODUÇÃO

Desde meados de 1960 com o advento da revolução digital, o avanço da tecnologia tem impactado diversas esferas da vida cotidiana (Paiva, 2021). Além das mudanças nas relações sociais, as relações comerciais e de consumo também foram afetadas. Segundo Paiva (2021), houve uma ampliação significativa de conflitos, de experiências, de relações jurídicas, de serviços, de entretenimento, de produtos e de discussões relacionadas ao consumo, sobretudo após o surgimento da internet, que fez nascer uma sociedade "hiperconectada". Lunardi (2021) define essa sociedade como um ambiente no qual a interação constante com dispositivos digitais reformula as relações sociais, econômicas e jurídicas. Nesse contexto, os consumidores se tornam "seres representados pela informação" e enfrentam desafios no que tange o controle de sua privacidade e autonomia, sendo representados por dados, rotinas de compras e gastos, se tornando algoritmos (Lunardi, 2021).

Essa hiperconectividade expõe especialmente crianças e adolescentes a situações de maior vulnerabilidade, uma vez que o uso constante das tecnologias e o rápido acesso à informação reforçam a efemeridade das experiências e permitem que os direitos dos consumidores sejam infringidos com mais facilidade (Lunardi, 2021). Crianças e adolescentes, como sujeitos em processo de desenvolvimento, são particularmente suscetíveis às influências do mercado de consumo (Baker; Gentry; Rittenburg, 2005). A falta de maturidade cognitiva, conforme destaca Chávez-Fernández Postigo (2023), compromete sua capacidade de julgamento e os coloca em desvantagem nas relações de consumo.

Autores como Shi *et al.* (2017), Fineman (2017), Baker, Gentry e Rittenburg (2005), Wang (2020), Rosa e Serra (2020) e Lischer *et al.* (2022) apontam que a vulnerabilidade do consumidor infantojuvenil[1] é um dos maiores desafios das relações de consumo atuais. Isso decorre da dificuldade dessa faixa etária em identificar a intenção persuasiva das empresas, o que compromete sua capacidade crítica diante de práticas publicitárias. Para Fineman (2017) e Chávez-Fernández Postigo (2023), essa vulnerabilidade transcende uma fragilidade momentânea, sendo uma condição inerente ao desenvolvimento infantojuvenil. Portanto, exige

[1] O público infantojuvenil refere-se a faixa etária dos 4 aos 18 anos. Subdividem-se em crianças (4 a 12 anos) e adolescentes (12 a 18 anos) (Art. 2º, ECA, Lei nº 8.069/1990, Estatuto da criança e do Adolescente. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm)

proteção especial, tanto jurídica quanto social, a fim de evitar abusos e garantir o respeito aos seus direitos (Lunardi, 2021).

Apesar de o mundo digital oferecer benefícios como conectividade e acesso a conteúdos educativos (Signal *et al.*, 2024), ele também eleva o risco de exposição a conteúdos e comportamentos nocivos como marketing de produtos prejudiciais, violência, conteúdo sexualizado e cyberbullying. Esses riscos são intensificados pela popularização dos jogos digitais online, os quais passaram a integrar intensamente a experiência cotidiana de consumo dessa faixa etária, como ferramentas de entretenimento (Lunardi, 2021).

Nos últimos anos, os jogos digitais online se consolidaram como uma das principais formas de entretenimento entre crianças e adolescentes em todo o mundo (Oliveira, 2024). Dados provenientes da plataforma Statista (2025) apontam que esse mercado vem crescendo com força, impulsionado por avanços tecnológicos, popularização dos dispositivos móveis, aumento da conectividade, busca por socialização online e experiências imersivas. O mercado em ascensão gera impacto significativo na indústria do entretenimento e na economia global, com projeções de crescimento anual de 7,01% de receita (Statista, 2025).

No entanto, essas plataformas oferecem entretenimento e práticas comerciais que incluem microtransações, publicidade direcionada e gamificação de elementos de consumo (Signal *et al.*, 2024). Embora não façam parte da mecânica essencial dos jogos, as microtransações funcionam como ferramentas de monetização (Soares Filho *et al.*, 2023), dissociando o ato de jogar do ato de comprar e levantando preocupações com relação ao consumo impulsivo, principalmente entre os mais jovens (King *et al.,* 2019).

Pesquisas demonstram que crianças e adolescentes apresentam maior propensão a gastos impulsivos nesse contexto, sobretudo diante de estratégias que exploram recompensas imediatas e elementos similares a jogos de azar, como as loot boxes. Estudo de Zendle e Cairns (2019) aponta uma forte correlação entre o gasto com loot boxes e sintomas de problemas relacionados ao jogo, enquanto Drummond *et al*. (2020) destacaram que tais práticas podem estimular comportamentos de risco semelhantes ao jogo patológico. Esses efeitos evidenciam como o público infantojuvenil fica exposto a um cenário de consumo que amplia sua vulnerabilidade e reforça a necessidade de proteção específica no ambiente digital (Lischer; Karpinska-Krakowiak; Weiss, 2022).

Com o aumento da exposição de crianças e adolescentes a conteúdos digitais, surgem novas e complexas questões legais e éticas, relacionadas à proteção do bem-estar desses consumidores (Santos; Silva, 2024; Signal *et al.*, 2024). Isso inclui, por exemplo, os pagamentos feitos por crianças dentro de jogos, que têm sido apontados como fatores de risco para o surgimento de vício em jogos de azar no futuro (Lischer *et al.*, 2022; Xiao *et al.*, 2023; Wilson *et al.*, 2024; Gonzalez-Cabrera *et al.*, 2024). Além disso, o gasto com microtransações pode estar relacionado à construção de identidade e status pessoal no ambiente digital, evidenciando como os jogos se tornam extensões da vida real, tornando as compras em jogos online uma forma de satisfazer as necessidades materiais da realidade (Soares Filho *et al.*, 2023; Brooks; Clark, 2023).

Essa compreensão mais ampla da vulnerabilidade, como defendem Fineman (2017) e Santos (2009), desloca a noção de fragilidade de um aspecto exclusivamente individual para uma condição universal, inclusive reconhecida pelo Código de Defesa do Consumidor (Brasil, 1990). Essa vulnerabilidade se mantém mesmo nas relações realizadas em ambientes digitais. De acordo com a Pesquisa Game Brasil[2] (2025), 89,9% dos brasileiros que jogam declaram gastar dinheiro com jogos digitais. O gasto excessivo, o vício e outras consequências, reforçam debate sobre os efeitos negativos associados às microtransações (Soares Filho *et al.*, 2023; Pinheiro; Lopes, 2024).

Essa realidade demonstra que a vulnerabilidade dos consumidores se materializa em práticas de mercado que exploram fragilidades cognitivas, emocionais e financeiras, sobretudo de crianças e adolescentes (Lischer *et al.* 2022). A combinação entre imaturidade na tomada de decisões, estratégias de persuasão próprias do design dos jogos e a facilidade de realizar transações digitais cria um ambiente em que os consumidores infantojuvenis se tornam alvos preferenciais de monetização agressiva (Zendle; Cairns, 2019; Drummond *et al.*, 2020). Assim, o reconhecimento jurídico da vulnerabilidade precisa ser acompanhado de medidas concretas de proteção, o que torna ainda mais evidente a necessidade de regulamentações específicas. Considerando isso, autores como Lischer *et al.* (2022) alertam para a ausência de estruturas legais adequadas que protejam, em especial, crianças e adolescentes dos riscos associados ao uso contínuo e desprotegido desses produtos.

[2] https://materiais.pesquisagamebrasil.com.br/2025-painel-gratuito-pgb25

As práticas de consumo em jogos digitais, especialmente as microtransações, impactam profundamente o comportamento, o desenvolvimento emocional e o contexto social dos jogadores mais jovens (Soares Filho *et al.*, 2023). Por isso, é necessário promover um debate científico, jurídico e social mais aprofundado, voltado à construção de regulamentações protetivas (Lemos; Pereira, 2018). A importância deste debate reside nos riscos que práticas como loot boxes impõem, uma vez que podem fomentar padrões de comportamento compulsivo semelhantes aos observados em apostas (Gomes, 2019). Nesse contexto, a crescente complexidade das práticas de consumo digital impõe desafios adicionais à tutela jurídica de crianças e adolescentes.

Embora o Brasil disponha de marcos legais como o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), além da recente promulgação da Lei nº 15.211/2025 (ECA Digital), ainda carece de uma legislação específica voltada à garantia de direitos do consumidor infantojuvenil no contexto dos jogos digitais online (Lemos; Pereira, 2018). Essa ausência representa uma lacuna importante no arcabouço regulatório nacional, dificultando a construção de um ambiente digital seguro e respeitoso dos direitos dessa população (Santos; Silva, 2024; Lemos; Pereira, 2018). Ainda segundo Lemos e Pereira (2018) e Costa (2017), mesmo com os avanços na tutela do consumidor, a regulação atual não contempla integralmente as demandas de uma geração que vive imersa em tecnologias digitais. A recente promulgação da Lei nº 15.211/2025 representa um avanço significativo ao reconhecer riscos estruturais do ambiente digital, inclusive ao vedar práticas como loot boxes e publicidade direcionada a crianças. Assim, torna-se necessário pensar a regulação como uma atividade do Estado em suas diferentes dimensões, especialmente normativa, regulatória e executiva.

Diante desse cenário, torna-se essencial realizar pesquisas que aprofundem a problemática para subsidiar políticas públicas e ações regulatórias mais efetivas (Gomes, 2019). A crescente inserção dos jogos digitais no cotidiano infantojuvenil (Helsper; Veltri; Livingstone, 2024) exige atenção do setor público e privado na criação de ambientes digitais mais seguros e justos. Portanto, se faz necessário o estabelecimento de práticas empresariais responsáveis e políticas públicas voltadas à proteção da dignidade e dos direitos desses consumidores (Pinheiro; Lopes, 2024).

1.1 Problemática

Nas últimas décadas, o crescimento exponencial da indústria de jogos digitais, especialmente entre crianças e adolescentes, tem gerado preocupações relevantes no campo da gestão, negócios e direito[3]. De acordo com a Pesquisa Game Brasil (PGB, 2025), 82,8% dos brasileiros afirmam consumir jogos digitais, sendo este o maior índice já registrado. Esse cenário de ampla penetração dos jogos digitais na vida cotidiana do público infantojuvenil acentua uma lacuna relevante: ainda se conhece pouco sobre como essas práticas de consumo inseridas nos jogos impactam a vulnerabilidade de crianças e adolescentes (Signal *et al.*, 2024), especialmente sob a ótica do direito do consumidor.

Além da ampla adesão social, o setor de jogos digitais apresenta elevada relevância econômica, superando inclusive segmentos tradicionais voltados ao público infantil. Gonzalez-Cabrera *et al.* (2024) destacam que o faturamento global da indústria de jogos projetava alcançar US$ 187,7 bilhões em 2024, com estimativas de crescimento para aproximadamente US$ 400 bilhões até 2027, conforme dados da Newzoo (2024). Em comparação, o mercado global de brinquedos tradicionais apresentou volume estimado entre US$ 113 e 114 bilhões no mesmo período, conforme dados da Global Market Insights[4]. Os dados demonstram que os jogos digitais já ultrapassaram o mercado de brinquedos físicos em escala econômica e passaram a reconfigurar práticas de consumo, formas de entretenimento e modelos de negócios voltados ao público infantojuvenil, evidenciando um fenômeno relevante para o campo da gestão.

Esse problema se torna ainda mais evidente quando se observa como as práticas de consumo estão integradas às dinâmicas dos próprios jogos. Em muitos casos, crianças e adolescentes têm dificuldades para distinguir os momentos de lazer daqueles em que estão, de fato, realizando uma transação comercial, como no caso das microtransações e loot boxes (Signal *et al.*, 2024). Essas práticas confundem os jogadores mais jovens, tornando sua tomada de decisão mais frágil e contribuindo para situações de desequilíbrio informacional e emocional (Díaz, 2020; Silva; Oliveira, 2022). Trata-se de um ambiente que combina diversão, interação

---

[3] https://www.terra.com.br/gameon/plataformas-e-consoles/pgb-2025-aponta-aumento-no-numero-de-brasileiros-que-consomem-jogos-digitais,ae2ad7a3e1f2d9271867ad28fa072583x6yqr6tt.html

[4] https://www.gminsights.com/industry-analysis/toy-market

social e estímulos ao consumo de forma sofisticada e, muitas vezes, invisível aos olhos de pais e responsáveis, como destacam Hyde e Cartwright (2023).

Ainda conforme a literatura, esse modelo de negócios, embora lucrativo, levanta questões relevantes acerca dos impactos psicológicos e financeiros que pode gerar, especialmente entre consumidores mais vulneráveis, como crianças e adolescentes (Díaz, 2020; Hyde; Cartwright, 2023). Nesse sentido, o tempo prolongado de exposição aos jogos digitais não se configura apenas como uma questão de uso excessivo, mas como um fator que intensifica a interação com sistemas estruturados para estimular o engajamento contínuo e o consumo recorrente. Além disso, Zack, George e Clark (2020) evidenciam que o sistema de recompensas incertas ativa a dopamina no cérebro, reforçando padrões de vício e aumentando o risco de problemas futuros relacionados a jogos de azar. À medida que permanecem por longos períodos nesses ambientes, crianças e adolescentes tornam-se mais suscetíveis a mecanismos de reforço, recompensas variáveis e estímulos à aquisição de bens virtuais, o que pode comprometer sua capacidade de julgamento e ampliar sua vulnerabilidade nas relações de consumo (Xiao; Newall; James, 2024; Gonzalez-Cabrera *et al.*, 2023).

Mesmo diante da relevância econômica e social do tema, a legislação brasileira historicamente apresentou limitações quanto à regulamentação das práticas de consumo presentes nos jogos digitais. Até recentemente, não havia definição legal específica acerca de mecanismos como microtransações e caixas de recompensa (loot boxes), o que fragilizava a proteção de crianças e adolescentes diante dessas dinâmicas de consumo (Matos, 2018). Além disso, a ausência de exigências específicas relacionadas ao consentimento parental para determinadas transações digitais contrastava com iniciativas internacionais mais robustas, como as medidas adotadas na China, que reforçaram a proteção de menores em ambientes online por meio do Regulamento sobre Proteção de Menores na Internet, e com o *Online Safety Act* (Lei de Segurança Online) do Reino Unido, voltado ao fortalecimento da segurança digital e da proteção infantojuvenil em plataformas online (Wang, 2020). Destaca-se que a lei impõe novas obrigações às plataformas online para proteger os usuários contra conteúdo ilegal e prejudicial, incluindo conteúdo prejudicial a crianças.

Apesar dos avanços normativos observados no campo dos direitos da infância, a regulamentação brasileira ainda enfrenta desafios relacionados às

práticas comerciais presentes nos jogos digitais, especialmente no que se refere à proteção de crianças e adolescentes em situações de consumo. O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) asseguram direitos fundamentais, como proteção integral, privacidade e acesso à informação, mas foram elaborados em contextos anteriores à consolidação das atuais dinâmicas de monetização, coleta de dados e publicidade comportamental presentes nos ambientes digitais.

Nesse contexto, a promulgação da Lei nº 15.211/2025, denominada ECA Digital, representa um avanço relevante ao estabelecer diretrizes específicas para a proteção infantojuvenil em ambientes digitais, incluindo a vedação do direcionamento de publicidade baseada em perfilamento e a proibição de mecanismos de monetização aleatória, como as caixas de recompensa (*loot boxes*). Contudo, embora a norma represente importante reconhecimento institucional dos riscos associados aos ambientes digitais, persistem desafios relacionados à regulamentação e fiscalização das práticas mercadológicas presentes nos jogos online, especialmente no que se refere às estratégias de monetização, às microtransações e às formas difusas de estímulo ao consumo (Matos, 2018).

Além disso, embora a norma sinalize um reconhecimento institucional dos riscos inerentes ao ecossistema digital, suas disposições ainda se mostram insuficientes para abarcar, de forma aprofundada, as dinâmicas complexas de consumo nos jogos digitais online. A falta de clareza normativa, combinada à imaturidade cognitiva do público-alvo e à baixa supervisão parental, acentua a vulnerabilidade de crianças e adolescentes nesse ecossistema digital e compromete direitos fundamentais enquanto consumidores (Costa, 2021; Mendes, 2023). Tal cenário evidencia que, mesmo diante de avanços normativos e formalizações legais recentes, persistem desafios na articulação entre proteção jurídica e práticas contemporâneas de consumo digital, especialmente na dinâmica dos jogos online.

Nesse cenário, torna-se relevante compreender, com base em evidências empíricas, como as práticas de consumo presentes nos jogos digitais online potencializam a vulnerabilidade de crianças e adolescentes e em que medida o direito do consumidor pode contribuir para o enfrentamento desses desafios.

Assim, frente a essas problemáticas, esta dissertação busca responder à seguinte questão de pesquisa: **Como as práticas de consumo nos jogos digitais**

online potencializam a vulnerabilidade de crianças e adolescentes, considerando a perspectiva do direito do consumidor?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Para isso, o objetivo geral proposto é: Compreender como as práticas de consumo nos jogos digitais online potencializam a vulnerabilidade de crianças e adolescentes, considerando a perspectiva do direito do consumidor.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para responder a pergunta de pesquisa e concluir o objetivo geral, os seguintes objetivos específicos foram delimitados:

i) Investigar as práticas de consumo de crianças e adolescentes em jogos digitais online, identificando os principais padrões de comportamento desse público.

ii) Analisar as vulnerabilidades associadas ao consumo de jogos digitais online por crianças e adolescentes.

iii) Examinar a atuação da legislação vigente na proteção às crianças e adolescentes em contextos de consumo digital, com foco nas particularidades dos jogos digitais online.

1.3 Justificativa

A situação de vulnerabilidade do consumidor tem sido amplamente discutida ao longo das últimas décadas, com foco em diferentes esferas, desde o comportamento de compra até os impactos de práticas comerciais mais agressivas (Baker; Gentry; Rittenburg, 2005; Silva, 2011; Shi *et al.*, 2017; Fineman, 2017; Rosa; Serra, 2020; Chávez-Fernández Postigo, 2023). No entanto, a vulnerabilidade do consumidor infantojuvenil, particularmente no contexto dos jogos digitais online, assume relevância crescente à medida que as tecnologias se tornam mais integradas ao cotidiano das crianças e adolescentes (Rosa; Serra, 2020).

Além disso, uma busca nas plataformas de indexação de artigos científicos e literatura acadêmicas, Web of Science e Scopus, utilizando as palavras-chave “children and online games and consumer law”, “in-game purchases and minors and vulnerability” e “loot boxes and child protection”, revelou que, embora haja um avanço significativo na compreensão dos impactos psicossociais do ambiente digital, mediação parental, acesso a dispositivos e os efeitos do consumo digital sobre a saúde mental (Batat; Tanner, 2021; Brooks; Clark, 2023; Diaz, 2020; Riedel *et al*., 2022; Shi *et al*., 2017; Spotswood; Nairn, 2016, Garibay; Choi; Lapierre, 2024; Helsper; Veltri; Livingstone, 2024; Pagano; Bacaro; Croetti, 2023), observa-se que tais estudos tendem a concentrar-se em dimensões comportamentais e educacionais, deixando em segundo plano a análise das práticas de consumo incorporadas a esses ambientes. Em especial, ainda são limitadas as pesquisas sobre as práticas de consumo em jogos digitais, vulnerabilidade infantojuvenil e direito do consumidor, além das que integram essas discussões à perspectiva jurídica, sobretudo no campo do direito do consumidor aplicado à infância e adolescência (Lemos; Pereira, 2018; Costa, 2021; Marques; Mucelin, 2022; Mendes, 2023; Santos; Silva, 2024; Santini *et al.*, 2025, Matos, 2018). Corroborando isso, o governo brasileiro criou o Guia sobre usos de dispositivos digitais por crianças e adolescentes (Brasil, 2025), destacando como o tema é importante, no entanto, esse material desconsidera as questões de consumo e transações em ambientes digitais.

Essa tendência também é corroborada por revisões sistemáticas da literatura, como a realizada por Sigirci *et al.* (2022), que identificam uma predominância de estudos voltados ao marketing infantil, com menor atenção às implicações jurídicas e regulatórias. De modo semelhante, Kennedy, Jones e Williams (2019) evidenciam que, no ambiente digital, estratégias de marketing contribuem para intensificar o desequilíbrio de poder nas relações de consumo, dificultando a capacidade de compreensão e decisão das crianças e ampliando sua condição de vulnerabilidade.

Esse cenário revela uma lacuna relevante na literatura: a ausência de uma abordagem sistemática que articule a vulnerabilidade do consumidor infantojuvenil com as práticas de consumo nos jogos digitais online, particularmente à luz das especificidades legais e comerciais do ambiente digital (Gomes, 2019; Lemmens; Weergang, 2023). Mesmo quando há alguma consideração sobre as implicações jurídicas, como nos estudos de Costa (2017), Santos e Silva (2024) e Signal *et al.* (2024), a integração entre análise comportamental e estrutura normativa ainda é

incipiente. Além disso, práticas como microtransações e loot boxes, cada vez mais comuns nesses jogos, têm sido tratadas pela legislação brasileira de forma insuficiente e fragmentada (Lemos; Pereira, 2018; Wang, 2020; Brasil, 2025), o que compromete a proteção integral dos direitos das crianças e adolescentes enquanto consumidores (Xiao; Newall; James, 2024; Gonzalez-Cabrera *et al.*, 2023).

Neste sentido, o presente estudo se justifica por sua proposta de aprofundar a compreensão sobre os comportamentos de consumo de crianças e adolescentes em jogos digitais online, bem como os riscos a que estão expostos nesse ambiente, tanto do ponto de vista comportamental quanto jurídico. A utilização da Teoria da Vulnerabilidade (Fineman, 2017) como referencial teórico permite ampliar o debate para além das consequências individuais, propondo uma análise que reconhece a vulnerabilidade como estrutural e que demanda ações coordenadas do Estado, do mercado e da sociedade civil. A escolha desse eixo analítico oferece potencial para repensar as formas de proteção e regulação que envolvem o público infantojuvenil no contexto do consumo digital.

A relevância desta pesquisa também está no fato de que, ao investigar práticas de mercado em jogos digitais, ela contribui para o desenvolvimento de um arcabouço normativo mais eficaz, que possa servir de base para a elaboração de políticas públicas e regulações voltadas à proteção desse grupo vulnerável. No cenário brasileiro, a análise poderá subsidiar, por exemplo, propostas de restrições a microtransações em jogos acessíveis a menores, estabelecer limites mais claros à publicidade infantil e incentivar o desenvolvimento de ferramentas de controle parental mais eficazes. Experiências internacionais, como as analisadas por Wang (2020), demonstram que é possível avançar na construção de regulações específicas que considerem as particularidades do consumo digital por crianças e adolescentes.

Do ponto de vista teórico, a pesquisa contribui ao integrar perspectivas das áreas da Administração e do Direito, promovendo uma análise interdisciplinar ainda pouco explorada. Além disso, o estudo permite compreender as estratégias de monetização adotadas pelas empresas de jogos digitais e seus impactos sobre o comportamento do consumidor, contribuindo para o desenvolvimento de modelos de negócio mais éticos, transparentes e socialmente responsáveis. Nesse contexto, a pesquisa contribui com o debate acadêmico e com propostas para práticas voltadas à responsabilidade social corporativa e à transparência no ambiente digital.

Portanto, ao abordar a interseção entre práticas comerciais, consumo digital e vulnerabilidade jurídica do público infantojuvenil, esta pesquisa se posiciona como um esforço necessário e atual. Sua realização poderá promover avanços teóricos e práticos que ampliam o conhecimento científico-acadêmico sobre o tema e que influenciam diretamente na formulação de políticas públicas e estratégias empresariais mais conscientes, que sejam alinhadas aos desafios contemporâneos do consumo digital, trazendo contribuições sociais e gerenciais importantes.

1.4 Estrutura da pesquisa

A estrutura da presente dissertação foi organizada de forma a refletir a construção lógica do estudo, respeitando as etapas fundamentais do processo científico e priorizando a coerência entre os objetivos propostos, a fundamentação teórica e a metodologia adotada. Após a introdução, na qual foram apresentados o tema da pesquisa, a delimitação do objeto de estudo, os objetivos geral e específicos, bem como a justificativa da escolha do tema, também são expostos a relevância acadêmica e social da investigação, a pergunta de pesquisa e uma breve descrição da abordagem metodológica.

No próximo tópico, desenvolve-se o referencial teórico, que fundamenta conceitualmente a pesquisa a partir de três eixos principais: (i) jogos digitais online e o consumo; (ii) a vulnerabilidade do consumidor, especialmente a situação de vulnerabilidade infantojuvenil; e (iii) o direito do consumidor e a proteção digital.

A metodologia adotada é de natureza qualitativa, com caráter exploratório. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas narrativas e, secundariamente, através da análise da legislação existente, respeitando critérios éticos e de segurança. A análise dos dados seguiu a técnica de análise temática, onde identificou padrões que revelaram aspectos da vulnerabilidade dos consumidores infantojuvenis no ambiente digital.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste estudo aborda três principais eixos temáticos fundamentais para compreender como as práticas de consumo nos jogos digitais online potencializam a vulnerabilidade de crianças e adolescentes, sob a perspectiva do direito do consumidor.

Inicialmente, será abordado o contexto do consumo e jogos digitais online, considerando que as plataformas de jogos evoluíram significativamente (Helsper; Veltri; Livingstone, 2024), passando a adotar estratégias de monetização como loot boxes, microtransações e assinaturas, que estimulam o engajamento e os gastos dos usuários.

O segundo tópico discute sobre a vulnerabilidade dos consumidores infantojuvenis, evidenciando os desafios, as particularidades e os efeitos do consumo digital nesse público.

Já o terceiro tópico aborda a atuação do direito do consumidor no contexto digital, especificamente as legislações que regulam o consumo por crianças e adolescentes nos jogos digitais online.

2.1 Jogos digitais online e o consumo

Os jogos digitais têm suas raízes nos anos 1950 e 1960, quando os primeiros experimentos com computadores permitiram o desenvolvimento de jogos simples. No entanto, foi na década de 1970 que os jogos digitais começaram a ganhar popularidade, marcando o início da indústria de jogos eletrônicos (Garrett, 2016). Já as décadas de 1980 e 1990 foram períodos de grande expansão do mercado de jogos, com o surgimento de ícones como Pac-Man (1980) e Super Mario Bros (1985), que definiram gêneros e consolidaram os videogames como uma forma de entretenimento mainstream (Kent, 2001; Garrett, 2016; Zanotto, 2024), apresentando transições dos gráficos 2D para o 3D e introduziram conceitos de mundos virtuais.

O início dos anos 2000 marcou a consolidação dos jogos online como um fenômeno global, por conta da popularização dos serviços de internet banda larga (Toyama; Ferratti; Côrtes, 2020). Os videogames atraíram os jogadores, criando comunidades virtuais e estabelecendo novos padrões de monetização, como assinaturas mensais (Zanotto, 2024). De acordo com o autor, novas plataformas

surgiram e facilitaram a conectividade entre jogadores, transformando os jogos em uma experiência social.

A partir de 2010, a ascensão dos smartphones revolucionou novamente a indústria. Jogos como Angry Birds (2009) e Candy Crush Saga (2012) democratizaram o acesso aos jogos digitais, atingindo um público amplo e diversificado. Além disso, o modelo *free-to-play*, associado a microtransações, tornou-se dominante, gerando bilhões em receita para empresas (Newzoo, 2024). Nos últimos anos, os jogos digitais têm se expandido para além do entretenimento, incorporando elementos de educação, saúde e até mesmo trabalho remoto. A pandemia de COVID-19 acelerou essa tendência e as plataformas de jogos digitais on-line são usadas para jogar e para socializar, aprender e realizar eventos virtuais (Statista, 2024).

Como resultado da expansão dos tipos e da quantidade de jogos online desde o início dos anos 2000, impulsionada pelo crescente interesse das crianças nesse tipo de entretenimento, surge o conceito de jogos digitais (Türen; Kahraman, 2024). Segundo as autoras, um jogo digital é definido como uma atividade recreativa interativa acessível por meio de plataformas eletrônicas, como computadores ou consoles. Estes jogos oferecem uma ampla variedade de conteúdos, gráficos e níveis de dificuldade, permitindo múltiplas possibilidades de interação e diferentes cenários para os usuários (Türen; Kahraman, 2024).

O mercado de jogos digitais online tem crescido exponencialmente nas últimas décadas, tornando-se um entretenimento de escala mundial totalmente acessível em razão do avanço da tecnologia e da conectividade (Pinheiro; Lopes, 2024). De acordo com os dados da Newzoo (2024)[5], o setor de games movimentou mais de U$S187 bilhões mundialmente no ano de 2024, sendo os jogos online uma parcela significativa desse valor. Os jogos para dispositivos móveis foram responsáveis por 49% da receita global do ano citado. Esse crescimento tem sido potencializado por modelos de negócios como jogos *free-to-play* e a economia das microtransações, que alteraram a dinâmica do consumo no ambiente digital.

No entanto, segundo Lemmens e Weergang (2023), na última década, o modelo geral de receita da indústria de jogos mudou seu foco da venda de jogos para a venda de recursos opcionais que podem ser adquiridos através das chamadas microtransações. Na prática, isso significa que a indústria de jogos

[5] https://newzoo.com/resources/blog/global-games-market-revenue-estimates-and-forecasts-in-2024

encontrou um meio de transformar o entretenimento digital em um mercado de consumo contínuo e altamente lucrativo, onde o produto nunca está realmente completo, mas sempre pode ser aprimorado – desde que o jogador esteja disposto a pagar por isso.

Os jogos f*ree-to-play* representam uma mudança significativa na forma como os consumidores interagem com os produtos digitais. De acordo com Lemmens e Weergang (2023), em vez de pagar um valor fixo para adquirir o jogo, o usuário recebe acesso gratuito ao ambiente virtual, mas constantemente é incentivado a gastar dinheiro dentro dele com produtos ou recursos opcionais. Esses gastos podem variar desde pequenas compras, como acessórios para personagens, até itens que garantem vantagens competitivas, tornando-se uma fonte constante de receita para as empresas do setor. Ou seja, a estratégia de monetização é atrair os jogadores para fazerem várias pequenas transações financeiras (microtransações) para melhorar seu desempenho ou otimizar sua experiência de jogo (Lemmens; Weergang, 2023). Ainda conforme os autores, esse modelo de negócios, embora lucrativo, levanta questões sobre os impactos psicológicos e financeiros que ele pode gerar, principalmente em consumidores mais vulneráveis, como crianças e adolescentes.

O problema não está unicamente na existência das microtransações, mas também se encontra no modo como elas são projetadas para explorar impulsos e fragilidades cognitivas. Estudos demonstram que o sistema de recompensas incertas utilizado nesses jogos ativa circuitos neurais relacionados à liberação de dopamina, aumentando a tendência ao comportamento compulsivo e reforçando padrões de consumo inconsciente (Brooks; Clark, 2023). Crianças e adolescentes, em razão de ainda estarem em fase de desenvolvimento cognitivo e emocional, apresentam uma propensão maior a essas dinâmicas, tornando-se alvos fáceis para estratégias de monetização agressivas (Xiao; Newall; James, 2024; Wang, 2020). Esse cenário se torna ainda mais preocupante quando se observa que muitos desses gastos ocorrem sem a devida supervisão dos responsáveis, levando a casos frequentes de endividamento familiar e disputas legais sobre a validade dessas compras (Wang, 2020).

Além disso, a ascensão dos jogos online não pode ser analisada isoladamente. O consumo digital não ocorre em um vácuo, mas sim em um contexto mais amplo, no qual a conectividade permanente reconfigura os padrões de

socialização e de tomada de decisão. Como aponta Lunardi (2021), a sociedade contemporânea está profundamente imersa em interações virtuais, o que afeta a forma como as crianças jogam e como percebem o valor do dinheiro e o significado de posse e escassez. Em um ambiente em que tudo pode ser adquirido com um clique – ou um toque na tela –, a paciência e o senso de planejamento financeiro tornam-se habilidades cada vez mais difíceis de desenvolver (Lunardi, 2021).

Outro ponto relevante é a assimetria de informação entre crianças, responsáveis e desenvolvedores de jogos. Hyde e Cartwright (2023) argumentam que os pais ou responsáveis muitas vezes desconhecem as reais implicações dos jogos que seus filhos jogam, deixando de considerar os riscos associados às microtransações e à coleta massiva de dados comportamentais. Os autores alegam que isso cria um ambiente propício para práticas de consumo exploratórias, onde crianças podem gastar quantias significativas sem a real compreensão das consequências, e os pais, ao perceberem o problema tardiamente, encontram dificuldades para contornar a situação devido à complexidade dos sistemas de pagamento e reembolso.

Hoje em dia, existe um conceito emergente e relevante no contexto das discussões sobre infância, consumo, direitos digitais e proteção de dados, que é a identidade digital infantil (Livingstone; Stoilova; Nandagiri, 2019). Esse termo se refere ao conjunto de informações, comportamentos, imagens, dados e interações digitais associadas a uma criança. De acordo com o Guia sobre usos de dispositivos digitais por crianças e adolescentes (Brasil, 2025), a identidade digital representa uma extensão da identidade real da criança, com efeitos sobre sua liberdade, privacidade e futuro. Tal identidade pode ser construída ativamente (pela própria criança, ao interagir com jogos, redes sociais, aplicativos etc.) ou passivamente (por meio da coleta de dados realizada por terceiros, como plataformas, pais, escolas ou dispositivos inteligentes).

Nesse contexto, os jogos digitais infantis desempenham papel central na formação dessa identidade, uma vez que suas mecânicas, sistemas de coleta de dados e estratégias de engajamento operam diretamente sobre os hábitos de consumo e comportamento da criança no ambiente virtual (Livingstone; Stoilova; Nandagiri, 2019). Diante desse cenário, o consumo infantil em jogos digitais não pode ser tratado como uma questão de escolha individual, mas como um fenômeno que exige maior regulamentação e responsabilidade por parte da indústria (Lischer

et al., 2022). Se a lógica de monetização dos jogos continuar evoluindo sem salvaguardas adequadas, é provável que os impactos negativos sobre consumidores em situação de vulnerabilidade se intensifiquem, resultando em um problema social de proporções cada vez maiores, contribuindo para um comportamento de maior risco dos consumidores (King *et al.*, 2019). Dessa forma, torna-se essencial um debate mais amplo sobre a necessidade de políticas públicas e regulações específicas para garantir que o entretenimento digital não se transforme em um campo de exploração financeira desenfreada e de abuso das vulnerabilidades atinentes aos consumidores infantojuvenis.

Como demonstrado, a evolução dos jogos digitais online consolidou um modelo de consumo baseado em microtransações e estratégias de engajamento que frequentemente exploram impulsos psicológicos, especialmente entre crianças e adolescentes (King *et al.,* 2019). Esse cenário revela a sofisticação dos mecanismos de monetização e expõe uma vulnerabilidade estrutural inerente a certos grupos de consumidores, seja pela imaturidade cognitiva, pela assimetria de informação ou pela falta de regulação eficaz. Se, por um lado, a indústria de jogos transformou o entretenimento em um mercado de consumo contínuo, por outro, a legislação consumerista[6] reconhece que tal dinâmica exige proteções específicas (Lemos; Pereira, 2018).

No próximo tópico, será explorado como a vulnerabilidade do consumidor, princípio basilar do Código de Defesa do Consumidor (Brasil, 1990), se manifesta nesse contexto, não como mera hipossuficiência[7] técnica ou econômica, mas como uma condição amplificada pela hiperconectividade e pelas estratégias predatórias de design digital.

2.2 Vulnerabilidade dos consumidores Infantojuvenis

Conforme Lunardi (2021), a hiperconectividade contemporânea redefine a noção de identidade, transformando indivíduos em conjuntos complexos de dados. Históricos de compras, hábitos de consumo e interações digitais compõem um novo tipo de perfil digital, que passa a representar a pessoa no mundo virtual. De acordo

[6] Os direitos consumeristas, protegidos pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) no Brasil, são um conjunto de garantias que visam proteger os consumidores nas relações de consumo, assegurando a eles a prevenção e reparação de danos. Estes direitos incluem a proteção contra publicidade enganosa, o direito à informação, a segurança dos produtos e serviços, entre outros.

[7] Hipossuficiência é a condição de desvantagem de uma das partes em uma relação jurídica, seja de natureza econômica, técnica, informacional ou jurídica, que dificulta sua capacidade de defender seus próprios interesses de forma plena e equilibrada.

com o autor, esse cenário agrava a reconhecida e presumida hipossuficiência do consumidor, elevando essa característica a um status de vulnerabilidade.

Diferente da vulnerabilidade, no âmbito das relações de consumo, a hipossuficiência do consumidor é um dos pilares que fundamenta a proteção jurídica conferida pelo Código de Defesa do Consumidor. Essa condição pode se manifestar de forma técnica, informacional, econômica ou jurídica, sendo especialmente relevante no caso de crianças e adolescentes. Como destaca Miragem (2023), o ambiente digital acentua tais desigualdades, uma vez que práticas como microtransações, publicidade oculta e design manipulativo operam sobre estruturas cognitivas ainda em desenvolvimento, evidenciando a vulnerabilidade e a hipossuficiência estrutural desse público. Nesse sentido, conforme asseveram Mason e Paiva (2014), a hipossuficiência deve ser compreendida como uma insuficiência real e presumida que justifica o tratamento jurídico privilegiado, especialmente em contextos nos quais o desequilíbrio de poder é intensificado pelas dinâmicas pouco claras das plataformas digitais. O Quadro 01 apresenta os tipos de hipossuficiência, de acordo com Miragem (2023).

Quadro 1 – Tipos de hipossuficiência

TIPO	CARATERÍSTICA	EXEMPLO
Técnica	Falta de conhecimento técnico sobre produtos/serviços	Crianças que não compreendem os sistemas por trás de microtransações ou algoritmos em jogos
Informacional	Dificuldade de acesso ou interpretação de informações	Interfaces enganosas, publicidade camuflada, ausência de linguagem acessível
Econômica	Baixa renda ou poder de barganha	Gastos impulsivos com moedas virtuais, desequilíbrio econômico nas decisões de consumo
Jurídica	Desconhecimento dos próprios direitos ou meios de proteção legal	Crianças não reconhecem práticas abusivas ou não têm acesso a mecanismos de denúncia

Fonte: Adaptado de Miragem (2023).

Assim, conforme apresentado no Quadro 01 é possível observar que a hipossuficiência de crianças e adolescentes no ambiente digital ultrapassa a mera fragilidade econômica, abarcando aspectos técnicos, informacionais e jurídicos que

limitam substancialmente sua autonomia nas decisões de consumo (Mason; Paiva, 2014). A interação precoce com plataformas digitais, muitas vezes mediada por estratégias persuasivas, evidencia a necessidade de um olhar jurídico ampliado que reconheça a hipossuficiência como uma condição multifacetada e estrutural, além das vulnerabilidades (Miragem, 2023).

Conforme o Código de Defesa do Consumidor, a vulnerabilidade é um princípio norteador no sistema consumerista, sendo que o consumidor deve ter sua vulnerabilidade reconhecida no mercado de consumo (Brasil, 1990). Isso quer dizer que a vulnerabilidade é o princípio basilar do sistema de proteção ao consumidor, tendo como objetivo resguardar a parte mais frágil da relação de consumo e garantir o equilíbrio contratual (Pinheiro; Lopes, 2024). No caso dos consumidores pessoas físicas, essa vulnerabilidade é presumida de forma absoluta, enquanto para as pessoas jurídicas, sua existência deve ser analisada com base nas circunstâncias específicas de cada caso.

Shi *et al.* (2017) reconhecem que a maioria dos estudos de vulnerabilidade do consumidor os definem a partir de suas características demográficas (idade, renda, escolaridade). Porém, os autores também destacam que a vulnerabilidade do consumidor pode ser um estado psicológico único que é influenciado e desencadeado por fatores externos. Esse último conceito, segundo Brenkert (1998), está relacionado aos consumidores de forma geral, uma vez que qualquer pessoa pode ser prejudicada em determinado contexto, e quando isso acontece, o consumidor experimenta a vulnerabilidade, mesmo que temporária.

Já Fineman (2017), ao apresentar a Teoria da Vulnerabilidade, argumenta que todos os seres humanos são, em alguma medida, vulneráveis ao longo de suas vidas, sendo a vulnerabilidade uma característica humana fundamental, inevitável e contínua. Segundo a autora, a vulnerabilidade não é um estado estático, mas um processo contínuo que se transforma ao longo do tempo, sendo moldadas por fatores biológicos, sociais e ambientais.

No mesmo sentido, Chávez-Fernández Postigo (2023), ao dialogar com a teoria da vulnerabilidade apresentada por Fineman, reforça que a vulnerabilidade, longe de ser uma condição meramente individual, exige uma abordagem coletiva e política. O autor argumenta que a vulnerabilidade do consumidor é determinada por fatores estruturais, sociais e econômicos que vão além das escolhas pessoais. Portanto, a vulnerabilidade não decorre só de características individuais, como idade

ou nível de conhecimento, mas parte principalmente das assimetrias de informação, estratégias de mercado predatórias e lacunas regulatórias que favorecem a exploração de consumidores mais frágeis, como crianças e adolescentes (Chávez-Fernández Postigo, 2023). Tais argumentos se alinham com a perspectiva de Fineman (2017), que vê a vulnerabilidade como uma condição universal e contínua, exigindo respostas institucionais eficazes para equilibrar as relações de consumo.

Estudos como os de Siqueira *et al*. (2021) e Miragem (2023) ainda explicitam que o princípio da vulnerabilidade é dividido em três aspectos, a saber: vulnerabilidade técnica, científica e fática (Miragem, 2023). O princípio da vulnerabilidade é multifacetado e deve ser considerado com base na categoria da vulnerabilidade informacional, especialmente no contexto do consumo virtual, como será tratado adiante. Esta categoria de vulnerabilidade é apresentada pelos autores por conta da assimetria da informação em ambientes digitais, no qual a falta de transparência das plataformas e a coleta massiva de dados através de algoritmos, acabam manipulando as escolhas do consumidor, especialmente em crianças e adolescentes (Miragem, 2023; Marques; Mucelin, 2022).

Esses conceitos são melhores abordados no Quadro 02.

Quadro 2 – Vulnerabilidade multifacetada

TÉCNICA	JURÍDICA - CIENTÍFICA	FÁTICA
Condição do consumidor, por conta da falta de informações precisas sobre o produto ou serviço.	Condição do consumidor, por conta de desconhecimento de todos os seus direitos	Condição do consumidor, por conta da posição de desvantagem e desigualdade financeira em relação ao fornecedor

Fonte: Adaptado de Miragem (2023).

Conforme visualizado no Quadro 02, a vulnerabilidade técnica refere-se à condição do consumidor que não possui informações precisas sobre o que está comprando. Nesse caso, presume-se que o fornecedor detenha informações específicas sobre os produtos ou serviços que comercializa. Miragem (2023) diz que esse tipo de vulnerabilidade é como se fosse alguém comprando um produto online sem entender completamente suas especificações técnicas, como, por exemplo, quando um jogador adquire um "pacote de skins" em um jogo online, mas não entende que os itens são puramente cosméticos (não afetam a jogabilidade). O fornecedor não deixa claro essa informação na loja virtual, levando o consumidor a

acreditar que está comprando vantagens competitivas. Essa falta de conhecimento coloca o consumidor em uma posição vulnerável, pois ele compra um produto online sem entender suas especificações técnicas (Miragem, 2023).

Já a vulnerabilidade jurídico-científica demonstra a ideia de que o consumidor nem sempre tem conhecimento de todos os seus direitos. Esse tipo de vulnerabilidade é presumida nos casos em que o consumidor é uma pessoa física (Miragem, 2023). Ademais, Behrens (2014) alega que o consumidor não tem informações suficientes para saber quais seus direitos, como funciona sua proteção contratual e quais órgãos contatar, no caso de descumprimento contratual ou acidente de consumo (Behrens, 2014), demonstrando, mais uma vez, a necessidade da proteção massiva ao consumidor nas relações de consumo. Neste caso, um exemplo é quando um adolescente gasta R$500,00 em microtransações sem autorização dos pais; a família, por sua vez, pode não ter conhecimento sobre o seu direito de solicitar reembolso (direito previsto no CDC[8]) ou que a compra por menores de 18 anos pode ser anulada. Além disso, muitos jogadores não sabem que loot boxes são consideradas jogos de azar em alguns países, podendo ser contestadas. Tais exemplos, reforçam o que Behrens (2014) alega: os consumidores não têm informações sobre seus direitos ou órgãos de proteção.

Em sequência, a vulnerabilidade fática diz respeito à relação de consumo em concreto. Caracteriza-se pela desigualdade financeira entre o consumidor e fornecedor, tendo em vista o poder econômico superior daquele que produz, principalmente se tratando de relação de consumo entre pessoa física e jurídica (Siqueira *et al.*, 2021). Por exemplo, uma criança de baixa renda gasta todo o dinheiro da família em moedas virtuais de um jogo online após ser induzida por anúncios personalizados (que exploram seu perfil comportamental). A empresa dona do jogo (uma multinacional bilionária) tem poder para ignorar reclamações ou dificultar reembolsos, muitas vezes com formulários complexos em línguas estrangeiras, sempre alegando que compete ao usuário controlar o acesso ao cartão de crédito.

Em consonância, Deus, Campos e Rocha (2022) afirmam que o consumidor vulnerável é aquele que, muitas vezes, possui menor capacidade de compreensão ou se encontra em desvantagem nas relações com empresas e fornecedores.

[8] Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Complementando essa perspectiva, Baker, Gentry e Rittenburg (2005) definem a vulnerabilidade do consumidor como um estado de impotência decorrente de desequilíbrios nas interações de mercado ou no consumo de mensagens e produtos de marketing. A partir desse modelo, Shi *et al.* (2017) expandem a concepção ao caracterizar a vulnerabilidade como uma predisposição individual a tomar decisões prejudiciais ao próprio bem-estar quando exposto a estímulos ou tentações externas.

Com base nos conceitos discutidos, bem como nos estudos e conceitos apresentados por Hill e Sharma (2020) e Riedel *et al.* (2021), o quadro a seguir busca sintetizar as principais definições utilizadas ao longo do texto, bem como, conceitos relevantes para o presente estudo. Sua construção visa facilitar a compreensão dos diferentes enfoques sobre o tema, permitindo uma visualização clara das contribuições teóricas adotadas. Essa sistematização contribui para evidenciar semelhanças, distinções e complementaridades entre os autores, servindo como referência para análises subsequentes.

Quadro 3 – Síntese dos conceitos de vulnerabilidade do consumidor

AUTOR(ES)	CONCEITO GERAL	SÍNTESE DO ARGUMENTO
Andreasen e Manning (1990)	Vulnerabilidade como desvantagem nas trocas de mercado.	Consumidores são vulneráveis quando não conseguem influenciar ou compreender adequadamente as condições das trocas de consumo.
Lee e Soberon-Ferrer (1997)	Vulnerabilidade pela falta de conhecimento e informação.	Consumidores vulneráveis não reconhecem práticas injustas devido à sua baixa alfabetização de consumo.
Smith e Cooper-Martin (1997)	Suscetibilidade a danos econômicos, físicos ou psicológicos.	Certos grupos têm menor capacidade de se proteger no mercado, e por isso precisam de maior proteção.
Brenkert (1998)	Vulnerabilidade por déficits que inibem a participação no mercado.	Crianças e outros grupos com déficits cognitivos ou sociais não conseguem exercer seu papel de consumidores plenamente.
Windschitl, Martin e Flugstad (2002)	Vulnerabilidade como percepção de impotência frente ao risco.	Consumidores se sentem vulneráveis quando não sabem como lidar com possíveis consequências negativas.
Baker, Gentry e Rittenburg (2005)	Vulnerabilidade na relação de consumo	A vulnerabilidade decorre de desequilíbrios nas interações de mercado, não sendo um estado permanente, mas uma condição circunstancial.

Commuri e Ekici (2008)	Vulnerabilidade como interação entre fatores estruturais e temporários.	As vulnerabilidades não são fixas, e podem resultar de situações momentâneas ou de desvantagens duradouras.
Adkins e Jae (2010)	Estado de impotência por fatores pessoais e contextuais.	A vulnerabilidade é resultado da interação entre características individuais e o ambiente socioeconômico.
Mason e Paiva (2014)	Impotência existencial frente às condições do mercado.	Consumidores são vulneráveis quando o sistema de consumo os impede de alcançar a autonomia.
Fineman (2017)	Vulnerabilidade como condição universal e contínua	A vulnerabilidade é uma condição inevitável e comum a todos os seres humanos, sendo moldada por fatores sociais, biológicos e institucionais.
Shi *et al*. (2017)	Vulnerabilidade como estado psicológico.	Fatores externos podem ativar uma vulnerabilidade individual, resultando em decisões prejudiciais.
Kennedy, Jones e Williams (2019)	Estrutura socioecológica da vulnerabilidade online.	A vulnerabilidade infantil em ambientes digitais é intensificada por múltiplos fatores sistêmicos e deve ser enfrentada com políticas preventivas.
Hill e Sharma (2020)	Restrição de acesso e controle de recursos.	Vulnerabilidade ocorre quando consumidores não conseguem exercer controle sobre os recursos necessários para atuar no mercado.
Lunardi (2021)	Perfil digital e elevação da hipossuficiência à condição de vulnerabilidade	A hiperconectividade redefine a identidade do consumidor, agravando sua vulnerabilidade no ambiente digital por meio da coleta e uso massivo de dados pessoais
Riedel *et al.* (2022)	Experiência subjetiva e contextual de impotência.	A vulnerabilidade depende da percepção de injustiça e da situação vivida, não sendo apenas estrutural.
Deus, Campos e Rocha (2022)	Vulnerabilidade digital no contexto brasileiro.	A vulnerabilidade do consumidor digital se manifesta como impotência frente à manipulação algorítmica e soberania das plataformas digitais/empresas.
Chávez-Fernández Postigo (2023)	Vulnerabilidade como fenômeno coletivo e estrutural	A vulnerabilidade do consumidor não é apenas individual, mas determinada por fatores estruturais e sociais e exige respostas institucionais e políticas.
Miragem (2023); Siqueira *et al.* (2021); Behrens (2014)	Vulnerabilidade multifacetada (técnica, jurídica e fática)	A vulnerabilidade do consumidor pode decorrer de falta de informação técnica, desconhecimento de direitos ou desigualdade financeira em relação ao fornecedor.

Mende *et al.* (2024)	Modelo dinâmico baseado na amplitude e profundidade da vulnerabilidade.	A vulnerabilidade do consumidor muda ao longo do tempo e pode gerar trajetórias de exclusão ou resiliência.
Pinheiro e Lopes (2024); Brasil (1990)	Vulnerabilidade como princípio fundamental no CDC	O Código de Defesa do Consumidor reconhece a vulnerabilidade do consumidor tendo como objetivo resguardar a parte mais frágil da relação de consumo e garantir o equilíbrio contratual.
Silva (2024)	Vulnerabilidade algorítmica e digital	A complexidade dos algoritmos e a falta de transparência nas decisões automatizadas geram um novo tipo de vulnerabilidade, especialmente em ambientes digitais.
Helsper, Veltri e Livingstone (2024)	Limitações cognitivas e emocionais de crianças no ambiente digital	Crianças e adolescentes enfrentam desafios específicos no consumo digital devido às suas limitações de desenvolvimento e à falta de distinção nos sistemas de monetização.

Fonte: Elaborada pela autora (2025).

A sistematização dos principais conceitos sobre vulnerabilidade do consumidor apresentada no quadro 3 evidencia a diversidade de enfoques adotados na literatura, incluindo perspectivas jurídicas, sociológicas, psicológicas e comportamentais. Embora as definições variem quanto à origem, natureza e duração da vulnerabilidade, é possível observar uma convergência quanto à sua dimensão relacional e à necessidade de proteção reforçada em contextos de assimetria de poder. Essa pluralidade conceitual permite compreender a vulnerabilidade como fenômeno multifacetado, situacional e, muitas vezes, agravado por fatores estruturais, como ocorre no caso de consumidores infantojuvenis.

Diante desse panorama, percebe-se que a vulnerabilidade do consumidor não é uma condição estática ou meramente individual, mas sim um fenômeno relacional, estrutural e dinâmico, que se manifesta de forma especialmente intensa em determinados contextos e grupos sociais. A partir da Teoria da Vulnerabilidade de Fineman (2017), torna-se evidente a necessidade de reconhecer essa condição como inerente à experiência humana e, portanto, objeto de respostas institucionais contínuas. Essa abordagem é particularmente relevante quando se observa os consumidores em fase de desenvolvimento, como crianças e adolescentes, cuja exposição a práticas mercadológicas sofisticadas e ambientes digitais amplia consideravelmente sua condição de hipervulnerabilidade. É com esse foco que se inicia, a seguir, a análise específica da vulnerabilidade dos consumidores

infantojuvenis, examinando os fatores que acentuam sua fragilidade no mercado de consumo contemporâneo e as implicações jurídicas e sociais que daí decorrem.

2.2.1 Vulnerabilidade infantojuvenil e jogos digitais

A vulnerabilidade do consumidor é de natureza multidimensional e ocorre quando uma pessoa é impotente, não tem controle, e torna-se dependente em uma situação de consumo que tem implicações negativas sobre a sua própria identidade (Silva, 2011). De acordo com a autora, a vulnerabilidade pode ocorrer quando o consumidor é incapaz de atingir suas metas em uma situação de consumo. Baker, Gentry e Rittenburg (2005) argumentam que a vulnerabilidade do consumidor pode se manifestar até mesmo em situações simples, como a compra de uma caixa de leite. Para o consumidor infantojuvenil, isso implica em uma responsabilidade social ainda mais ampla, dado seu maior grau de vulnerabilidade. Nesse contexto, Estado, sociedade civil e mercado devem cooperar ativamente para assegurar a proteção de seus direitos, prevenindo qualquer forma de exploração que se aproveite de sua imaturidade, inexperiência ou susceptibilidade às práticas de consumo (Fineman, 2017; Chávez-Fernández Postigo, 2023).

Ainda assim, embora se reconheça a importância da proteção da infância frente ao marketing e à publicidade digital, observa-se que o campo dos jogos digitais online, um dos ambientes de consumo mais intensos e imersivos para esse público, tem sido pouco explorado nas pesquisas sobre vulnerabilidade. Sigirci *et al.* (2022), em seu estudo, categoriza estudos voltados para a situação de vulnerabilidade infantojuvenil. No entanto, a maioria dos estudos tentam entender a vulnerabilidade do consumidor infantojuvenil por meio da sua conceituação pura (Spotswood; Nairn, 2016), examinando os mecanismos que tornam as crianças vulneráveis em geral e em contextos online (Kennedy *et al.*, 2019), focando em como as crianças definem suas vulnerabilidades em sua subcultura de consumo (Batat; Tanner, 2021) e no contexto de atividade sexual e gravidez (Tanner; Tanner, 2020).

Os autores nos trazem que há estudos que examinam a vulnerabilidade infantil em determinados domínios específicos e discutem as questões éticas vinculadas a elas. Exemplos incluem publicidade e promoção (Pechmann *et al.*, 2005; Rowthorn, 2019), campanhas de promoção de vendas, como brindes colecionáveis (Thyne *et al.*, 2019), eWOM (Bao *et al.*, 2019), advergames (Redondo,

2012), novas táticas de marketing (Freeman; Shapiro, 2014) e sharenting[9] (Fox; Hoy, 2019). No entanto, fica claro que existe essa lacuna quando relacionado a jogos digitais e consumo online pelo público infantojuvenil.

Dito isso, Shi *et al.* (2017), dizem que a vulnerabilidade de crianças e adolescentes se caracteriza por conta do público não possuir capacidade, por isso, então, não pode ser vista como a falta de maturidade para tomar decisões econômicas, mas sim como a impossibilidade de perceber que a decisão tomada irá prejudicar o seu próprio bem estar. Essa vulnerabilidade ocorre há muito tempo. Spotswood e Nairn (2016), alegam que as crianças são frequentemente consideradas um grupo particularmente vulnerável na sociedade, a ponto de em 1990, as Nações Unidas concederam direitos especiais às crianças, como direito à educação, à vida familiar e à proteção. Isso reflete a visão que a sociedade tem o dever de proteger as crianças.

A vulnerabilidade do consumidor infantojuvenil é amplificada por fatores intrínsecos à sua condição desenvolvimental, como imaturidade cognitiva, inexperiência e maior suscetibilidade a influências externas (Shi *et al.*, 2017; Fineman, 2017). Além das vulnerabilidades tradicionais já tratadas, os estudos recentes têm destacado a vulnerabilidade digital, especialmente em ambientes onde a interação com algoritmos e práticas comerciais agressivas expõem crianças e adolescentes a riscos como manipulação e exploração (Silva, 2024; Díaz, 2020).

No entanto, embora a literatura aponte para os perigos do consumo em geral e entenda que existe, sim, vulnerabilidade do consumidor infantojuvenil, a vulnerabilidade no contexto dos jogos digitais tem sido frequentemente negligenciada, mesmo sendo um espaço onde a convergência entre imaturidade, engajamento emocional e estratégias de monetização predatória (como *loot boxes* e microtransações) cria cenários de alto risco (Helsper *et al.*, 2024; Silva; Oliveira, 2022). Como evidenciam Díaz (2020) e Helsper *et al.* (2024), menos de 5% dos estudos sobre proteção ao consumidor jovem focam especificamente em jogos online, apesar destes representarem o principal público dessas práticas comerciais. A falta de regulamentação específica e a complexidade dessas plataformas ampliam a exposição desse público, exigindo que pesquisas futuras abordem essa lacuna para desenvolver mecanismos de proteção adequados à realidade digital.

[9] Sharenting é a prática dos pais divulgarem uma grande quantidade de conteúdo potencialmente sensível sobre seus filhos em plataformas da Internet, principalmente nas redes sociais

Segundo Silva (2024), a vulnerabilidade digital vai além de questões técnicas, jurídicas, fáticas ou socioeconômicas, incorporando uma dimensão algorítmica característica da era digital. Os algoritmos e a complexidade das decisões automatizadas, como destaca a autora, "restringem a capacidade do consumidor de entender e gerenciar seus próprios processos de consumo, deixando-o suscetível a discriminação e manipulação" (Silva, 2024, p. 5). Essa forma de vulnerabilidade está presente em todas as fases da relação de consumo, reforçando a necessidade de maior transparência e controle por parte dos usuários.

Essa vulnerabilidade algorítmica é intensificada pelas estratégias de monetização de jogos online, que frequentemente ignoram as diferenças entre consumidores adultos e infantojuvenis (Díaz, 2020; Silva; Oliveira, 2022). Sob essa perspectiva, crianças e adolescentes, já vulneráveis por sua imaturidade cognitiva, suscetibilidade emocional e dependência econômica (Helsper; Veltri; Livingstone, 2024), tornam-se alvos fáceis para mecanismos como *loot boxes*, anúncios personalizados e microtransações. Essa sobreposição de vulnerabilidades exige uma análise aprofundada dos riscos envolvidos, bem como a criação de políticas de proteção adaptadas às especificidades desse público.

A Teoria de Fineman (2017) reconhece que a vulnerabilidade, embora inerente à condição humana, é intensificada por falhas nas estruturas de proteção. Com base nessas construções teóricas e nas práticas de consumo que tornam o público infantojuvenil mais suscetível às fragilidades, é possível observar a existência de falhas sistêmicas que produzem a vulnerabilidade nos contextos online, tais como:

1. Regulação defasada frente às novas práticas digitais;
2. Ausência de mecanismos efetivos de proteção no design das plataformas;
3. Assimetria radical de poder entre corporações digitais e consumidores infantojuvenis.

Portanto, quando se trata do público infantojuvenil, a vulnerabilidade assume contornos ainda mais complexos e interdependentes, resultantes da imaturidade cognitiva, da inexperiência de vida, da maior exposição a influências externas e da dependência econômica em relação aos adultos. Esses elementos, amplamente reconhecidos pela literatura (Shi *et al.*, 2017; Helsper; Veltri; Livingstone, 2024; Hil; Sharma, 2020; Spotswood; Nairn, 2016), tornam crianças e adolescentes particularmente suscetíveis a desequilíbrios nas relações de consumo. Nesse

cenário, a vulnerabilidade informacional e a vulnerabilidade algorítmica vêm ganhando destaque, refletindo preocupações com as plataformas digitais e a manipulação comportamental em ambientes mediados por tecnologia (Silva, 2024; Díaz, 2020).

Diante disso, este trabalho propõe analisar a vulnerabilidade de crianças e adolescentes à luz da Teoria da Vulnerabilidade de Fineman (2017), reconhecendo que a fragilidade desse grupo é individual, acidental, estrutural, coletiva, contínua e exigente de respostas institucionais concretas, a fim de garantir a dignidade e os direitos dos consumidores, especialmente para crianças e adolescentes.

2.3 Direito do consumidor e proteção digital

Embora a legislação consumerista brasileira imponha obrigações rigorosas aos fornecedores com o objetivo de mitigar as assimetrias de informação e de poder nas relações de consumo, sua eficácia encontra limites importantes no ambiente digital. Isso ocorre porque o Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi concebido em um contexto anterior à intensificação do consumo online e da coleta massiva de dados, não prevendo de forma específica as novas formas de interação e manipulação presentes nas plataformas digitais. Essas lacunas legais se tornam ainda mais críticas quando se trata de consumidores como as crianças e adolescentes. Com menor capacidade crítica e maior suscetibilidade emocional, esse público é mais propenso a se engajar em práticas de consumo impulsivas ou manipuladas, como microtransações, loot boxes e conteúdos publicitários camuflados (Baker; Gentry; Rittenburg, 2005; Helsper; Veltri; Livingstone, 2024).

Assim, a imaturidade de regulamentação específica e de mecanismos eficazes de fiscalização no ambiente digital contribui para o aumento da vulnerabilidade desses consumidores, expondo-os a riscos que a legislação atual não consegue coibir de forma satisfatória. Essa proteção legal busca equilibrar as relações de consumo, conferindo maior segurança e confiança às decisões de compra (Miragem, 2023). No entanto, no ambiente digital, a vulnerabilidade do consumidor se acentua, especialmente no caso de crianças e adolescentes, que possuem menor capacidade crítica para avaliar riscos e distinguir estratégias persuasivas de marketing (Lemos; Pereira, 2018). Segundo Souza (2024), esses riscos, incluem padrões de manipulação, estratégias análogas à venda casada e sistemas similares a máquinas caça-níqueis. A monetização agressiva, aliada a

mecanismos de recompensa emocional e ao uso de algoritmos, evidencia uma zona de risco que carece de regulação específica e de estudos aprofundados (Wang, 2020; Brooks; Clark, 2023; Lemos; Pereira, 2018).

O cenário internacional aponta diferentes abordagens que podem inspirar melhorias regulatórias no Brasil. Wang (2020) analisa como algumas legislações europeias, a exemplo do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR), estabelecem regras mais rígidas para a coleta de dados de menores, exigindo consentimento parental e maior transparência nas práticas empresariais. A autora ainda apresenta no estudo, como as práticas de consumo digital afetam a saúde financeira e emocional dos menores. Da mesma forma, Xiao *et al.* (2023) discutem medidas implementadas no Reino Unido para restringir técnicas persuasivas direcionadas ao público infantojuvenil, prevenindo o consumo impulsivo e o endividamento precoce. Lischer *et al.* (2022), por sua vez, destacam iniciativas adotadas nos Estados Unidos para impor restrições ao uso de loot boxes e outras práticas consideradas análogas a jogos de azar em plataformas digitais voltadas para menores de idade.

No Brasil, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) representa um marco importante na proteção dos direitos consumeristas, estabelecendo princípios fundamentais como a boa-fé, transparência e vulnerabilidade do consumidor como pressuposto jurídico (Silva; Pessoa, 2024). Entretanto, apesar dos escassos avanços, o CDC carece de dispositivos específicos voltados à proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais, nos quais as novas dinâmicas de consumo, como microtransações, publicidade invasiva e coleta massiva de dados, desafiam os modelos tradicionais previstos pela legislação (Lemos; Pereira, 2018).

Nesse sentido, Santos e Silva (2024), trazem à baila os desafios e implicações de compras realizadas por crianças e adolescentes em jogos eletrônicos, sob a perspectiva da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e do Estatuto da Crianças e do Adolescente (ECA), bem como a necessidade de regular a questão sob as diretrizes jurídicas. Por sua vez, Lemos e Pereira (2018), explicitam que a proteção do consumidor tem avançado aos poucos enquanto as práticas de consumo nos jogos digitais online avançam rapidamente, estando pendente na legislação brasileira uma regulamentação direcionada que contemple as especificidades do ambiente digital.

No contexto nacional, documentos recentes como a Resolução nº 245 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente - CONANDA (2024) e o Guia sobre usos de dispositivos digitais por crianças e adolescentes (Brasil, 2025) reforçam a urgência de uma resposta articulada entre poder público, empresas e sociedade civil para assegurar os direitos digitais desse público. De acordo com o Guia, as crianças e adolescentes têm direito à proteção integral e à autonomia progressiva no ambiente digital, sendo necessário que os serviços e produtos digitais estejam em conformidade com princípios como segurança por design, mínima coleta de dados e ausência de publicidade direcionada (Brasil, 2025). A responsabilidade, portanto, é compartilhada, cabendo também às empresas a adoção de práticas éticas e transparentes.

Além disso, o Guia (Brasil, 2025) alerta para os riscos relacionados ao uso de algoritmos de recomendação, design manipulativo e padrões ocultos - estratégias que influenciam comportamentos de consumo sem o consentimento consciente dos usuários, especialmente os mais jovens. A economia da atenção, associada à coleta massiva de dados, transforma o tempo de uso em mercadoria, impactando diretamente a privacidade e a liberdade de escolha de crianças e adolescentes (Brasil, 2025).

Embora a legislação brasileira apresente avanços na proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital, historicamente observou-se a ausência de dispositivos específicos voltados ao enfrentamento de práticas presentes nos jogos digitais, como caixas de recompensa (loot boxes), microtransações e publicidade comportamental direcionada. A promulgação da Lei nº 14.852/2024, que institui o Marco Legal dos Games (derivada do PL nº 2.796/2021), não enfrentou de forma efetiva essas questões, permanecendo centrada na organização e no incentivo ao setor de jogos eletrônicos. De modo semelhante, o PL nº 2.628/2022, destinado ao fortalecimento da proteção de dados de crianças e adolescentes no âmbito da LGPD, permaneceu sem avanços concretos durante sua tramitação. Nesse cenário, mesmo com instrumentos como o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e o Marco Civil da Internet, persistem limitações regulatórias relacionadas às dinâmicas de consumo, marketing e monetização presentes nos jogos digitais voltados ao público infantojuvenil.

Nesse contexto, destaca-se a promulgação da Lei nº 15.211/2025, que institui o chamado ECA Digital, ao estabelecer diretrizes específicas para a proteção de

crianças e adolescentes em ambientes digitais. A norma amplia o reconhecimento dos riscos associados às interações online ao prever a aplicação de medidas de proteção a produtos e serviços de tecnologia de acesso provável por esse público, incluindo jogos eletrônicos, redes sociais e aplicativos digitais (Brasil, 2025). Entre seus avanços, destacam-se a vedação das caixas de recompensa (loot boxes), a proibição de publicidade direcionada baseada em perfilamento e a exigência de mecanismos de supervisão parental e de mitigação de riscos desde a concepção dos serviços.

Contudo, embora represente um avanço significativo para a proteção infantojuvenil nos ambientes digitais, a legislação ainda demanda maior articulação com o direito do consumidor, especialmente no que se refere à regulação, fiscalização e responsabilização relacionadas às estratégias de monetização e às práticas mercadológicas presentes nos jogos digitais. Essa necessidade torna-se particularmente relevante diante da expansão de mecanismos de monetização, como microtransações e outras práticas comerciais incorporadas aos jogos digitais, que extrapolam a função recreativa e passam a integrar a própria dinâmica de consumo desses ambientes (Lischer *et al.*, 2022).

Nesse sentido, observa-se que, embora o ECA Digital amplie a proteção de crianças e adolescentes no ambiente online, permanecem desafios relacionados às dinâmicas de consumo digital e às estratégias comerciais incorporadas aos ambientes digitais. Para Miragem (2023), a proteção desse público exige instrumentos normativos capazes de considerar suas vulnerabilidades cognitivas e emocionais, assegurando interações mais seguras e éticas. Assim, a ausência de regulamentação específica para determinadas práticas comerciais pode favorecer a ocorrência de abusos e assimetrias nas relações de consumo, reforçando a necessidade de diretrizes complementares voltadas à proteção dos consumidores infantojuvenis (Silva; Pessoa, 2024).

Esse cenário é corroborado por Helsper, Veltri e Livingstone (2024), que destacam que a capacidade de uma criança ou adolescente para perceber e avaliar riscos associados ao consumo digital é substancialmente limitada. Ainda mais por ser através de suas escolhas de consumo que são frequentemente influenciadas por estratégias de marketing agressivas, que não consideram a proteção do bem-estar psicológico do público infantojuvenil (Wang, 2020). Como resultado, o público infantojuvenil, em parte por sua vulnerabilidade, é mais suscetível a práticas de

manipulação que exploram sua imaturidade emocional e cognitiva, afetando sua percepção de valor e gerando diversos impactos a longo prazo, necessitando, portanto, de uma medida regulatória distinta das existentes (Brooks; Clark, 2023).

E, frente ao crescimento dessa prática de consumo “virtual” e dos malefícios associados, autores como Lischer *et al.*, (2022) reconhecem a necessidade de estruturas legais que possam regulamentar adequadamente os recursos e a evolução dos videogames ou jogos digitais online. Especificamente, os autores discorrem que a “legislação apropriada e medidas de proteção ao consumidor são necessárias para proteger as pessoas que usam esses tipos de produtos, particularmente crianças e adolescentes” (Lischer *et al.*, 2022, p. 1).

O desafio, portanto, consiste em compreender como essas dinâmicas potencializam a vulnerabilidade infantojuvenil e em que medida o direito do consumidor pode ser aplicado para mitigar tais riscos, considerando as especificidades do ambiente digital e o fato de que esse público ainda não possui a maturidade cognitiva necessária para avaliar plenamente as consequências de suas escolhas de consumo (Signal *et al.*, 2024). Hyde e Cartwright (2023) destacam que muitos pais não têm pleno conhecimento sobre a dinâmica dos jogos que seus filhos consomem, subestimando os riscos das microtransações e da coleta, mesmo que indireta, de dados comportamentais.

Considerando esse panorama, a implementação de mecanismos de compliance por parte das empresas que atuam no mercado digital se torna uma estratégia necessária para minimizar riscos e garantir o cumprimento dos princípios de transparência e ética no relacionamento com o público infantojuvenil. A criação de diretrizes específicas, aliada à fiscalização eficaz, contribuiria para um cenário mais equilibrado (Miragem, 2023), em que as inovações tecnológicas e comerciais possam coexistir com a proteção dos consumidores mais vulneráveis. Assim, a atualização da legislação consumerista deve considerar os desafios do presente e antecipar tendências futuras no ecossistema digital, garantindo um marco regulatório dinâmico e eficiente (Díaz, 2020).

Diante das lacunas regulatórias e da intensificação da vulnerabilidade no ambiente digital, torna-se fundamental investigar, por meio de métodos sistemáticos, como essas dinâmicas de consumo se manifestam na prática e de que maneira a legislação pode ser aprimorada para oferecer uma proteção efetiva ao público infantojuvenil. Ao mesmo tempo, deve-se promover políticas públicas voltadas à

educação midiática e digital, como já vem sendo desenvolvido por meio da Estratégia Brasileira de Educação Midiática, de 2023, iniciativa que reforça o direito à participação segura e crítica no ambiente digital, conforme preconizado no Guia (Brasil, 2025).

Por fim, estudos evidenciaram que as políticas autorregulatórias adotadas pelas plataformas atualmente têm sido ineficazes no enfrentamento a conteúdos irregulares, incluindo campanhas de desinformação e práticas comerciais que expõem os consumidores a diferentes riscos. Ao permitir e promover a circulação desses conteúdos servindo-se de dados dos próprios usuários, as plataformas tornam os consumidores vulneráveis à estratégias comerciais enganosas ou fraudulentas, que em diversos casos culminam em perdas financeiras e lucram com essa dinâmica, às custas da segurança e do bem-estar da população.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta seção, apresentam-se os procedimentos metodológicos empregados para o desenvolvimento desta dissertação.

3.1 Caracterização geral da pesquisa

O presente estudo adotou uma abordagem qualitativa. De acordo com Creswell (2013), a pesquisa qualitativa preocupa-se com a interpretação de significados e com a construção de conhecimento a partir das perspectivas dos indivíduos envolvidos. A pesquisa qualitativa é aquela voltada para exploração e compreensão do que os indivíduos ou grupos relacionam a um problema social. Esse processo de pesquisa envolve a imersão do pesquisador com a coleta de dados, geralmente no ambiente do participante (Creswell; Creswell, 2021).

De acordo com Marconi e Lakatos (2010) e Sampieri, Collado e Lucio (2013) , a abordagem qualitativa proporciona uma análise multifacetada dos fenômenos, com um processo flexível que permite que as perguntas e hipóteses sejam formatadas antes, durante ou depois da coleta de dados. Ainda, de acordo com Denzin e Lincoln (2011), a pesquisa qualitativa se caracteriza pela ênfase no contexto, na subjetividade dos participantes e na complexidade dos fenômenos estudados.

O estudo enquadra-se como exploratório, uma vez que buscou examinar um problema pouco explorado anteriormente. As pesquisas de caráter exploratório são aquelas que têm por objetivo produzir informações que irão auxiliar na definição de situações do problema que o pesquisador está investigando, para tornar mais explícito, ou, ainda, construir hipóteses sobre ele. Sampieri, Collado e Lucio (2013) explicam que estudos exploratórios têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com fenômenos ainda pouco conhecidos. Além disso, esses estudos são fundamentais para investigar novas problemáticas, identificar conceitos ou variáveis relevantes, definir prioridades para pesquisas futuras e até mesmo formular hipóteses e pressupostos iniciais. Os autores destacam que estudos exploratórios são adotados quando se tem a intenção de pesquisar sobre temas a partir de novas perspectivas. Sendo assim, tendo o objetivo de analisar a vulnerabilidade do consumidor infantojuvenil no consumo de jogos digitais, a partir da perspectiva do direito do consumidor, o caráter exploratório foi o mais adequado para a investigação.

Na sequência, apresenta-se a técnica de coleta de dados utilizada.

3.2 Técnica de coleta de dados

Para a obtenção dos dados, foram realizadas entrevistas narrativas como fonte primária de dados e análise da legislação brasileira como fonte secundária de dados. Optou-se por utilizar a entrevista narrativa que é aquela que busca contar histórias e relatos dos indivíduos, com foco nas ações humanas e nas suas intenções (Rese *et al*., 2010). Esse tipo de entrevista é utilizada para coletar relatos pessoais e experiências vividas por indivíduos, que podem ser apanhados em conversas informais podendo ocorrer de diversas formas, inclusive através das histórias de vida, aprofundando o tema através de experiências individuais de cada um e como essas experiências foram moldadas (Zaccarelli; Godoy, 2013).

Ressalta-se que esta pesquisa passou pela aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade que as pesquisadoras estão vinculadas, sob registro CAAE (Certificado de Apresentação para Apreciação Ética) 89722125.3.0000.5323, com parecer de aprovação sob o número 7.822.076. Após, as entrevistas foram realizadas com pais e mães de crianças e adolescentes que consomem e são usuários ativos de jogos digitais. Também foram entrevistados profissionais da área da saúde mental e profissionais em direito.

Por fim, a pesquisa incluiu uma revisão das legislações de proteção ao consumidor aplicáveis ao contexto dos jogos digitais, como o Código de Defesa do Consumidor, o Estatuto da Criança e do Adolescente e o ECA Digital. Essa revisão permitiu analisar a adequação da regulamentação vigente e a identificação de lacunas na proteção das crianças e adolescentes diante das estratégias de monetização dos jogos digitais.

A coleta de dados foi realizada entre os meses de novembro de 2025 e fevereiro de 2026. É importante destacar que a Lei 15.211/2025, foi aprovada no mês de setembro de 2025, tendo entrada em vigor em Março de 2026. Ou seja, as entrevistas foram realizadas nesse ínterim, quando da promulgação e antes da efetiva vigência**.**

3.2.1 Universo de pesquisa

O universo de pesquisa compreende diferentes agentes envolvidos no consumo de jogos digitais por crianças e adolescentes, proporcionando uma análise ampla e aprofundada do fenômeno estudado.

A pesquisa contou com a participação de três grupos de informantes, selecionados de acordo com a relevância para os objetivos do estudo. Primeiramente, foram entrevistados pais/mães de crianças e adolescentes (APÊNDICE A) que usam jogos digitais, com o intuito de investigar as vulnerabilidades relacionadas a esse tipo de consumo.

Em seguida, profissionais da área de saúde mental (APÊNDICE B) foram consultados para examinar os possíveis efeitos psicológicos e emocionais decorrentes do consumo de jogos digitais e da realização de microtransações. Também foram incluídos profissionais do direito (APÊNDICE C), cuja contribuição será essencial para avaliar a adequação das práticas da indústria de jogos às normas de proteção ao consumidor, com atenção especial ao público infantojuvenil.

No quadro abaixo é apresentado um resumo das quantidades de perguntas, objetivo da entrevista e autores base para elaboração dos questionamentos.

Quadro 4 – Síntese das entrevistas

PÚBLICO	NÚMERO DE PERGUNTAS	OBJETIVO	AUTORES BASE
Pais e mães	**14**	investigar a influência percebida nas finanças familiares, na saúde mental e no comportamento de consumo dos menores.	Fineman, 2017; Hill e Sharma, 2020; Shi *et al.*, 2017
Profissionais da área de saúde mental	**14**	examinar os possíveis efeitos psicológicos e emocionais decorrentes do consumo de jogos digitais e da realização de microtransações.	Helsper, Veltri e Livingstone, 2024; Silva e Oliveira, 2022
Profissionais da área do direito	**14**	avaliar a adequação das práticas da indústria de jogos às normas de proteção ao consumidor, com atenção especial ao público infantojuvenil.	Brasil, 1990; Lemos e Pereira, 2018; Wang, 2020; Miragem, 2023; Silva, 2024; Xiao *et al.*, 2023; Helsper *et al.*, 2024

Fonte: Elaborada pela autora (2025)

O sujeito de pesquisa foi selecionado de forma intencional, sendo participantes que possuíam experiências relevantes para os objetivos da pesquisa. Para fins desta pesquisa, foi considerada experiência relevante aquela relacionada, direta ou indiretamente, à vivência, observação ou atuação em situações de consumo envolvendo crianças e adolescentes em ambientes digitais, especialmente no contexto de jogos online. Foram priorizados participantes que tenham contato prático ou conhecimento técnico sobre as práticas de monetização desses jogos, bem como sobre seus efeitos sociais, econômicos, jurídicos ou psicológicos. A definição desse critério visou assegurar que os dados obtidos refletissem perspectivas informadas e diversas sobre as práticas de consumo digital e os riscos de vulnerabilidade associados ao público infantojuvenil.

Os respondentes foram identificados através do método bola de neve, ou seja, a seleção dos participantes consistiu na indicação sucessiva de novos respondentes pelos entrevistados iniciais, os quais sugeriram outros participantes com experiências relevantes para o fenômeno investigado, e assim sucessivamente (Bailey, 1994). A definição do número final de participantes ocorreu a partir do critério de saturação teórica, compreendida como o momento em que a coleta de dados deixa de acrescentar informações substancialmente novas às categorias analíticas em desenvolvimento, evidenciando recorrência e aprofundamento dos conteúdos obtidos (Minayo, 2017). Ao todo, foram realizadas 15 entrevistas.

Na etapa seguinte, foram realizadas entrevistas com os agentes mencionados, utilizando-se o roteiro semiestruturado de perguntas elaborado com base na literatura especializada e nos objetivos da pesquisa (vide apêndices). As questões foram formuladas de modo a permitir a coleta de informações relevantes para a compreensão do fenômeno investigado, contribuindo diretamente para o esclarecimento da problemática proposta e para o alcance dos objetivos delineados.

Antes da aplicação definitiva das entrevistas, foi conduzida uma etapa de pré-teste com o objetivo de avaliar a adequação do instrumento de coleta de dados aos fenômenos investigados. Essa fase foi essencial para verificar se as perguntas formuladas estavam compreensíveis, relevantes e capazes de captar as dimensões teóricas propostas no estudo. O pré-teste permitiu a análise crítica de aspectos como clareza, coerência, estrutura linguística e pertinência do conteúdo das questões.

Segundo Mattar (1994), o pré-teste pode ser conduzido por meio de entrevistas pessoais realizadas pelo próprio pesquisador, o que possibilita a identificação de eventuais limitações do instrumento e o aprimoramento de sua estrutura. Esse processo é iterativo e pode ser repetido tantas vezes quantas forem necessárias, até que o roteiro de entrevista se mostre adequado, compreensível e alinhado aos objetivos da pesquisa. Assim, somente após as devidas modificações sugeridas durante os pré-testes, foi iniciada a etapa de coleta de dados definitiva.

3.3 Análise de dados

Para a condução da presente pesquisa, optou-se pela utilização da análise temática reflexiva como estratégia de compreensão dos dados. A análise temática reflexiva consiste em uma técnica de análise de dados voltada à identificação, análise e interpretação de padrões de sentido (temas) presentes no conjunto de dados dentro das narrativas dos participantes, conforme proposto por Braun e Clarke (2008). O processo de análise seguiu as etapas sugeridas pelos autores:

(i) familiarização com os dados, que consistiu na leitura cuidadosa, repetida e reflexiva das transcrições das entrevistas, com o objetivo de se aproximar dos dados e identificar ideias e significados recorrentes. Essa etapa envolveu também anotações iniciais e observações preliminares.

Nesta fase, as entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas com o auxílio da ferramenta de IA Turbo Scribe (https://turboscribe.ai/), totalizando 74 páginas de transcrição. Após a transcrição automática, a pesquisadora realizou uma revisão minuciosa dos textos para garantir a precisão e fidelidade das falas dos participantes. Essa etapa permitiu um primeiro contato aprofundado com os dados, facilitando a imersão no conteúdo e a identificação de padrões iniciais.

(ii) geração de códigos iniciais, fase em que o pesquisador identifica e codifica elementos relevantes nos dados, atribuindo rótulos (códigos) a trechos significativos das falas. Os códigos organizam e destacam conteúdos que têm potencial para se tornarem temas mais amplos posteriormente.

Após a finalização e revisão das transcrições, iniciou-se a codificação inicial dos dados. A pesquisadora utilizou como ferramenta de apoio para esta etapa a IA Chat GPT4, conforme procedimento já validado por Nguyen-Trung (2025). Com base

nas recomendações dos autores, procedeu-se à adaptação dos *prompts* propostos no estudo científico, de modo que a ferramenta pudesse identificar elementos significativos nas falas das entrevistadas, classificando-os por meio da atribuição de códigos. Para fins de organização, as interpretações derivadas das transcrições foram sistematizadas em tabelas correspondentes a cada bloco de perguntas e, posteriormente, inseridas na ferramenta de IA mediante a utilização dos seguintes *prompts*:

1. Considere os objetivos abaixo e o documento anexado que apresenta entrevistas de uma pesquisa científica. Você poderia, por favor, fornecer um resumo destas entrevistas? Mantenha a identificação de cada respondente. Na sequência, destaque as ideias principais da entrevista em tópicos principais. *Objetivos do estudo:* Objetivos Geral: Compreender como as práticas de consumo nos jogos digitais online potencializam a vulnerabilidade de crianças e adolescentes, considerando a perspectiva do direito do consumidor. Objetivos Específicos: i) Investigar as práticas de consumo de crianças e adolescentes em jogos digitais online, identificando os principais padrões de comportamento desse público; ii) Analisar as vulnerabilidades associadas ao consumo de jogos digitais online por crianças e adolescentes; iii) Examinar a atuação da legislação vigente na na proteção às crianças e adolescentes em contextos de consumo digital, com foco nas particularidades dos jogos digitais online.
2. Você é um assistente de pesquisa qualitativa. Você me ajudará a identificar os códigos relevantes nas transcrições anexadas nos documentos, em resposta ao seguinte objetivo: i) Investigar as práticas de consumo de crianças e adolescentes em jogos digitais online, identificando os principais padrões de comportamento desse público.ii) Analisar as vulnerabilidades associadas ao consumo de jogos digitais online por crianças e adolescentes. iii) Examinar a atuação do Código de Defesa do Consumidor na proteção às crianças e adolescentes em contextos de consumo digital, com foco nas particularidades dos jogos digitais online. Os códigos são rótulos que atribuem atributos/significados sumativos, salientes, essenciais e/ou evocativos a uma parte dos dados. #O resultado final será uma tabela como esta: Coluna 1: Código; Coluna 2: Descrição do significado do código; Coluna 3: Citação representando o código, extraída da transcrição.

(iii) busca por temas, esta etapa se vale do agrupamento dos códigos gerados anteriormente com base em padrões de sentido comuns, formando conjuntos mais amplos denominados “temas”. Um tema representa uma ideia central recorrente, que contribui diretamente para a compreensão do fenômeno estudado.

Nessa fase, a partir dos códigos gerados na etapa anterior, iniciou-se a fase de agrupamento. Após dedicada revisão manual pela pesquisadora, os códigos com temas próximos foram reunidos, formando categorias mais amplas. Esse processo possibilitou a construção de temas iniciais, os quais foram analisados em relação ao objetivo da pesquisa e às questões teóricas envolvidas. Nessa fase, foi utilizado o *prompt* a seguir junto à IA:

3. Você é um assistente de pesquisa qualitativa. Estude os códigos iniciais abaixo que foram identificados nas entrevistas e busque agrupar os códigos que são semelhantes, ou seja, que tratam de temáticas correlatas, visando diminuir o número de códigos. Usaremos essa lista para codificar informações relevantes em resposta aos objetivos específicos. Os códigos são rótulos que atribuem atributos/significados sumativos, salientes, essenciais e/ou evocativos a uma parte dos dados.

(iv) revisão dos temas, nesta etapa revisa-se os temas que são analisados criticamente para verificar se refletem com clareza os dados codificados. Isso inclui avaliar a coerência interna de cada tema e a distinção entre eles.

Sendo assim, após os agrupamentos de códigos foram refinados para garantir coerência e abrangência. Alguns temas foram desmembrados em subtemas para maior especificidade, enquanto outros foram unidos em apenas um tema, quando apresentavam forte entrelaçamento. Nessa etapa, foram realizadas diversas rodadas de revisões de forma manual para assegurar que os temas representassem os dados coletados.

(v) definição e nomeação dos temas, após definição dos temas finais, eles foram refinados, nomeados e descritos em profundidade. O objetivo foi definir claramente o que cada tema representa e como ele se relaciona com os objetivos da pesquisa e com a literatura revisada. Aqui, também foi inserido o *prompt* na IA, conforme a seguir:

4. Utilize as seguintes categorias: 1. Dinâmicas de consumo digital infantil; 2. Vulnerabilidades no consumo de jogos online; 3. Estratégias de mediação e proteção no ambiente digital, para elaborar um quadro organizando os códigos que estão na tabela “Agrupamento e redução dos códigos”, nestas categorias.

E, por fim, a (vi) redação do relatório final, que é a última etapa, onde os resultados da análise foram organizados e apresentados de forma sistemática no relatório. Cada tema foi discutido à luz da teoria, acompanhado por trechos ilustrativos das falas dos participantes, permitindo uma leitura interpretativa e crítica dos dados.

Para cada grupo de entrevistados foram criados 5 blocos com as respostas, sendo um total de 15 arquivos de comandos para, então, pode-se identificar as categorias e os códigos iniciais. Em todas as etapas do procedimento, foi realizada uma revisão minuciosa e criteriosa para verificar se o resultado obtido fazia sentido com os dados coletados. Essa abordagem garantiu uma estrutura sistemática e rigorosa para a interpretação das narrativas dos participantes.

Paralelamente, foi realizada uma análise documental da legislação pertinente ao tema da pesquisa, como o Código de Defesa do Consumidor, o Estatuto da Criança e do Adolescente, o ECA Digital, o Marco Civil da Internet, com objetivo é contextualizar os dados empíricos à luz do arcabouço jurídico vigente. Essa etapa permitiu identificar lacunas, convergências ou contradições entre as práticas observadas e as normas estabelecidas, contribuindo para uma compreensão crítica da efetividade da proteção legal no contexto investigado.

A partir do percurso metodológico delineado, especialmente com base na análise temática reflexiva proposta por Braun e Clarke (2008), estruturada em etapas que envolveram desde a familiarização com os dados até a definição e nomeação dos temas, torna-se possível avançar para a etapa interpretativa do estudo. Assim, a seguir será apresentada a análise e discussão dos dados empíricos, buscando compreender, de maneira crítica, como as práticas de consumo em jogos digitais online se relacionam com a vulnerabilidade de crianças e adolescentes no contexto das relações de consumo.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Nesta seção, serão apresentados os resultados obtidos a partir da realização da pesquisa. Assim, os dados foram organizados nos seguintes tópicos: 4.1 Perfil dos respondentes; 4.2 Estrutura e dinâmica de jogos online; 4.3 Vulnerabilidade no consumo em jogos digitais online; 4.4 Tensões e estratégias de mediação parental e proteção no ambiente digital; e, 4.5 Proteção jurídica no consumo digital infantojuvenil.

4.1 Perfil dos Respondentes

Neste tópico, apresenta-se o perfil dos participantes do estudo. O corpus de análise que compreende os respondentes do estudo foi composto por três diferentes grupos, incluindo pais, profissionais da área de saúde mental e profissionais da área do direito. A proposta de diversidade dos respondentes possibilitou uma análise multifacetada das práticas de consumo e das vulnerabilidades no contexto dos jogos digitais online. Para garantir o anonimato, os participantes foram identificados por códigos com a inicial do grupo participante, seguido de numeração, sem qualquer relação com suas características individuais.

A pesquisa contemplou entrevistas com 15 pessoas, caracterizando-as por meio de informações como nome, idade, profissão e de que forma tem contato com crianças e adolescentes que jogam online. O Quadro 05 apresenta a caracterização dos participantes, incluindo código de identificação, gênero, perfil profissional e duração das entrevistas.

Quadro 05 - Perfil dos respondentes

GRUPO PERTENCENTE	CÓDIGO	GÊNERO E IDADE	PERFIL/ATUAÇÃO PROFISSIONAL	DURAÇÃO DA ENTREVISTA (m:s)
Mãe/Pai	**(M1)**	**F | 31**	Estudante	20:30
Mãe/Pai	**(M2)**	**F | 42**	Professora	15:18
Mãe/Pai	**(M3)**	**F | 45**	Assistente Social	30:49
Mãe/Pai	**(M4)**	**F | 46**	Administradora Rural	17:38
Mãe/Pai	**(M5)**	**F | 56**	Fisioterapeuta e Advogada	14:12
Mãe/Pai	**(P6)**	**M | 42**	Servidor Público Estadual	19:14
Profissional da Saúde Mental	**(S1)**	**F | 31**	Psicóloga	48:27

Profissional da Saúde Mental	**(S2)**	**F | 53**	Psicóloga	21:56
Profissional da Saúde Mental	**(S3)**	**F | 24**	Psicóloga	23:36
Profissional da Saúde Mental	**(S4)**	**F | 36**	Psicóloga	18:53
Profissional do Direito	**(D1)**	**F | 30**	Advogada	18:20
Profissional do Direito	**(D2)**	**F | 26**	Advogada Digital	27:44
Profissional do Direito	**(D3)**	**M | 30**	Advogado	23:12
Profissional do Direito	**(D4)**	**F | 31**	Advogada Digital	23:34
Profissional do Direito	**(D5)**	**F | 33**	Advogada	18:45

Fonte: Elaborado pela Autora (2026).

Legenda: M - mãe | P - pai | S - profissional saúde mental | D - profissional do direito | F - feminino | M - masculino

Destaca-se que ao utilizar a letra M seguida por um número, refere-se às entrevistadas mães, P, aos pais, S, aos profissionais de saúde mental e D aos profissionais do Direito. Ao observar o Quadro 05, verifica-se que a maioria das entrevistas foi realizada com participantes do gênero feminino, havendo apenas dois respondentes do gênero masculino. Em relação à faixa etária, as entrevistadas apresentam idades entre 24 e 56 anos. A inclusão exclusiva de participantes maiores de idade justifica-se pela necessidade de garantir a capacidade legal para o consentimento, conforme previsto no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), disponibilizado no momento do agendamento das entrevistas. Ademais, considerando que o estudo envolve pais crianças e adolescentes entre 4 e 17 anos, bem como profissionais atuantes na área, pressupõe-se a maioridade civil dos participantes. Essa amplitude etária possibilitou contemplar experiências distintas ao longo do ciclo de vida, incluindo a percepção dos indivíduos em diferentes momentos de suas trajetórias. Além disso, a maioria dos respondentes são residentes do estado do Rio Grande do Sul, especificamente Sant'Ana do Livramento, apenas três participantes residem em outros estados (Paraná e Brasília-DF).

Todos os respondentes pais, afirmam que já vivenciaram a compra dentro dos jogos digitais online, através de seus filhos. Todos os profissionais da saúde mental afirmaram que já tiveram que lidar com pacientes com transtornos emocionais ou comportamentais por conta de consumo dentro de jogos digitais online. No entanto, no contraponto a isso, a maioria dos profissionais do direito não tiveram contato com casos ou situações que envolvessem problemas de consumo por conta de jogos digitais online, especialmente por crianças e adolescentes: "*Como caso principal, não, ainda não. Já houve casos de partilha, guarda, que teve que ser dada uma*

atenção para essa questão, mas nada específico" (D3). Esses resultados corroboram o que as pesquisas apontam, quanto a pouca incidência jurídica de casos sobre o assunto (Lemos; Pereira, 2018; Costa, 2017).

Na sequência, apresenta-se a categoria denominado "Estrutura e dinâmica dos jogos online", a qual aborda os elementos que caracterizam esses ambientes digitais, contemplando aspectos relacionados ao acesso precoce às tecnologias, às influências sociais e familiares, às estratégias de monetização, às dinâmicas de interação e às implicações decorrentes do consumo de jogos digitais por crianças e adolescentes.

4.2 ESTRUTURA E DINÂMICA SOCIAL DOS JOGOS ONLINE

O avanço tecnológico e a expansão dos jogos digitais, especialmente a partir da consolidação dos modelos online e mobile, redefiniram as formas de entretenimento e os padrões de acesso e consumo desde a infância. Como apontam os estudos de Lunardi (2021), a democratização dos dispositivos e a lógica de hiperconectividade permanente transformaram os jogos digitais em experiências amplamente acessíveis e integradas ao cotidiano. O contato com jogos digitais deixa de ocorrer em momentos específicos e passa a se estruturar como parte da rotina desde os primeiros anos de vida, criando condições para uma inserção cada vez mais precoce das crianças nesses ambientes.

Assim, se faz necessário compreender de que forma esse processo de ampliação e naturalização do acesso se manifesta na infância, especialmente no que se refere à antecipação do contato com jogos digitais online. Desse modo, a presente categoria análitica está divida em quatro subcategorias, quais sejam: (I) crescimento do acesso precoce aos jogos digitais online por crianças e adolescentes; (II) influências no comportamento de consumo; (III) estrutura e dinâmica social dos jogos online; e (IV) implicações relacionadas a esse consumo.

4.2.1 Crescimento do acesso precoce dos jogos digitais online por crianças e adolescentes

Esta categoria busca discutir os resultados referentes ao acesso das crianças aos jogos digitais, seja por necessidade, pressão social ou influência familiar. A análise empírica confirma esse movimento ao evidenciar que o acesso às

tecnologias digitais ocorre ainda na primeira infância, frequentemente antes mesmo do ingresso escolar (Lunardi, 2021; Miragem, 2023) . Conforme relato de D3:

> “Hoje em dia, as crianças com dois, três anos já estão com o celular na mão, vendo vídeos, acessando YouTube. Então, elas têm esse acesso de forma muito precoce, antes mesmo de entender responsabilidades, penalidades, antes de entender o que podem ou não fazer, elas já estão na internet.” (D3)

A participante M1 evidencia o acesso precoce de seus filhos, uma vez que quando questionada sobre a idade que seus filhos tiveram acesso à celular e telas, diz:

> “Bem, o meu mais velho (10 anos), desde pequenininho, ele tinha uns dois aninhos, o pai dele presenteou ele com um iPad. Então, sempre teve esse contato com telas. O pequeno (5 anos) também já nasceu aí nesse mundo que já tinha lá em casa”. (M1)

É possível perceber que quando o núcleo familiar é composto por duas crianças/irmãos, o mais novo sempre tem acesso às telas e jogos mais cedo, muito por influência do irmão mais velho, isto porque já tem o aparelho com o jogo disponível em casa. Além do acesso a diferentes conteúdos de forma antecipada, os respondentes também citam a questão do consumo no ambiente digital, uma vez que o processo é potencializado pela crescente acessibilidade tecnológica e pela simplificação das interfaces digitais, que permitem que crianças desenvolvam rapidamente habilidades operacionais. Como observado em uma das narrativas da S1:

> “(...) Criança pequena, de sete anos, por aí, já sabe como é que compra no Mercado Livre. Já aconteceu de me mostrar a ideia, “ah, quero produto tal, não sei o que”, e eu, justamente pra saber o que que era, “tá, me mostra”, ela pegava meu telefone, ela abria o Mercado Livre, achava o produto perfeito, como um adulto, sabe? Ela sabia fazer a compra, sabia escolher. Então tinha muito essa questão assim de que é fácil. Na cabecinha deles era, é isso, é fácil, é um clique, é rápido, então era muito simples.” (S1)

Assim, é possível perceber que a familiaridade com o ambiente digital não se limita ao uso recreativo das telas, mas se estende também a práticas associadas ao consumo. Tal narrativa dialoga com o argumento de Lunardi (2021), ao indicar que a hiperconectividade reconfigura precocemente a forma como crianças interagem com o mercado, reduzindo barreiras entre brincar, consumir e decidir. Além disso, o acesso aos jogos digitais ocorre, em muitos casos, em contextos de supervisão limitada ou intermitente. Os dados sugerem que a presença constante de dispositivos no ambiente doméstico, aliada às demandas cotidianas das famílias,

contribui para que o uso das tecnologias seja incorporado como estratégia de entretenimento e gestão do tempo. Muitos foram os relatos sobre deixar jogar um pouco mais, pois passa o dia inteiro na escola ou porque está de férias, como, por exemplo, a narrativa de M3:

> “(...) Eu acho que nas férias é muito complicado, porque a gente trabalha o dia inteiro, eu moro num apartamento que não tem área de lazer, não tem piscina. A criança vai ficar fazendo o quê dentro de casa? A minha filha brinca de boneca, de casinha. Mas e ele? Jogou a bola, me quebrou o vidro da sacada, já mingou minhas plantas, já estão todas capengas, entendeu? Então, assim, não tem muita opção. Eu acho que hoje em dia os pais acabam permitindo que fique mais tempo nas telas por conta disso. É uma opinião que eu tenho.” (M3)

Esses achados revelam que a antecipação do acesso às telas, somada a naturalização desse acesso no cotidiano familiar, acabam sendo tratados como algo normal nas famílias, sendo percebido como parte esperada do próprio desenvolvimento nos dias atuais (Lunardi, 2021; Miragem, 2023). Todavia, tal prática identificada como recorrente é totalmente oposta às recomendações da Organização Mundial da Saúde - OMS[10] que recomenda zero exposição a telas (TV, celular, tablet) para crianças com menos de 2 anos. Para crianças de 2 a 5 anos, o limite é de no máximo 1 hora por dia de atividades passivas, com supervisão, priorizando conteúdos educativos. O foco é garantir tempo para sono, atividade física e interação humana. Para crianças acima de 5 anos e adolescentes: A OMS, alinhada às diretrizes como as do Guia Sobre Uso de Aparelhos Eletrônicos, do Governo Federal, recomenda limitar o tempo de tela para no máximo 2 a 3 horas diárias, evitando uso antes de dormir.

Nesse sentido, práticas como “dar o celular para não incomodar” ou permitir o uso prolongado sem acompanhamento aparecem como elementos que ampliam a autonomia das crianças no ambiente digital, ainda que sem o desenvolvimento equivalente de mediação mais severa ou crítica. Outro aspecto relevante refere-se à percepção de que o crescimento do acesso precoce não é episódico, mas estrutural e progressivo, ou seja, as recomendações da OMS não são seguidas pela sociedade. Esse descompasso entre as recomendações institucionais e as práticas cotidianas das famílias revela um paradoxo relevante no contexto do consumo digital infantil. Embora existam diretrizes amplamente difundidas, fundamentadas em evidências científicas sobre os impactos negativos do uso excessivo de telas (como

[10] https://brasil.un.org/pt-br/82988-oms-divulga-recomendacoes-sobre-uso-de-aparelhos-eletronicos-por-criancas-de-ate-5-anos

prejuízos ao desenvolvimento cognitivo, à regulação emocional e à qualidade das interações sociais), observa-se que tais orientações não se traduzem, de forma efetiva, nas práticas parentais.

Esse cenário pode ser compreendido à luz das lacunas informacionais e das limitações na mediação parental, uma vez que os responsáveis, ainda que reconheçam potenciais riscos, enfrentam dificuldades em operacionalizar limites consistentes em um ambiente digital que é atrativo, acessível e socialmente legitimado (Marques; Mucelin, 2022; Helsper; Veltri; Livingstone, 2024). Além disso, conforme propõe Fineman (2017), a vulnerabilidade extrapola às características individuais, sendo produzida e intensificada por estruturas sociais e institucionais, o que implica reconhecer que o não cumprimento das recomendações decorre das condições estruturais que moldam e limitam essas decisões no cotidiano e de escolhas parentais.

Ainda sobre o acesso cada vez mais precoce das crianças às telas, a participante D4, destaca, deixando claro que o fenômeno acompanha a própria evolução da indústria e das tecnologias digitais:

> “(...) Hoje em dia, todas as crianças já nascem sabendo, praticamente, arrastar a tela *(do celular)* para cima. Então, eu acho que tem, sim, um aumento. E a tendência é aumentar mais crianças e adolescentes das novas gerações no consumo de jogos, de forma geral. Seja online, seja, enfim, offline.” (D4)

Por fim, observa-se que esse acesso precoce não se limita à dimensão tecnológica, constituindo a base sobre a qual se estruturam práticas futuras de engajamento e consumo. Ao ingressarem no ambiente digital desde idades iniciais, as crianças passam a se familiarizar com suas lógicas, linguagens e dinâmicas, inclusive de consumo, o que contribui para a naturalização dessas experiências ao longo do tempo (Miragem, 2023).

Na sequência, apresenta-se a subcategoria denominada “Influências no comportamento de consumo de jogos digitais online”, o qual examina os elementos que condicionam o uso e o consumo nesses ambientes, abrangendo fatores sociais, familiares e mercadológicos, bem como características do design dos jogos, que favorecem o engajamento e estimulam práticas de consumo.

4.2.2 Influências no comportamento de consumo de jogos digitais online

A inserção precoce das crianças nos jogos digitais online não ocorre de forma isolada, está imersa em um conjunto de influências sociais e familiares que moldam tanto o uso quanto às práticas de consumo nesses ambientes. Conforme discutido no referencial teórico, o consumo digital contemporâneo se desenvolve em contextos de conectividade permanente, nos quais as interações sociais passam a ocorrer de forma mediada por plataformas digitais, redefinindo dinâmicas de pertencimento, reconhecimento e tomada de decisão (Lunardi, 2021). Nesse cenário, os jogos digitais assumem papel que ultrapassa o entretenimento, configurando-se como espaços de socialização e construção de identidade (Livingstone; Stoilova; Nandagiri, 2019).

Os dados empíricos evidenciam que o comportamento de consumo nos jogos é fortemente influenciado pelos pares, especialmente por meio de processos de comparação social e da busca por pertencimento. A participação em grupos de amigos que jogam aparece como um elemento central para o engajamento, como expressa um dos relatos de M3: *"(...) ele tem um grupo dos colegas dele que também jogam."*. Essa dimensão coletiva do jogo é reforçada pela transformação das formas tradicionais de interação, sendo substituídas por conexões mediadas pelas plataformas digitais, como indicado na fala de S1: *"(...) E ao mesmo tempo tá muito na moda os jogos, porque os amigos já não vão mais pra casa uns dos outros pra jogar. É cada um na sua casa jogando o mesmo jogo."*. Esse movimento está alinhado à literatura que aponta a centralidade das comunidades virtuais na experiência dos jogos online, transformando-os em espaços de interação social contínua (Zanotto, 2024; Toyama; Ferratti; Côrtes, 2020).

Nesse contexto, o consumo dentro dos jogos se articula diretamente com essas dinâmicas sociais. A aquisição de itens virtuais, como roupas, skins ou acessórios, assume valor simbólico vinculado à participação em grupos e à construção de status. Como destacado pela participante S3:

> "(...) até essa questão das compras também eu sinto que é uma coisa que acaba incentivando, no sentido de, por exemplo, o coleguinha comprou uma roupinha, que tem um avatar, e aí o coleguinha falou que é muito legal. Aí tu precisa comprar porque tu quer ter também o mesmo avatar que o colega tem, ou se tu tem vários colegas que compram recorrentemente dentro de um jogo e tu não compra, tu também se sente excluído. Então, óbvio que tu vai querer comprar também para poder participar daquela conversa. Nesse sentido os jogos acabam incentivando muito que permaneça sempre esse

> ciclo de tu estar sempre ali, de tu querer sempre jogar, de tu querer sempre comprar, participar dessas coisas (...).”

Pelo relato, é possível perceber que o consumo é motivado pela necessidade de pertencimento e reconhecimento. Esse ponto dialoga com a literatura que aponta que os ambientes digitais reconfiguram a percepção de valor e de posse, tornando bens virtuais socialmente significativos (Lunardi, 2021; Lischer *et al.*, 2022).

Além disso, observa-se que a ausência ou interrupção da participação nesses ambientes pode gerar sentimentos de exclusão social. A fala de S3 exemplifica muito bem:

> “(...) próprio fato de ser online, de tu poder jogar com os colegas, eles fazem ligação, eles ficam jogando enquanto conversam. Isso acaba incentivando para que eles fiquem mais tempo ali, e também essa questão de que são pessoas que jogam juntos e conversam enquanto jogam, a pessoa que não tá jogando vai sentir que tá perdendo alguma coisa, que ela precisa estar ali para se incluir naquele meio também. Então quando a mãe proíbe de jogar porque precisa fazer o dever de casa, mas os outros colegas estão jogando, ele vai se sentir excluído por não estar ali junto naquele meio, então ele vai querer sempre participar e sempre estar ali junto (...).”(S1)

Esse relato revela que o engajamento nos jogos digitais está associado à manutenção de vínculos sociais, reforçando a ideia de que o consumo não é apenas uma escolha individual, mas uma prática socialmente condicionada. Esse aspecto se aproxima da compreensão de que o consumo digital infantil está inserido em dinâmicas coletivas que influenciam comportamentos e decisões, especialmente em contextos de vulnerabilidade relacional (King *et al.*, 2019).

Paralelamente, o contexto familiar também exerce influência significativa nesse processo. Os dados indicam que práticas parentais, muitas vezes orientadas por dinâmicas do cotidiano, podem favorecer o acesso e o engajamento nos jogos digitais. Situações como a disponibilização de dispositivos para entretenimento ou como estratégia de mediação de conflitos aparecem nas falas. Esse tipo de prática contribui para a intensificação do uso e, consequentemente, para a ampliação das oportunidades de consumo no ambiente digital, especialmente em contextos nos quais há limitação de supervisão ou compreensão dos mecanismos envolvidos (Hyde; Cartwright, 2023).

Além disso, o comportamento dos próprios responsáveis também atua como referência para as crianças, seja pelo uso frequente de dispositivos, seja pela normalização da presença constante das tecnologias no cotidiano, como observado na fala de S1:

> “A gente até vê aquela queixa de “ah, meu filho não sai do celular”, mas aí tu observa os pais. Eles também não saem. Às vezes, até pra vir aqui conversar sobre o filho, dá uma olhadinha no celular, né? Não consegue ficar uma hora conversando olho no olho sem mexer no celular.” (S1)

Esse aspecto reforça a ideia de que o ambiente familiar regula e modela práticas digitais, influenciando a forma como crianças percebem e utilizam essas tecnologias, especialmente em um contexto atual de hiperconectividade (Lunardi, 2021).

Por fim, destaca-se que fatores estruturais do contexto familiar, como disponibilidade de tempo, atenção e suporte, também interferem nos padrões de uso. Conforme narrado pelos entrevistados, às vezes os jogos podem assumir funções que extrapolam o entretenimento, ocupando espaços de socialização, reconhecimento e até validação pessoal. Essa dimensão é sintetizada na fala de S1, sobre o que faz eles ficarem tanto tempo disponíveis nos jogos: *“Porque lá no jogo eu sou alguém, no jogo eu importo, no jogo eu tenho uma credibilidade. Pois, se tu joga bem tu vai ficando com uma fama. E em casa, muitas vezes não é reconhecido por nada (...).*”, que evidencia o papel dos jogos na construção de identidade no ambiente digital, especialmente em contextos de formação da identidade digital infantil (Livingstone; Stoilova; Nandagiri, 2019).

Dessa forma, as influências sociais e familiares configuram-se como elementos centrais na compreensão do comportamento de consumo de jogos digitais online, atuando de maneira interdependente na formação de padrões de uso, engajamento e valorização simbólica do consumo. Essas dinâmicas evidenciam que o consumo digital infantil não pode ser compreendido de forma isolada, mas como resultado de interações sociais e contextos relacionais que atribuem significado às práticas de consumo no ambiente dos jogos digitais, reforçando a complexidade desse fenômeno no cenário contemporâneo (Lemmens; Weergang, 2023).

Diante do exposto, observa-se que o comportamento de consumo nos jogos digitais online não se configura como uma prática individual isolada, mas como um fenômeno socialmente construído, atravessado por relações de pertencimento, reconhecimento e mediações familiares. Portanto, compreender essas influências permite avançar para uma análise mais aprofundada das próprias estruturas que sustentam essas interações. Isso porque tais comportamentos não emergem de forma espontânea, mas são potencializados pelas características dos ambientes digitais nos quais ocorrem. Assim, torna-se necessário examinar como os jogos

online, enquanto sistemas estruturados de interação, organizam relações sociais, incentivam a permanência dos usuários e moldam experiências coletivas. É a partir dessa perspectiva que se desenvolve a próxima subcategoria, dedicada à análise da estrutura e dinâmica social dos jogos online.

4.2.3 Arquitetura dos jogos digitais e suas implicações no comportamento de consumo infantojuvenil

A compreensão do comportamento de consumo nos jogos digitais online exige avançar para além das influências individuais, alcançando a própria estrutura dos ambientes em que essas práticas se desenvolvem .Isso porque os jogos online se configuram como ambientes estruturados por mecanismos de interação, progressão e monetização, que organizam a experiência do usuário e influenciam comportamentos e formas de participação (Lischer *et al.*, 2022). De acordo com Lunardi (2021), a evolução dos jogos digitais, especialmente a partir da consolidação dos modelos online, transformou essas plataformas em espaços sociais complexos, nos quais interação, permanência e consumo se encontram profundamente integrados.

Sob essa perspectiva, observa-se que os jogos operam como verdadeiros ecossistemas sociais, nos quais a interação entre jogadores é constantemente estimulada por mecânicas específicas, como partidas em grupo, comunicação em tempo real e eventos coletivos. A organização dessas dinâmicas pode ser percebida na fala de M2: *“Ele fica no WhatsApp, com o celular do lado, escutando os amigos enquanto joga no tablet.”.*, evidenciando que a experiência de jogo se estrutura como um espaço híbrido, no qual interação social e atividade lúdica ocorrem simultaneamente e em vários aparelhos eletrônicos. Além disso, a presença de eventos programados reforça essa lógica de coordenação coletiva, como indicado no relato de M1: *“E esse jogo está tendo eventos. Então, eles marcam o horário do evento e eles têm que estar jogando nesse horário (...)”.*, o que revela que a participação não é apenas espontânea, pois passa por uma organização prévia e planejada, onde os mecanismos dos jogos sincronizam os jogadores e intensificam sua presença no ambiente digital.

Esse aspecto dialoga com a literatura que compreende os jogos digitais como ambientes de socialização contínua, nos quais as relações interpessoais são mediadas por sistemas digitais que operam em tempo real (Livingstone; Stoilova;

Nandagiri, 2019). Diferentemente de formas tradicionais de interação, esses espaços não apresentam fronteiras claramente delimitadas entre jogo, comunicação e convivência, contribuindo para um aumento no tempo de permanência e para a diluição de limites entre diferentes esferas da vida cotidiana.

Além disso, a estrutura dos jogos online é organizada de modo a incentivar a recorrência e a continuidade da participação. Elementos como recompensas progressivas, progressão por níveis e sistemas de desafio operam como mecanismos que mantêm o usuário constantemente engajado. Esse funcionamento é percebido pelos próprios participantes, como na fala de S1:

> “(...) no momento que tu passa de nível, que tu derrota o boss, que é o chefão lá do jogo, tu vai ter recompensas com isso. Então, quanto mais tu joga, mais tu vai subindo teu nível, mais poderes tu vai tendo e melhor tu vai ficando e tu vai desbloquear mais recompensas com isso.” (S1)

A narrativa indica que a lógica de avanço no jogo está diretamente associada a sistemas de recompensa que reforçam o retorno contínuo. Conforme apontam Lemmens e Weergang (2023), tais estratégias fazem parte de um modelo de negócio que transforma o jogo em um serviço permanente, no qual a experiência nunca se encerra, mas se renova continuamente.

Essa organização estrutural também impacta diretamente a forma como o consumo se insere na experiência de jogo. Ao integrar sistemas de recompensa, progressão e personalização, os jogos tornam o consumo parte funcional da dinâmica social, e não um elemento externo a ela. Isso pode ser observado na percepção dos próprios participantes, ao afirmarem que determinadas práticas de compra “fazem parte do jogo”, evidenciando que a distinção entre jogar e consumir se torna difusa. Nesse sentido, a aquisição de itens virtuais, moedas ou recursos adicionais não é percebida como uma decisão isolada de consumo, mas como uma extensão natural da própria experiência (Livingstone; Stoilova; Nandagiri, 2019).

Além disso, os mecanismos de monetização são estruturados de forma a incentivar práticas recorrentes e, muitas vezes, impulsivas de consumo. As falas de alguns entrevistados, deixam claro que o sistemas baseados em recompensas incertas, reforçam o engajamento e ampliam a frequência ou a vontade por compras. Do mesmo modo, a recorrência dessas práticas aparece quando se observa que a maioria dos pais e mães entrevistados, dizem que seus filhos pedem dinheiro para gastar nos jogos, como presente de aniversário. Tal narrativa indica que o consumo passa a ser incorporado à lógica do jogo, às práticas cotidianas e às formas de

valorização atribuídas pelos próprios jogadores infantojuvenis (Lemmens; Weergang, 2023).

Outro elemento relevante refere-se às facilidades estruturais que sustentam essas dinâmicas de consumo. Interfaces simplificadas, sistemas de pagamento integrados e a vinculação de cartões aos dispositivos reduzem as barreiras para a realização de compras, favorecendo sua execução de forma rápida e pouco refletida, extrapolando o controle dos responsáveis, em um contexto marcado por assimetrias informacionais e por arquiteturas digitais que reduzem as barreiras ao consumo (Marques; Mucelin, 2022; Lischer *et al.*, 2022). Tais elementos reforçam a existência de um ambiente que combina estímulos constantes com baixa resistência para o consumo. Essa situação ficou nítida ao perceber que todos os entrevistados pais e mães já tiveram experiências com compras realizadas por seus filhos, seja com ou sem autorização. A maioria dos entrevistados, já conversou e seus filhos entendem que não podem consumir sem autorização, no entanto, reconhecem que se não houvesse um controle parental mais rígido, o consumo seria maior, o que evidencia os limites da mediação parental frente a ambientes digitais complexos (Chávez-Fernández Postigo, 2023; Helsper; Veltri; Livingstone, 2024).

Por fim, observa-se que essas dinâmicas estruturais contribuem para a construção de identidades no ambiente digital. Ao possibilitar progressão, personalização e reconhecimento dentro do jogo, esses sistemas oferecem aos usuários formas de validação simbólica, como já indicado na percepção de S1, de que, dentro do jogo, o indivíduo “é alguém” e possui reconhecimento. Nesse sentido, os jogos digitais organizam interações e produzem espaços nos quais pertencimento, status e identidade são continuamente negociados (Livingstone; Stoilova; Nandagiri, 2019).

Dessa forma, a estrutura e a dinâmica social dos jogos online demonstram que o engajamento e o consumo não são só resultados de escolhas individuais, mas de arquiteturas digitais orientadas à permanência, interação e monetização. Esse cenário reforça a necessidade de compreender o consumo digital infantil sob uma perspectiva estrutural, em que as próprias características dos sistemas influenciam os comportamentos observados. Nesse sentido, tais dinâmicas ultrapassam o ambiente digital, produzindo efeitos que incidem diretamente sobre diferentes dimensões da vida de crianças e adolescentes, especialmente nos planos comportamental, cognitivo, emocional e social.

A partir dessas estruturas e dinâmicas sociais dos jogos digitais online, observa-se que seus efeitos ultrapassam o ambiente virtual, incidindo diretamente sobre dimensões psicológicas, sociais e econômicas da vida de crianças e adolescentes. Isso porque tais ambientes organizam as formas de interação e consumo, além de influenciar nos comportamentos, rotinas e processos de tomada de decisão. Nesse sentido, as implicações observadas resultam da interação entre características estruturais dos jogos, condições de uso e limitações próprias do desenvolvimento infantojuvenil.

No plano comportamental, observa-se que o uso intensivo dos jogos digitais está associado a dificuldades de autorregulação e à reorganização das rotinas cotidianas. Os relatos evidenciam padrões de uso prolongado, como no caso de M2: *“Ele joga bastante, né. Ele joga em torno de umas seis horas por dia, até mais, às vezes. Eu tenho que estar cortando, porque senão ele vai até tarde jogando.”*, ou ainda situações como as relatadas por M1: *“Aí acaba ficando no celular até a hora de dormir. Chega em casa e começa, vai até a hora de dormir jogando. Se deixar, só fica no celular”.* As narrativas indicam que a permanência nesses ambientes tende a se sobrepor a outras atividades. Esse cenário dialoga com a literatura que aponta que sistemas baseados em recompensas e progressão contínua podem favorecer padrões de uso compulsivo, especialmente em indivíduos em fase de desenvolvimento (Brooks; Clark, 2023; King *et al.*, 2019).

Essa dificuldade de interrupção também se manifesta nas tentativas de mediação parental, frequentemente marcadas por resistência e negociação. Expressões que a maioria dos pais usou, como, por exemplo, “só mais um pouquinho” ou “me dá mais dez minutinhos” revelam que o uso prolongado dificulta a desvinculação do ambiente digital. Tais elementos indicam que o vínculo estabelecido com o jogo assume contornos de dependência comportamental, ainda que em diferentes níveis de intensidade.

No âmbito cognitivo e emocional, os dados evidenciam impactos relacionados à frustração, irritabilidade e dificuldade de lidar com perdas ou limites. Conforme relatado por M2: *“(...) Noto que eles se frustram muito quando perdem. Ficam irritados, reativos, ainda não têm maturidade para lidar com o perder”*, o que demonstra que as experiências no jogo refletem diretamente nas respostas emocionais fora dele. Esse aspecto pode ser compreendido à luz das características do desenvolvimento infantojuvenil, marcado por menor capacidade de

autorregulação emocional, o que amplia a sensibilidade a estímulos intensos e recompensas imediatas (Wang, 2020). Além disso, observa-se que os jogos digitais também assumem função de regulação emocional, sendo utilizados como estratégia para lidar com estresse, frustração ou outras demandas do cotidiano. Embora essa função possa ter efeitos momentaneamente positivos, sua recorrência tende a reforçar padrões de uso dependente, especialmente quando não acompanhada de outras estratégias de enfrentamento.

No plano social, as implicações se manifestam tanto na reorganização das formas de interação quanto em uma possível redução de vínculos presenciais. Os dados indicam que o uso intensivo dos jogos pode favorecer o isolamento, como relatado por todos os profissionais da saúde mental entrevistados. A principal queixa das famílias, é, de fato, o isolamento da criança e do adolescente, como vemos em um dos relatos de S2: *“Então a queixa maior por parte dos familiares é o isolamento. Ai, essa menina fica só dentro do quarto jogando, passa o dia jogada no sofá jogando, não quer fazer nada, não ajuda em nada, não estuda (...).”* . Essa narrativa específica, evidencia um deslocamento das interações para o ambiente digital. Ao mesmo tempo, essas plataformas também funcionam como espaços centrais de socialização, criando uma tensão entre conexão digital e afastamento do convívio offline, o que reforça a complexidade do fenômeno (Livingstone; Stoilova; Nandagiri, 2019).

Dessa forma, as implicações relacionadas ao consumo de jogos digitais online evidenciam um conjunto de efeitos interdependentes que atravessam diferentes dimensões da vida de crianças e adolescentes. Tais efeitos não podem ser compreendidos de forma isolada, pois são o resultado de um ambiente digital estruturado para maximizar engajamento e consumo, operando sobre sujeitos em condição de desenvolvimento e, portanto, em situação de maior vulnerabilidade.

Esse conjunto de evidências reforça a necessidade de deslocar a análise do plano estritamente comportamental para uma compreensão mais ampla, que considere as responsabilidades dos diferentes atores envolvidos, especialmente na esfera de proteção da criança e do adolescente, enquanto consumidores. É a partir dessa perspectiva que se torna possível avançar para a análise das vulnerabilidades associadas ao consumo em jogos digitais online, explorando como essas fragilidades se manifestam e são potencializadas no contexto dessas interações.

4.3 VULNERABILIDADE NO CONSUMO EM JOGOS DIGITAIS ONLINE

Esta categoria busca discutir as distintas vulnerabilidades imbricadas nas relações de consumo estabelecidas no ambiente dos jogos digitais online.

As evidências advindas das entrevistas, indicam que essas vulnerabilidades se manifestam de forma interdependente, abrangendo aspectos cognitivos, psicológicos, sociais, jurídicos, financeiros e econômicos, expondo um cenário complexo em que limitações de compreensão, estratégias persuasivas das plataformas, insuficiência jurídica, assim como dificuldades de mediação adulta se articulam na produção de riscos no consumo digital infantojuvenil.

Nesse contexto, as vulnerabilidades identificadas foram agrupadas em três eixos analíticos principais: (i) vulnerabilidades cognitivas e psicológicas, relacionadas às limitações de compreensão, autorregulação e impactos emocionais; (ii) vulnerabilidades jurídicas e sociais, associadas à exposição a riscos e à condição de hipervulnerabilidade do consumidor infantojuvenil; e (iii) vulnerabilidades financeiras e econômicas, vinculadas à dificuldade de compreensão do valor monetário e às dinâmicas de consumo invisibilizadas nos ambientes gamificados.

4.3.1 Vulnerabilidade Cognitiva e Psicológica

As vulnerabilidades cognitivas e psicológicas emergem, nos dados analisados, como um dos eixos centrais na compreensão das fragilidades associadas ao consumo de jogos digitais por crianças e adolescentes. Observa-se que tais vulnerabilidades estão diretamente relacionadas às limitações no desenvolvimento cognitivo e à imaturidade emocional característica desse público, o que compromete sua capacidade de autorregulação, julgamento e tomada de decisão no ambiente digital (Helsper; Veltri; Livingstone, 2024).

Os relatos dos diferentes respondentes realçam que o uso intensivo dos jogos digitais interferem na organização da rotina e no desempenho de atividades cotidianas, especialmente aquelas relacionadas ao contexto escolar. Inclusive, com priorização dos jogos em detrimento de outras responsabilidades, o que demonstra a dificuldade de controle comportamental, muito por conta de sua imaturidade (Fineman, 2017; Chávez-Fernández Postigo, 2023). Conforme apontado pela participante S3, as crianças se sentem perdidas caso não joguem:

> “Querer estar sempre jogando. Não quer fazer dever de casa. Não quer estudar pra prova. Não quer fazer tarefas em casa. Porque quer jogar. Quando ele não joga, ele sente que está perdendo alguma coisa. Que ele está perdendo aquela relação com os colegas.” (S3)

Além disso, foram identificados impactos físicos e comportamentais associados à exposição prolongada aos ambientes digitais, como alterações no sono e sintomas físicos decorrentes do excesso de exposição às telas. Um dos relatos da entrevistada M1, aponta que *“ele estava acordando seis horas da manhã para jogar… começou a dar dor de cabeça, dor na nuca (...) Aí eu tirei, falei: não, chega, está demais.*”. O relato evidencia que o consumo já estrutura a rotina da criança, indo muito além do entretenimento. Adicionalmente, diferentes narrativas dos responsáveis explicitam a ocorrência de reações de irritabilidade, comportamentos opositores e episódios de resistência por parte das crianças, especialmente em situações de interrupção do tempo de jogo ou diante da negativa de aquisição de itens no ambiente digital.

Os achados deste estudo dialogam com a literatura que compreende a vulnerabilidade do consumidor como um fenômeno multifacetado e intensificado em contextos de menor capacidade de julgamento e autonomia. Conforme discutido por Baker, Gentry e Rittenburg (2005), a vulnerabilidade do consumidor está associada a condições que limitam a capacidade de consumo consciente e informado, sendo particularmente acentuada em grupos como crianças e adolescentes. No mesmo sentido, a perspectiva da vulnerabilidade proposta por Helsper, Veltri e Livingstone, (2024), está diretamente relacionada às limitações cognitivas e à imaturidade emocional desse público.

No ambiente dos jogos digitais, essas vulnerabilidades são potencializadas por estruturas que incentivam a permanência prolongada e o engajamento contínuo. Os relatos indicam que elementos como recompensas, progressão e estímulos constantes contribuem para padrões de uso intensivo, frequentemente associados a comportamentos compulsivos. Além disso, os ganhos dentro dos jogos impactam as estruturas neurais das pessoas, como a produção de dopamina, por exemplo (Zack; George; Clark, 2020; Brooks; Clark, 2023). Nesse sentido, S2 destaca um tema que torna evidente a relação entre design dos jogos e padrões de comportamento dos usuários:

> “A questão da dopamina torna a criança e o adolescente mais suscetível, porque tu tem um ganho ali, no momento que tu passa de nível, que tu

> derrotar o ‘boss’, que é o chefão do jogo, tu vai ter recompensas com isso. Então, quanto mais tu joga, mais tu vai subindo teu nível, mais poderes tu vai tendo e melhor tu vai ficando e tu vai desbloquear recompensas com isso. Então essa sensação de que tu tá completando algo, de que tu tá regulação fazendo algo, sabe, é uma coisa que leva eles muito pra esse mundo dos jogos e que tem uma tendência maior a viciar, porque o jogo online não tem fim.” (S1)

Outro aspecto relevante refere-se à desregulação emocional associada às experiências no jogo. As narrativas indicam baixa tolerância à frustração e reações emocionais intensas diante de perdas ou dificuldades no ambiente digital, como expresso no relato de S2:

> “Chegam ao consultório irritados. E aí tu vai ver o que é a função do jogo. Dizem, ah, hoje eu tô irritado, hoje meu humor não tá bom. Tu pergunta como é que ele tá, né? E aí tu vai ver a função do jogo. E aí, sabe, essa separação da fantasia e da realidade entra em choque. E às vezes tu vai ver que o paciente tá falando de algo do mundo virtual ali. Não é da realidade dele, não é uma situação real que tá causando aquela irritabilidade. É aquilo trazido pelo jogo. Que passa, assim, de certa forma, a ser a realidade deles também, né?” (S2)

De acordo com a fala da M4, as crianças e adolescentes ainda não têm maturidade para lidar com a derrota dentro dos jogos: *“Eu noto que eles se frustram muito quando perdem. Ficam irritados, reativos, ainda não têm maturidade para lidar com o perder” (M4).* Essa dinâmica sugere que os jogos também operam como espaços de gestão emocional, sendo frequentemente utilizados como mecanismos de escape ou regulação de estados emocionais negativos (Soares Filho *et al.*, 2023; Pinheiro; Lopes, 2024).

Do mesmo modo que as vulnerabilidades cognitivas e psicológicas impactam as crianças e adolescentes, igualmente envolvem os próprios adultos responsáveis, que demonstram dificuldades em compreender as dinâmicas de funcionamento dos jogos e suas estratégias de monetização. Esse fato, é corroborado por estudos que indicam que crianças e adolescentes possuem menor capacidade crítica para julgar riscos e distinguir estratégias persuasivas de marketing (Miragem, 2023; Lemos; Pereira, 2018), todavia, os próprios adultos também apresentam dificuldades, inclusive por conta da evolução tecnológica e da dificuldade com a interface das plataformas.

No mesmo sentido, conforme relatado por M4, quando questionada se sabia o motivo de seu filho fazer compras dentro dos jogos, respondeu: *“É para melhorar dentro do jogo, eu acho. Incrementar o boneco, colocar alguma coisa a mais para deixar melhor*” (M4). Já a respondente M3 narra: *“Eu não sei. Eu nunca perguntei*

isso diretamente pra ele. Mas eu entendo que é pra se tornar mais interessante o jogo. Pra ter mais desafios, pra mudar também, pra não ficar sempre a mesma coisa, né?"

Apenas dois dos respondentes pais, ao serem questionados o motivo dos filhos quererem comprar, responderam efetivamente que sabiam a motivação para as aquisições dentro do jogo, como é o caso de M1, que narrou ser *"para ganhar mais coisas, subir de nível, ficar mais forte no jogo. Sempre tem alguma vantagem."*. Já P6 disse:

> "Sim, é pra comprar bônus, comprar coisas que possibilitem ele passar pra outras fases, ou ficar além, eu não sei usar a terminologia dos jogos, mas ficar num nível acima, passar de fase, e adiante, sabe?" (P6)

Essas narrativas atestam uma assimetria informacional que compromete a mediação do consumo digital infantil, ao expor os limites da atuação parental frente a um ambiente digital complexo e estruturado por estratégias de consumo que escapam à compreensão cotidiana dos responsáveis (Chávez-Fernández Postigo, 2023). Tudo isso aliado ao fato de que o mercado está cada vez mais preparado para levar o consumidor a ter o desejo pela compra. De acordo com Miragem (2023), sendo o consumidor vulnerável, a estratégia persuasiva se torna mais eficaz.

As evidências corroboram que as vulnerabilidades cognitivas e psicológicas constituem um elemento estruturante das práticas de consumo de jogos digitais por crianças e adolescentes, manifestando-se por meio de limitações na autorregulação, na compreensão dos mecanismos de consumo e na gestão emocional frente às dinâmicas dos jogos. Tais fragilidades são potencializadas por ambientes digitais desenhados para maximizar o engajamento e o consumo, o que intensifica a suscetibilidade desse público às estratégias mercadológicas.

No entanto, a análise também revela que essas vulnerabilidades vão além da dimensão individual, uma vez que se articulam com fatores mais amplos, relacionados às condições sociais de interação no ambiente digital e à própria condição jurídica de hipervulnerabilidade do consumidor infantojuvenil. Assim, torna-se relevante avançar na compreensão das vulnerabilidades sob as perspectivas jurídica e social, a fim de analisar como esses sujeitos se inserem em relações de consumo marcadas por desequilíbrio de poder, exposição a riscos e limitações de proteção nos jogos digitais online.

4.3.2 Vulnerabilidade Jurídica e Social

Esta categoria busca evidenciar os achados concernentes às vulnerabilidades jurídicas e sociais identificadas no decorrer da análise dos dados. O consumo de jogos digitais por crianças e adolescentes se insere em um contexto permeado por interações complexas, nesse cenário, os jogos digitais configuram-se como ambientes sociais ampliados, nos quais crianças e adolescentes estabelecem interações com múltiplos atores, frequentemente sem a plena compreensão dos riscos e implicações envolvidos.

Nesse contexto relacional ampliado, um dos elementos centrais que estrutura essas interações é a presença de ferramentas de comunicação direta entre usuários. Salienta-se que, segundo os sites oficiais dos jogos e plataformas, praticamente todos os ambientes digitais de entretenimento disponibilizam funcionalidades de chat, tanto em plataformas de jogos, como Roblox e Minecraft, quanto em redes sociais, tais como Instagram, YouTube (exceto na versão Kids) e TikTok. A ferramenta de chat permite que os usuários se comuniquem de maneira direta e contínua, reduzindo distâncias e ampliando a sensação de proximidade entre as partes envolvidas, ao passo que eleva a vulnerabilidade infantojuvenil, pois não é possível ter certeza com quem se está interagindo, do outro lado da tela.

Um dos problemas identificados, aparece nos relatos acerca das situações de exposição a interações potencialmente perigosas, incluindo contato com desconhecidos, práticas de bullying e até tentativas de aliciamento no ambiente digital. Conforme apontado pela participante S2: *“(...) Porque eles têm um falso amigo, digamos assim, muitas vezes, nos jogos online. Às vezes não sabem nem com quem estão conversando.”*, a narrativa confirma a fragilidade na percepção de risco e na capacidade de proteção nesses espaços. Ademais, em situações mais críticas, observa-se a presença de dinâmicas abusivas, como relatado por S1:

> “Se tu me mandar uma foto íntima, eu compro pra ti a armadura, né? Pago alguma coisa lá no jogo. Se tu fizer tal coisa pra mim. Por quê? Porque tem adultos por trás também. E que, por saberem que aqui não é um mundo infantil, é uma área que tem muito pedófilo. A gente sabe que tem adultos se passando por criança, se passando por adolescente. Ou sendo o tio legal da partida, né? Que dá coisas pra eles, pra ganhar amizade.” (S1)

Esse tipo de narrativa elucida os riscos e a limitação na capacidade de reconhecimento das dinâmicas sociais do ambiente digital, em que a identidade dos interlocutores não é clara e é potencialmente manipulável. Ao afirmar que “às vezes

não sabe com quem está falando do outro lado", o participante fala sobre uma conjuntura em que a interação digital ocorre sob condições de incerteza, ampliando a vulnerabilidade social das crianças e adolescentes (Fineman, 2017; Kennedy; Jones; Williams, 2019).

No entanto, a partir da implementação do Eca Digital, no caso específico do Roblox, observa-se a incorporação de mecanismos de moderação e controle voltados à proteção infantojuvenil. Atualmente, a plataforma permite comunicação por texto e voz, com recursos de segurança baseados na idade informada ao realizar o cadastro inicial e aceite dos termos de uso. A partir de janeiro de 2026, tendo em vista a adequação da plataforma à Lei 15.211/2025 (Eca Digital), foram implementadas restrições mais rigorosas, incluindo a exigência de verificação etária por meio de câmera (reconhecimento facial) ou documento (Brasil, 2025). Agora, então, o chat é desativado por padrão para menores de 9 anos e apresenta limitações para usuários menores de 13 anos, com o objetivo de segmentar as interações por faixa etária e ampliar a segurança, condicionando, ainda, determinadas funcionalidades ao consentimento dos responsáveis[11].

Jogadores menores de 13 anos, por exemplo, possuem restrições adicionais, podendo interagir apenas com usuários de faixas etárias semelhantes e mediante autorização parental. Segundo o próprio site da plataforma Roblox, na seção "Ajuda"[12]:

> " (...) O Chat de Experiência permite que os usuários se comuniquem com outros usuários na mesma experiência, terminando assim que você sai da experiência. Os usuários precisam passar por uma verificação de idade para acessar o Chat de Experiência (...)".

Apesar desses avanços no desenho institucional das plataformas, os dados da pesquisa indicam que tais mecanismos não são, por si só, suficientes para mitigar os riscos inerentes a esses ambientes. Isso porque a efetividade dessas medidas depende da sua existência formal e da capacidade de compreensão, mediação e acompanhamento por parte dos responsáveis, o que, conforme evidenciado nas narrativas analisadas, encontra limites significativos.

Inclusive, foram unânimes as respostas no sentido de que os menores utilizavam o aplicativo WhatsApp para se comunicarem também, através de ligações ou chats, como uma "alternativa" ao sistema de bloqueio do chat. De acordo com o

[11] https://en.help.roblox.com/hc/pt-br/articles/203313520-Chat-de-Experiência
[12] https://en.help.roblox.com/hc/pt-br/articles/203313520-Chat-de-Experiência

relato de M1: *“Ele liga pelo WhatsApp, põe no viva-voz e fica jogando.”*, no mesmo sentido, M2 narra: *“Ele fica no WhatsApp, com o celular do lado, escutando os amigos enquanto joga no tablet.”*. Já, alguns pais optam por fazerem um controle mais intensificado, chegando a pesquisar depois se a conversa acontece mesmo só com os amigos, como é o caso de P6:

> “Ele geralmente liga pelo WhatsApp. O que eu até prefiro, né? Porque aí eu estou sempre controlando, pergunto com quem tu está falando, quem ligou. E eu seguido monitoro o tablet, para ver com quem ele falou, dou uma leve pesquisada ali para ver se são amigos mesmo, se são números conhecidos.”

Além dos destaques, as demais narrativas reforçam que a vulnerabilidade no consumo digital infantojuvenil extrapola as práticas de compra, alcançando também a inserção em ambientes sociais digitais que potencializam riscos à integridade psicológica, social e, em determinados casos, física de crianças e adolescentes. Nessa perspectiva, a vulnerabilidade assume um caráter relacional e estrutural, conforme proposto por Fineman (2017), ao ressaltar que os riscos decorrem das condições institucionais e sociais em que os sujeitos estão inseridos.

Observa-se que os jogos online operam como espaços de socialização, nos quais pertencimento, reconhecimento e status são continuamente negociados, intensificando pressões por participação, consumo e permanência. Tal dinâmica aproxima-se do que Baker; Gentry; Rittenburg (2005) já indicavam ao tratar da vulnerabilidade como resultado de contextos de mercado que exploram desequilíbrios, aqui ampliados por lógicas de interação social mediadas por plataformas digitais. Nesse cenário, a participação nos jogos se configura como uma prática social necessária à integração em grupos de pares, muito mais que apenas entretenimento. Inclusive, em alguns relatos, mães disseram que seus filhos se sentem importantes nos jogos, por se sentirem bons em alguma coisa, como é o caso de M1:

> “(...) Ele tem muito disso, que ele é bom no jogo e ele se destaca ali entre os amiguinhos. Então ele gosta disso. Ele gosta de estar sempre jogando e ganhando essas coisas e participando desses eventos para ele poder estar sempre em destaque. Ele gosta de jogar futebol, mas ele não é muito bom, por exemplo. Ele não se destaca em outra atividade física. Então ele se destaca nisso. Então eu acho que é aquele sentimento assim: nisso eu sou bom. E quanto mais ele joga, mais ele ganha coisa e mais ele passa de nível. E isso vai aumentando essa sensação nele de “eu sou bom nisso”. Então quando você sente prazer em fazer uma coisa e vê que dá certo, você quer sempre fazer. E eu acho que isso acaba refletindo neles.” (M1)

Dessa forma, a mediação parental passa a ser tensionada por fatores que extrapolam decisões individuais, sendo atravessada por normas implícitas dos grupos sociais, expectativas de pertencimento, interesses de crianças e adolescentes, dinâmicas de exclusão e pelas próprias características dos ambientes digitais. Nesse contexto, observa-se que os desafios relacionados à supervisão e ao controle parental extrapolam o âmbito das escolhas familiares, uma vez que são moldados pelas interações e pelas estruturas que organizam as experiências digitais contemporâneas (Livingstone; Stoilova; Nandagiri, 2019). Além disso, considerando as limitações cognitivas e emocionais características desse público, tais elementos podem ampliar a exposição a riscos e dificultar processos de mediação e proteção, evidenciando a necessidade de respostas que ultrapassem o âmbito individual, atingindo as dimensões sociais e relacionais envolvidas (Helsper; Veltri; Livingstone, 2024).

Para além da exposição a riscos nas interações digitais, os relatos mostram a condição de hipervulnerabilidade jurídica das crianças e adolescentes no contexto do consumo em jogos digitais, até pelo fato de serem considerados vulneráveis diante da lei, como aduz o CDC (Pinheiro; Lopes, 2024). Essa condição decorre tanto da incapacidade civil desses sujeitos, como das limitações cognitivas e informacionais que dificultam a compreensão das relações de consumo estabelecidas no ambiente digital. Como destacado pela participante D5:

> “(...) o problema não é o jogo em si, mas é a ausência de limite nesse jogo, de mediação adulta, de política clara de proteção para as crianças e para os adolescentes. Hoje no ambiente digital,o conflito é muito agressivo, e as crianças não têm maturidade jurídica nem psicológica para lidar sozinha com isso. Então, são hipervulneráveis. Os jogos têm mecanismos muitas vezes de recompensa, de estímulo, tem algumas técnicas que a gente sabe que se assemelham às vezes a jogos de aposta, enfim, isso pode gerar algum tipo de dependência no consumo, algum prejuízo emocional, impactos no rendimento escolar, impacto financeiro para a família. E a gente sabe também que o uso excessivo pode gerar algum tipo de dano para o desenvolvimento da criança. Existem estudos médicos, enfim, que comprovam que o excesso de telas pode trazer um dano irreversível depois e também gerar ansiedade.” (D5)

Essa constatação encontra respaldo na doutrina consumerista, especialmente em Miragem (2023), ao afirmar que a vulnerabilidade é princípio estruturante do direito do consumidor, sendo intensificada em relação a determinados grupos, como crianças e adolescentes, cuja condição demanda proteção jurídica reforçada. A noção de hipervulnerabilidade deixa claro que tais sujeitos participam de relações de

consumo em condições significativamente desiguais, marcadas por assimetrias informacionais e técnicas.

Além disso, verifica-se que o ambiente digital dos jogos apresenta desafios adicionais à proteção jurídica tradicional, uma vez que as práticas de consumo estão frequentemente incorporadas às dinâmicas do jogo, dificultando a identificação clara da relação de consumo. Conforme discutido por Lemos e Pereira (2018), a regulação do consumo digital infantil enfrenta obstáculos decorrentes da rápida evolução tecnológica, da complexidade das plataformas e da dificuldade de aplicação das normas existentes em ambientes digitais altamente dinâmicos. Tais desafios são evidentes nos dados empíricos, que revelam a fragilidade dos mecanismos de controle e a insuficiência da proteção percebida pelos participantes. Muitas vezes por mero desconhecimento, como é o caso dos pais.

Diante desse panorama, emerge a necessidade de atualização e fortalecimento dos mecanismos de proteção jurídica voltados ao ambiente digital, especialmente no que se refere à infância. Iniciativas recentes, como a discussão em torno do chamado ECA Digital, sinalizam a tentativa de adaptação do ordenamento jurídico às novas dinâmicas de proteção de crianças e adolescentes no ambiente online. Ainda em fase de efetiva consolidação, tal iniciativa reflete o reconhecimento de que os instrumentos tradicionais de proteção, que por muitos anos foram fundamentais, hoje em dia mostram-se insuficientes diante das especificidades das novas formas de consumo, inclusive, o consumo digital mediado por plataformas.

Na categoria de proteção jurídica, aborda-se o fato de que todos os pais disseram desconhecer o ECA Digital ou qualquer outra lei específica que verse sobre proteção no ambiente digital. Esse resultado pode estar relacionado a recentidade da promulgação da lei, uma vez que ocorreu no mês de setembro do ano de 2025 e as entrevistas foram realizadas entre os meses de novembro de 2025 e fevereiro de 2026. A lei do ECA Digital, teve grande auxílio externo, pois evoluiu através de uma denúncia do influenciador digital Felca, sobre a exposição de crianças em redes sociais, que teve grande repercussão na mídia tradicional e na internet, como um todo. Embora apelidada de Eca Digital ou “Lei Felca”, a lei é fruto de um processo legislativo para atualizar o Estatuto da Criança e do Adolescente para o ambiente online.

De acordo com Silva e Pessoa (2024), a crescente sofisticação dos sistemas digitais impõe novos desafios regulatórios, especialmente no que se refere à transparência, à previsibilidade e ao controle das interações mediadas por tecnologia. No contexto dos jogos digitais, essas dinâmicas se traduzem em ambientes que operam por meio de lógica obscura e personalizada, dificultando ainda mais a compreensão e a proteção dos consumidores infantojuvenis. Assim, a lei veio suprir uma lacuna importante e significativa diante das vulnerabilidades das crianças e adolescentes, associadas às transformações tecnológicas, aos sistemas algorítmicos e à própria inteligência artificial. Tendo em vista que a promulgação da Lei 15.211/2025, ainda é muito recente, não é possível compreender se ela por si só dará conta de fazer frente aos desafios contemporâneos relacionados às dinâmicas que operam nos ambientes digitais.

Desse modo, a análise demonstra que as vulnerabilidades jurídicas e sociais no consumo de jogos digitais online se configuram como fenômenos estruturais, atravessados por desigualdades de informação, fragilidades nos mecanismos de regulação e limitações na capacidade de acompanhamento por parte dos responsáveis. A inserção de crianças e adolescentes em ambientes digitais interativos, caracterizados por relações sociais ampliadas e mediadas por sistemas pouco transparentes, os expõe a riscos que na maioria das vezes não são plenamente compreendidos nem por eles, nem pelos adultos responsáveis que deveriam orientá-los (Hyde; Cartwright, 2023). Essa condição é intensificada pela hipervulnerabilidade jurídica do consumidor infantojuvenil, somada aos desafios enfrentados pelo ordenamento jurídico para responder às especificidades das dinâmicas digitais contemporâneas.

Constata-se que tais fragilidades se manifestam nas próprias práticas de consumo, especialmente no que se refere à compreensão do valor monetário, às dinâmicas de pagamento e à pouca visibilidade das transações em ambientes gamificados, além de atingirem as interações sociais e o campo normativo. Assim, é basilar seguir para a análise da vulnerabilidade econômica, buscando compreender como essas questões se materializam nas práticas financeiras associadas ao consumo de jogos digitais.

4.3.3 Vulnerabilidade Financeira e Econômica

A presente subcategoria tem o propósito de discutir as vulnerabilidades financeiras e econômicas imbricadas ao consumo em jogos digitais. Os resultados do estudo ressaltam que o consumo em jogos digitais por crianças e adolescentes se desenvolve em um contexto marcado pela dificuldade de compreensão do valor monetário e pela baixa percepção das práticas de compra realizadas no ambiente digital. Tais práticas nem sempre são reconhecidas como atos de consumo propriamente ditos, sendo frequentemente percebidas como extensões da experiência de jogo, o que contribui para sua naturalização (Signal *et al.*, 2024).

As narrativas indicam que a realização de compras ocorre, frequentemente, sem a plena consciência de suas consequências econômicas, especialmente em contextos nos quais há facilidade de acesso a meios de pagamento, como no caso de cartões previamente cadastrados. Conforme destacado pela participante S1:

> “Aí vem a questão de comprar, tem muitos que conseguem, pedem pros pais, explicam o que eles vão comprar. Mas tem muitos que só pegam o cartão da mãe, entra no jogo com o celular e compra, e ela só vai ficar sabendo no final do mês, quando vier na fatura aquela compra, e olhe lá, dependendo do valor. Isso é uma coisa que vejo como muito prejudicial sobre aplicativos.” (S1)

O aspecto de ter o prévio cadastro de cartão de crédito, muitas vezes obrigatório na própria conta da loja de aplicativos do celular, mesmo que para liberar jogos gratuítos, evidencia a facilidade de acesso às transações e a dissociação entre o ato de consumir e a percepção de seus efeitos financeiros. Além da facilidade de acesso aos meios de pagamento, tem-se a ausência de mecanismos efetivos de controle que ampliam a possibilidade de ocorrência de prejuízos econômicos, que frequentemente se materializam no âmbito familiar.

Constata-se isso, também, a partir do relato da M1, quando perguntada se seu filho já fez uma compra nos jogos digitais online sem autorização:

> “Uma vez ele fez uma compra sem autorização, o meu cartão ficou ali e ele só clicou. Já estava o cartão cadastrado. Aí quando eu vi, recebi a notificação da compra. Depois eu tirei o cartão. A gente conversou e ele aprendeu que tem que pedir. Mas se alguém fala que vai dar um presente, ele já fala: me dá no jogo.” (M1)

A facilidade de realização de compras, inclusive em situações sem autorização dos responsáveis, evidencia limitações na compreensão, por parte das crianças, acerca dos limites financeiros e da correspondência entre os valores

despendidos no ambiente digital e o dinheiro real, em que pese os respondentes digam que crianças e adolescentes entendem essa diferença.

De acordo com o relato da M3, seu filho entende a questão financeira, uma vez que já escolheu presente de natal em créditos nos jogos, ao invés de um "presente físico":

> "Então, agora, no último ano, a gente reduziu bastante. Porque eu lembro que no Natal do ano passado, um ano atrás, ele me pediu uma oferta. Que era, tipo, R$ 400,00. E aí, eu via ele jogar com outro colega, um amiguinho. E aí, para eles estarem mais ou menos no mesmo nível, ele queria também, porque o colega tinha ganho. E eu dei para ele no Natal. (...) Então, a gente conversou com ele e explicou que não tem essa de estar gastando valores significativos e nem com frequência. Porque isso vai instigar ele a jogar cada vez mais. Vai virar um vício, né? Porque a gente sabe que esses jogos, eles liberam a endorfina, serotonina. Dá aquela questão do prazer momentâneo, do bem-estar, né? Então, é uma coisa que vicia." (M3)

Percebe-se, ainda, que as transações econômicas são incorporadas à lógica lúdica dos jogos digitais, dificultando sua identificação como práticas de mercado. O que muitas vezes é visto como forma de entretenimento, está inserido na órbita do consumo. Do ponto de vista teórico, essa realidade reforça a compreensão da vulnerabilidade do consumidor como um fenômeno que se intensifica em contextos de menor capacidade de avaliação crítica e de maior complexidade das relações de consumo (Lemmens; Weergang, 2023).

Essa característica de hibridização entre lógica lúdica e lógica mercadológica contribui para a naturalização das práticas de consumo no ambiente digital, dificultando seu reconhecimento como transações econômicas propriamente ditas, que transformam o consumo em parte integrante da experiência do jogo, inclusive, muitas vezes confundindo o usuário por conta da interface (Baker; Gentry; Rittenburg, 2005), ainda que alguns respondentes tenham relatado que crianças e adolescentes entendem essa diferença. Tal dinâmica pode ser observada no relato de S1:

> "(...) Se tu for olhar o que é o Tigrinho: ele tem uma interface muito agradável pro público jovem, porque é literalmente um tigrinho, um bichinho ali com uma roleta, é divertido. E eles fazem parecer que é um jogo, só que esse jogo custa dinheiro. Eu já soube de casos, de serem relatados aqui na cidade, em escolas, que as crianças, antes dessa proibição dos celulares que teve agora esse ano, de apostarem em sala de aula. A brincadeira era apostar no Tigrinho, para ver quem ia ganhar" (S1)

O relato deixa claro que a estética e o design das plataformas contribuem para obscurecer a dimensão econômica das interações, fazendo com que a simulação de brincadeira seja usada como subterfúgio para que o público siga

jogando e as plataformas sigam lucrando. Além disso, a própria invisibilidade do consumo no ambiente gamificado dificulta seu reconhecimento como prática econômica. Conforme observado, determinados jogos apresentam interfaces que “parecem um jogo”, mas operam com lógicas semelhantes a sistemas de aposta ou consumo contínuo, o que reduz a percepção de risco e amplia a suscetibilidade dos usuários, especialmente entre crianças e adolescentes, que apresentam limitações cognitivas para compreender sistemas abstratos de valor, como moedas virtuais e microtransações, dificultando, portanto, seu reconhecimento como ato econômico (Baker; Gentry; Rittenburg, 2005; Miragem, 2023). Essa característica assevera a ideia de que o consumo digital infantil ocorre em um ambiente marcado por diferenças informacionais e baixa transparência (Marques; Mucelin, 2022).

No caso do consumo infantil, tais dificuldades são agravadas pela mediação tecnológica das relações de consumo, que introduz sistemas abstratos de valor, como as já citadas moedas virtuais, e, também, os mecanismos de pagamento simplificados. Nesse sentido, Lemos e Pereira (2018) destacam que o consumo digital impõe desafios específicos à proteção do consumidor. Por exemplo, um dos problemas é a questão do consumo impulsivo tanto em jogos digitais online como em plataformas de apostas, que pode ser corroborado, pelo ponto de vista da entrevistada S3:

> “Eu tenho um paciente específico que comenta bastante que ele pede, inclusive, de presente de aniversário, dinheiro para gastar no jogo, ou ele pede alguma coisa específica que tem para comprar. Compras que tu faz de roupinha, essas coisas dos personagens. Esse paciente gasta bastante com isso (...) Eu não acho que eles entendam tanto o motivo.” (S3)

Os dados também ressaltam que esses comportamentos de compra podem resultar em despesas econômicas concretas para as famílias, especialmente quando associadas ao uso não autorizado de recursos financeiros. A grande maioria dos entrevistados relatou não ter passado por nenhuma situação de endividamento especificamente, no entanto, alguns conheciam casos de alguma criança tivesse comprado, sem a autorização parental, o que gerou prejuízo às famílias.

Como por exemplo, a fala de M3:

> “Eu estava em Santiago no Natal, e aí tem o filho do meu primo, que vai fazer 12 anos em abril, ele é um ano mais que o meu filho. O meu primo deu um cartão pra ele, ensinou ele a fazer pix, mas no sentido de dar mais autonomia, de ir ensinando pra ele as coisas. Só que eu acho que eles não monitoravam. Porque aí ele fez uma compra de R$ 180,00, e depois, um

> dia, na conta dele lá, ele chegou a gastar R$ 400,00. E aí, como a cidade que o meu primo mora é uma cidadezinha (do interior), uma cidade que tem uma agência só desse banco, todo mundo se conhece, e o meu primo é brigadiano. Aí a moça que trabalha no banco se deu conta, porque era conhecida deles e viu o débito. Ela ligou pra ele e falou, fulano, tu tá sabendo, tem um débito aqui na conta de R$ 400,00 que o fulaninho fez. E eu acho que ela viu que era jogos. Aí ele falou, não, não tô sabendo. Bom, aí ele ficou de castigo, né? Ficou um mês sem poder jogar, sem pegar tablet.” (M3)

A fala evidencia que a ampliação da autonomia financeira no ambiente digital, quando desacompanhada de mecanismos de supervisão e educação para o consumo, pode ampliar a exposição de crianças e adolescentes a gastos não planejados. Sob essa perspectiva, a integração entre meios de pagamento simplificados e ambientes digitais reduz a materialidade do consumo, tornando o ato de gastar menos perceptível e favorecendo decisões impulsivas. Assim, o consumo deixa de ser percebido como uma transação econômica explícita e passa a ser incorporado à própria experiência do jogo, dificultando a compreensão do valor monetário envolvido e ampliando vulnerabilidades econômicas e informacionais nesse contexto (Miragem, 2023; Lischer et al., 2022).

E, em que pese nenhum dos respondentes tenha se endividado por conta de jogos digitais online, quando perguntados se as crianças e adolescentes entendiam que as compras realizadas se tratavam de dinheiro real (valores pequenos ou exorbitantes), todos responderam que sim, que as crianças compreendem o valor monetário das “moedas virtuais”. Portanto, mesmo com divergência entre estudos apresentados e os dados coletados, observa-se que a vulnerabilidade econômica se estende ao núcleo familiar, que passa a arcar com as consequências financeiras dessas práticas, muitas vezes apenas percebidas posteriormente, no momento da cobrança (Baker; Gentry; Rittenburg, 2005).

A análise das vulnerabilidades financeiras e econômicas enfatizam que o consumo de jogos digitais por crianças e adolescentes ocorre em um contexto marcado pela diluição das fronteiras entre entretenimento e transação econômica, no qual práticas de consumo são incorporadas à lógica do jogo e, por isso, tendem a não ser reconhecidas como tais. Essa característica, associada à mediação tecnológica das relações de consumo e à utilização de sistemas abstratos de valor, contribui para a redução da percepção dos efeitos financeiros das decisões tomadas no ambiente digital.

Percebe-se, portanto, que as vulnerabilidades financeira e econômica se articulam com as dimensões cognitivas, psicológicas e jurídico-sociais anteriormente analisadas, indicando que o consumo digital infantojuvenil se estrutura a partir de múltiplas fragilidades interdependentes. A análise das vulnerabilidades no consumo em jogos digitais online demonstra que crianças e adolescentes participam de relações de consumo marcadas por limitações de compreensão, inserção em ambientes digitais complexos e dificuldades no entendimento das dinâmicas econômicas envolvidas. Tais fragilidades estendem-se aos responsáveis, que enfrentam desafios na compreensão, no acompanhamento e na orientação dessas práticas.

Diante disso, torna-se necessário avançar para a análise das tensões e estratégias de mediação parental, a fim de compreender como pais e responsáveis buscam regular e proteger o consumo digital infantojuvenil, bem como os limites e conflitos que emergem nesse processo no ambiente digital.

4.4 TENSÕES E ESTRATÉGIAS DE MEDIAÇÃO PARENTAL E PROTEÇÃO NO AMBIENTE DIGITAL

A análise das tensões e estratégias de mediação parental no consumo digital infantojuvenil demonstra que a atuação dos pais se desenvolve em um ambiente marcado por desafios, negociações e limitações, decorrentes das características dos ambientes digitais, bem como das condições concretas de acompanhamento familiar. Em cenários de hiperconectividade e crescente complexidade das plataformas digitais, a mediação parental passa a ocorrer sob condições de assimetria informacional e de dificuldade de compreensão dos mecanismos de engajamento e monetização presentes nesses ambientes (Hyde; Cartwright, 2023; Lunardi, 2021).

Nessa conjuntura, a mediação se configura como uma prática dinâmica, atravessada por tentativas de regulação, conflitos cotidianos e percepções ambivalentes sobre o uso dos jogos digitais. Além disso, considerando que a vulnerabilidade no consumo digital infantojuvenil possui caráter relacional e estrutural, conforme proposto por Fineman (2017), a atuação parental se insere em um cenário mais amplo, que envolve múltiplos atores e responsabilidades. Diante disso, esta categoria foi organizada em duas subcategorias: a primeira, dedicada à análise das estratégias, tensões e limites da mediação parental no cotidiano. Já a

segunda volta-se à compreensão das ambivalências presentes na proteção parental, especialmente no que se refere às percepções sobre riscos, benefícios e responsabilidades no consumo digital infantojuvenil.

4.4.1 Mediação parental do consumo digital: estratégias, tensões e limites

A mediação parental do consumo digital infantojuvenil configura-se como um processo complexo, dinâmico e frequentemente tensionado, que ultrapassa a simples imposição de regras ou restrições de uso. Essas estratégias emergem em um contexto previamente marcado por múltiplas vulnerabilidades, nas quais limitações cognitivas, emocionais e informacionais das crianças e adolescentes se articulam com as dificuldades dos próprios responsáveis em compreender e acompanhar as dinâmicas do ambiente digital. Nesse cenário, o papel dos responsáveis passa a envolver a interpretação, negociação e acompanhamento das práticas de consumo, além da regulação do uso. Conforme argumentam Hyde e Cartwright (2023), a mediação parental ocorre sob condições de assimetria informacional, nas quais os adultos nem sempre compreendem plenamente os mecanismos de funcionamento, engajamento e monetização dos jogos digitais.

Os dados empíricos evidenciam que os pais e mães adotam diferentes estratégias na tentativa de conduzir o uso e o consumo nos jogos, incluindo o estabelecimento de rotinas, o uso de ferramentas de monitoramento e a orientação direta sobre riscos. Relatos do P6, como: *“Eu tenho um aplicativo de controle do tempo dos jogos.”* ou, ainda como de M2, que diz: *“Eu uso aplicativo para autorizar downloads, limitar tempo, mas ele sempre pede para desbloquear.”*, indicam a incorporação de recursos tecnológicos como forma de acompanhamento e restrição. Essas práticas refletem uma tentativa de adaptação às especificidades do ambiente digital, no qual formas tradicionais de supervisão se mostram insuficientes diante da autonomia operacional das crianças.

Entretanto, tais estratégias se revelam, muitas vezes, limitadas ou inconsistentes quando confrontadas com as dinâmicas do cotidiano. Percebe-se isso, a partir das falas de P6 e M1 :

> “Ele sempre quer ficar mais. Agora ele já não discute, porque o aplicativo bloqueia na hora, ou ele diz, papai, me dá mais dez minutinhos. Geralmente é de uma forma bem educada, amistosa. Mas já aconteceu dele se insurgir e ficar furioso.” (P6)

> “Eu sempre falo que vou colocar regras. Às vezes dá certo, às vezes não dá. Por exemplo, no tempo de tela, eu falo: vai assistir só duas horas por dia. Aí quando vê, no dia a dia, na rotina, ele já ultrapassou.” (M1)

As narrativas evidenciam a dificuldade de manutenção contínua das regras estabelecidas, indicando que o acompanhamento do uso dos jogos digitais não ocorre em condições ideais, mas ocorre sob influência de fatores como rotina de trabalho, cansaço, múltiplas demandas familiares e ausência de suporte. Tais achados indicam que determinadas circunstâncias levam à flexibilização das restrições impostas, especialmente em situações de doença, exaustão ou necessidade de lidar com demandas imediatas do cotidiano, nas quais os responsáveis permitem um tempo maior de uso dos jogos digitais.

Esse movimento evidencia um caráter pragmático da mediação parental, na medida em que os jogos digitais passam a ser utilizados como recurso para administrar a rotina familiar, funcionando, muitas vezes, como mecanismo de regulação da rotina, distração ou compensação emocional. Tal cenário revela uma ambivalência implícita: ao mesmo tempo em que os responsáveis reconhecem os possíveis riscos associados ao uso excessivo, recorrem ao próprio ambiente digital como estratégia de gerenciamento dos desafios concretos de aplicação e fiscalização. Além disso, a limitação na capacidade de acompanhamento aparece como um fator recorrente diante da complexidade e da constante mutação dos ambientes digitais. Esse contexto dialoga com Lunardi (2021), ao apontar que a presença contínua das tecnologias e a multiplicidade de plataformas tornam o acompanhamento integral praticamente inviável, deslocando a mediação para um campo marcado por incertezas, negociações e adaptações permanentes.

Além disso, observa-se que o processo de mediação é permeado por negociações constantes entre responsáveis e crianças, frequentemente acompanhadas de resistência e contestação. Em alguns casos, os próprios pais relatam sentir-se deslocados por adotarem práticas mais restritivas, como demonstra a fala de P6:

> “Eu percebo que esse comportamento mais restritivo que eu adoto, é como se a gente ficasse meio alienígena nessa história, (...) a gente acaba sendo taxado de chato. Mas eu digo para os meus filhos: eu sou o chato, eu quero ser o chato, porque depois vocês vão me agradecer.” (P6)

Narrativas como a de P6 revelam o desgaste associado à tentativa de regulação, indicando que essa supervisão envolve decisões racionais e dimensões afetivas e relacionais. Nesse sentido, a condução do uso dos jogos digitais insere-se

em um campo de tensões, no qual se confrontam, de um lado, as preocupações parentais relacionadas à proteção e, de outro, o desejo de autonomia, interação e pertencimento das crianças e adolescentes, elementos que permeiam suas experiências nos ambientes digitais (Livingstone; Stoilova; Nandagiri, 2019).

Paralelamente, outro elemento identificado nos dados refere-se à capacidade das próprias crianças e adolescentes de contornar, negociar ou transgredir as restrições impostas pelos responsáveis. Situações como as relatadas por S3: *"Já atendi paciente que falava pra mãe que ia se deitar, esperava a mãe dormir e ia jogar. E aí ficava na madrugada jogando"*, evidenciam que o acompanhamento do consumo digital não ocorre de forma unilateral, mas envolve respostas ativas por parte dos usuários mais jovens, que desenvolvem estratégias para manter o acesso aos jogos mesmo diante das limitações estabelecidas. Esse achado evidencia que crianças e adolescentes atuam de forma ativa na negociação e manutenção de suas práticas digitais (Livingstone; Stoilova; Nandagiri, 2019).

Esse cenário demonstra que a atuação parental deve ser compreendida como uma prática situada, marcada por tensões, inconsistências e ajustes contínuos, afastando a ideia de um controle linear ou plenamente eficaz. Embora relevantes, as estratégias adotadas mostram-se frequentemente insuficientes diante de ambientes digitais estruturados para maximizar o engajamento, a permanência e a recorrência de acesso, reduzindo a capacidade efetiva de intervenção dos responsáveis, especialmente em contextos permeados por mecanismos de interação e monetização contínua (Lischer *et al.*, 2022). Assim, a mediação parental configura-se como um campo de negociação permanente, no qual regras, limites e práticas são constantemente redefinidos, flexibilizados e, em alguns casos, transgredidos.

Frente a essas evidências, compreender a mediação parental a partir de suas estratégias, tensões e limites permite evidenciar o papel central da família na regulação do consumo digital infantil, sem desconsiderar as contradições que permeiam esse processo. As evidências analisadas indicam que a proteção no ambiente digital é condicionada por fatores estruturais, sociais e tecnológicos mais amplos, ou seja, não dependem exclusivamente da atuação individual dos responsáveis. Nesse contexto, torna-se evidente que a atuação parental, embora indispensável, opera em condições de desequilíbrio frente às lógicas que organizam os ambientes digitais contemporâneos, especialmente diante das vulnerabilidades e

assimetrias que caracterizam as relações de consumo envolvendo crianças e adolescentes (Miragem, 2023; Helsper; Veltri; Livingstone, 2024).

4.4.2 Proteção parental e ambivalências no consumo digital infantojuvenil

A análise da proteção parental no consumo digital infantojuvenil torna nítido que a atuação dos responsáveis se orienta por posições e percepções ambivalentes que refletem a complexidade do próprio ambiente digital. Se, por um lado, os jogos digitais são reconhecidos como espaços que demandam regulação e vigilância, por outro, também são percebidos como ambientes que oferecem benefícios, como socialização, entretenimento e, em alguns casos, desenvolvimento de habilidades. Essa dualidade destaca as práticas parentais e contribui para a construção de estratégias de proteção marcadas por contradições.

O que aparece nos dados é que os entrevistados reconhecem a centralidade da família na condução e proteção do consumo digital. As narrativas deixam claro a percepção de que o núcleo familiar ocupa posição central na definição de regras, orientação e acompanhamento das práticas digitais. Esse entendimento dialoga com a literatura que aponta a família como principal instância de mediação no consumo infantil, especialmente em contextos nos quais os mecanismos institucionais ainda se mostram insuficientes (Hyde; Cartwright, 2023).

Entretanto, essa centralidade convive com incertezas e limitações concretas. O reconhecimento de que os pais não conseguem ter esse controle mostra uma consciência dos próprios limites da atuação parental, indicando que a responsabilidade atribuída à família nem sempre é acompanhada de condições efetivas para seu real e pleno exercício. Esse cenário escancara uma tensão entre expectativa e capacidade, na qual os responsáveis são chamados a proteger, mas operam em um ambiente que frequentemente escapa à sua compreensão e controle.

Além disso, observa-se que os jogos digitais são percebidos de forma ambivalente no cotidiano familiar, uma vez que ao mesmo tempo em que são associados a riscos, também são reconhecidos como espaços de interação social e, em determinados contextos, como ferramentas potencialmente positivas. Relatos como de M1, onde diz que a mãe de um colega de seu filho joga com eles para conhecer mais sobre os jogos, por exemplo:

> “Tem a mãe de um coleguinha dele. O que ela fez? Ela também, nessa coisa de ficar supervisionando, ela fez uma conta no jogo e ela joga. E joga com o filho. Tipo assim: ‘eu estou aqui, mas não estou invadindo, estou jogando, estou me divertindo contigo’. Ela fala que fez isso para ficar de olho.” (M1)

Essas estratégias indicam tentativas de aproximação ao universo digital das crianças, caracterizando formas mais participativas de mediação, nas quais o acompanhamento ocorre por meio da inserção dos responsáveis nos próprios ambientes digitais, aproximando-se do que Livingstone, Stoilova e Nandagiri (2019) apontam como práticas relacionais de mediação.

Essa ambivalência também se manifesta na compreensão dos jogos como recurso de apoio em contextos específicos, como a terapia, por exemplo. A ideia de que determinadas práticas digitais podem ser utilizadas em contextos educativos ou terapêuticos, como apontado no relato de S2:

> “Inclusive tem jogos que são utilizados na terapia. Por exemplo, tem jogos com criação de situações mais realistas, mais perto da realidade, que eles trazem. ‘Ah, porque no jogo aconteceu isso, olha isso, olha a cena desse jogo, olha o cenário aqui’. Então eles trazem, eu sento aqui ao lado deles e eles mostram o celular e a gente vai conversando sobre aquilo ali. Essa é uma forma positiva de ver o jogo. Por que tu tá jogando isso? Por que isso te prende? Por que isso te satisfaz? Então esse é o lado positivo que eu vejo nos jogos.” (S2)

A narrativa evidencia que os jogos podem ser compreendidos não só como fonte de risco. Ao contrário, são reconhecidos como ferramentas que, dependendo do contexto e da forma de utilização, podem contribuir para processos de aprendizagem, expressão ou regulação emocional. Nessa perspectiva, as experiências digitais de crianças e adolescentes ultrapassam as dimensões negativas, favorecendo processos de interação, construção de significados e desenvolvimento em diferentes contextos (Livingstone; Stoilova; Nandagiri, 2019).

Contudo, essa coexistência de percepções positivas e negativas contribui para a construção de práticas de proteção inconsistentes ou oscilantes. Os responsáveis transitam entre momentos de maior restrição e outros de maior permissividade, buscando equilibrar proteção e autonomia, sem que haja, necessariamente, parâmetros claros para essa condução. Essa dinâmica reforça a ideia de que a mediação parental se desenvolve em um campo de incerteza, no qual decisões são constantemente ajustadas em função das circunstâncias e das respostas das próprias crianças.

Inclusive, é possível ver que a questão do limite também enfrenta uma contradição, considerando a fala da participante M3, que afirma:

> “Eu não tenho controle, sabe? Eu sempre tentei meio que mediar, então isso é uma coisa assim que mais me deixa reflexiva no sentido de: mas até que ponto eu tenho que dar limite? Será que é problema? Será que ele tá viciado? Será que tu já tá causando algum dano? Então isso me marcou um pouco, porque eu fiquei meio que assim, sem entender né. (...) Então, não sei, pra mim é o que mais chama atenção nesse assunto é isso. Qual é o limite? Eu sei que o limite saudável não é tu passar horas ali, mas assim, será que o fato de tu querer comprar um jogo a cada dois, três meses é tão nocivo, até que ponto é nocivo?” (M3)

Esse relato mostra que a definição de limites no uso e consumo de jogos digitais é marcada por incertezas, ausência de parâmetros claros e tensionamentos no exercício da parentalidade, tornando-se um processo permeado por dúvidas e negociações constantes. A dificuldade da participante M3 em identificar “até que ponto é nocivo” demonstra que os pais operam em um cenário de ambiguidade, no qual os critérios de uso saudável e consumo problemático não são facilmente distinguíveis. Ao mesmo tempo que os pais não têm claro quais os limites, existe uma orientação e recomendação internacional da Organização Mundial da Saúde, que, com base em estudos científicos e evidências, diz qual o tempo indicado de uso de telas (em geral, não apenas jogos), conforme faixas etárias, que não gera danos ao público infantojuvenil. Contudo, os achados sugerem que tais orientações parecem não integrar plenamente as práticas cotidianas das famílias, seja pelo desconhecimento, pela dificuldade de aplicação ou pela flexibilização desses parâmetros no cotidiano (Hyde; Cartwright, 2023)

Ao mesmo tempo em que parte dos pais demonstram incertezas sobre os limites considerados saudáveis para o uso e consumo digital, observa-se o surgimento de iniciativas e movimentos sociais que buscam justamente estabelecer parâmetros de proteção e retardar a exposição precoce de crianças e adolescentes aos ambientes digitais. Entre esses exemplos destaca-se o Movimento Desconecta[13], iniciativa brasileira que propõe o adiamento do acesso a smartphones e redes sociais, defendendo a construção de acordos coletivos entre famílias e escolas como forma de reduzir a pressão social associada ao uso precoce de dispositivos digitais (Movimento Desconecta, 2026). A proposta parte do reconhecimento de que a proteção digital depende de ações coletivas voltadas à

[13] https://movimentodesconecta.com.br/

preservação do desenvolvimento cognitivo, emocional e social infantojuvenil. Essas iniciativas evidenciam um movimento mais amplo de construção de referências coletivas para a proteção digital infantojuvenil.

Em sentido semelhante, o Guia Crianças, adolescentes e telas: usos de dispositivos digitais, elaborado pelo Governo Federal, reforça a necessidade de promoção do bem-estar digital e recomenda a adoção de estratégias compartilhadas entre famílias, escolas, Estado e plataformas digitais, reconhecendo que a proteção de crianças e adolescentes exige ações articuladas e mecanismos de mediação adequados às diferentes etapas do desenvolvimento (Brasil, 2025). O documento também destaca que o desenho das plataformas e dos dispositivos pode favorecer padrões prolongados de uso e intensificar desafios relacionados à supervisão parental e à autorregulação infantojuvenil.

Outro aspecto relevante refere-se à compreensão de que a proteção no ambiente digital não pode ser atribuída exclusivamente à família. Os dados indicam a presença de uma percepção, ainda que difusa, de que outros atores também deveriam desempenhar papel nesse processo. Relatos que mencionam a necessidade de atuação conjunta, especificamente entre escola, Estado e plataformas, mostram o reconhecimento de que a proteção exige uma lógica de governança compartilhada. Esse entendimento aproxima-se da perspectiva de que a proteção do consumo digital infantil exige a atuação articulada de diferentes atores sociais e institucionais, considerando as vulnerabilidades e assimetrias presentes nesses ambientes (Miragem, 2023; Helsper; Veltri; Livingstone, 2024)

Nesse sentido, observa-se que a proteção parental se constrói em um cenário marcado por ambivalências: entre risco e benefício, controle e autonomia, responsabilidade individual e necessidade de ação coletiva. Essas tensões refletem a complexidade de um ambiente digital que combina oportunidades e riscos de forma indissociável.

Dessa forma, a análise das ambivalências na proteção parental permite compreender que a regulação do consumo digital infantojuvenil não se resolve por meio de estratégias unidimensionais, exige abordagens que considerem simultaneamente potencialidades, riscos e as limitações concretas enfrentadas pelas famílias, bem como a participação de diferentes atores na proteção do consumo digital infantil. É a partir dessa compreensão que se torna possível avançar para a discussão sobre os mecanismos jurídicos de proteção no consumo digital de

crianças e adolescentes, considerando o papel dos diferentes atores na construção de um ambiente digital mais equilibrado e na efetivação da proteção do consumidor infantojuvenil.

4.5 PROTEÇÃO JURÍDICA NO CONSUMO DIGITAL INFANTOJUVENIL

A análise da proteção jurídica no consumo digital infantojuvenil evidencia que, embora existam marcos normativos relevantes no ordenamento jurídico brasileiro, sua aplicação no contexto dos jogos digitais online revela limitações importantes. Isso ocorre porque as dinâmicas contemporâneas de consumo digital, especialmente aquelas baseadas em monetização recorrente, coleta de dados e design persuasivo, desafiam os modelos tradicionais de regulação previstos na legislação consumerista. Conforme discutido no referencial teórico, o Código de Defesa do Consumidor, embora fundado em princípios como transparência, boa-fé e reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, foi concebido em um contexto anterior à intensificação das interações digitais, o que limita sua eficácia frente às novas práticas de mercado.

No caso de crianças e adolescentes, essa discussão torna-se ainda mais sensível em razão da condição de hipervulnerabilidade desse público, marcada por limitações cognitivas, emocionais e informacionais que dificultam a compreensão dos riscos e das dinâmicas de consumo presentes nesses ambientes (Helsper; Veltri; Livingstone, 2024). Nesse contexto, a proteção jurídica demanda respostas mais específicas e articuladas entre diferentes atores sociais e institucionais, considerando que a vulnerabilidade assume caráter relacional e estrutural (Fineman, 2017; Miragem, 2023). Assim, a análise dos dados coletados na pesquisa deixa à mostra as lacunas normativas, as dificuldades de aplicação das normas existentes e, ainda, as limitações na conscientização e no acesso à informação por parte dos próprios consumidores e responsáveis.

Diante disso, esta categoria foi organizada em duas subcategorias: a primeira, dedicada à análise das lacunas e desafios da proteção jurídica no consumo digital infantil; e a segunda, voltada às dinâmicas de governança e à atuação conjunta dos diferentes atores envolvidos na proteção dos consumidores infantojuvenis.

4.5.1 Lacunas e desafios na proteção jurídica do consumo digital infantil

A análise das lacunas e desafios na proteção jurídica do consumo digital infantil revela uma conjuntura marcada por insuficiência normativa, dificuldades de aplicação das leis existentes e baixo nível de conhecimento sobre direitos por parte dos próprios consumidores e responsáveis. Embora o ordenamento jurídico brasileiro disponha de instrumentos relevantes, como o Código de Defesa do Consumidor, o Estatuto da Criança e do Adolescente, o Marco Civil da Internet e o mais recente, ECA Digital, os dados indicam que tais mecanismos não têm sido plenamente eficazes para enfrentar as especificidades das dinâmicas de consumo nos jogos digitais online, especialmente aquelas relacionadas à monetização contínua, à coleta de dados e ao uso de estratégias persuasivas.

Um dos aspectos mais evidentes refere-se ao desconhecimento, por parte dos pais e responsáveis, acerca dos direitos, leis e mecanismos de proteção relacionados ao consumo digital infantojuvenil. Quando questionados sobre a existência de proteção jurídica para crianças e adolescentes nesse ambiente, emergiram relatos como o de M4: *“Não sei te falar, porque eu não conheço nada sobre isso. Nem sabia que existia.”*, além de percepções de insuficiência normativa, como na fala de M5: *“Não protegem. Está tudo muito solto. Faltam leis e mais informação para os pais”*. Essas percepções evidenciam baixos níveis de literacia jurídica no cotidiano das famílias, revelando dificuldades de compreensão acerca dos próprios direitos e das formas de atuação diante de possíveis práticas abusivas no ambiente digital. Tal cenário demonstra que a simples existência de normas não garante sua efetividade, especialmente quando os sujeitos que deveriam ser protegidos, ou mesmo atuar na proteção, não possuem conhecimento suficiente sobre os mecanismos jurídicos disponíveis.

Além disso, os dados indicam uma percepção recorrente de insuficiência de garantias legais no contexto digital. Afirmações como as de M4, descrita anteriormente, demonstram a sensação de ausência de regulação efetiva, reforçando a ideia de que o ambiente digital opera com menor controle quando comparado a outros contextos de consumo. Essa percepção dialoga com estudos que apontavam que a legislação consumerista brasileira carecia de dispositivos específicos voltados à proteção de crianças e adolescentes em contextos digitais, especialmente no que se refere a práticas como microtransações, loot boxes e publicidade direcionada (Santos; Silva, 2024; Lemos; Pereira, 2018).

Entretanto, observa-se que esse cenário começou a sofrer alterações recentes com a promulgação da Lei nº 15.211/2025, conhecida como ECA Digital, que passou a estabelecer mecanismos específicos voltados à proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais. A norma representa um avanço ao reconhecer os riscos inerentes às interações online e ampliar a responsabilização de diferentes atores na proteção infantojuvenil, reforçando a necessidade de estratégias articuladas diante das dinâmicas contemporâneas do consumo digital.

Apesar desse avanço normativo, a recente entrada em vigor da legislação ainda impõe desafios relacionados à implementação, fiscalização e efetividade prática das medidas previstas, especialmente diante da velocidade das transformações tecnológicas e da complexidade das dinâmicas de consumo digital. Assim, os relatos dos participantes continuam evidenciando uma percepção de fragilidade da tutela jurídica, indicando que a existência de novos dispositivos legais não elimina, de forma imediata, as assimetrias informacionais e as dificuldades enfrentadas pelas famílias na mediação do consumo digital infantojuvenil.

Outro ponto relevante refere-se à tensão entre a lógica de mercado e a proteção do consumidor sob a percepção dos entrevistados, conforme fala de D2:

> “Porque o mercado nunca vai olhar para esse lado, ele nunca vai se preocupar com a proteção, ele só vai se preocupar com o dígito. No final das contas, é o que importa. Então, eu vejo o mercado muito cruel para esse público, para crianças que são vulneráveis segundo a nossa legislação e não entendem as consequências disso.” (D2)

A fala de D2 evidencia a percepção de que as plataformas digitais operam orientadas prioritariamente por interesses econômicos, o que limita a adoção voluntária de medidas protetivas. Esse aspecto reforça a necessidade de atuação regulatória mais incisiva, especialmente em contextos nos quais o público consumidor apresenta condição de vulnerabilidade agravada, como no caso de crianças e adolescentes (Pinheiro; Lopes, 2024).

Nesse cenário, a análise das narrativas de profissionais do direito revela um elemento adicional de complexidade: a baixa mobilização jurídica diante dos problemas relacionados ao consumo digital infantil. De acordo com D2:

> “(...) Eles (pais) não sabem que podem buscar um advogado ou que podem buscar o judiciário. A gente vê chegar no judiciário quando é um caso muito extremo, mas são milhões de pequenos casos acontecendo todo dia, prejudicando famílias que, na verdade, a gente não tem números, porque

> não chega até nós, advogados e , consequentemente, não chega até o judiciário.” (D2)

A constatação de D2 mostra a invisibilidade dessas demandas no sistema de justiça. Tal situação pode ser explicada tanto pelo desconhecimento dos direitos quanto pela naturalização dessas práticas de consumo digital no cotidiano das famílias, o que reduz a percepção de lesão e, por consequência, o acionamento dos mecanismos jurídicos disponíveis. Esse cenário dialoga com a literatura que aponta que as vulnerabilidades associadas ao ambiente digital frequentemente permanecem pouco visíveis, dificultando seu reconhecimento enquanto problema jurídico e de consumo (Helsper; Veltri; Livingstone, 2024). Além disso, as assimetrias informacionais presentes nessas relações podem limitar a percepção dos próprios consumidores acerca de situações potencialmente abusivas (Miragem, 2023).

Embora o ECA Digital represente um avanço importante na construção de mecanismos específicos de proteção infantojuvenil no ambiente online, sua recente implementação ainda evidencia limitações relacionadas à fiscalização, aplicação prática e articulação entre os diferentes atores responsáveis pela proteção no ambiente digital. Ou seja, esses desafios demonstram a necessidade de respostas regulatórias mais abrangentes e integradas para a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais (Lemos; Pereira, 2018; Chávez-Fernández Postigo, 2023).

No entanto, sua aplicação prática ainda depende de articulação com outros instrumentos jurídicos, especialmente o direito do consumidor, além da criação de mecanismos concretos de fiscalização, implementação e ampla divulgação. Sob essa perspectiva, a recente entrada em vigor da norma evidencia que os avanços legislativos não eliminam de forma imediata as dificuldades enfrentadas pelas famílias e pelas próprias instituições na proteção do consumo digital infantojuvenil. Os dados também apontam limitações nos mecanismos de controle e fiscalização no ecossistema digital, especialmente no que se refere à verificação etária e à regulação de práticas comerciais. Relatos que mencionam a adoção de restrições por parte de plataformas indicam avanços pontuais, mas ainda insuficientes diante da complexidade das dinâmicas digitais (Miragem, 2023). Nesse contexto, fica claro que a proteção normativa do consumidor infantojuvenil enfrenta desafios que vão desde lacunas normativas até dificuldades práticas de aplicação e fiscalização.

Outro desafio identificado refere-se à fragmentação das responsabilidades na proteção do consumo digital infantil, decorrente da falta de alinhamento entre os diferentes atores envolvidos nesse processo, como famílias e instituições educacionais. Essa desarticulação compromete a efetividade das estratégias de proteção, indicando que a regulação do consumo digital não pode ser atribuída exclusivamente à família, mas depende de uma participação coordenada entre Estado, instituições educacionais e setor privado (Helsper; Veltri; Livingstone, 2024).

Dessa forma, a análise evidencia que a efetivação da proteção jurídica no consumo digital infantil depende da existência de normas atualizadas, bem como de sua difusão e aplicação concreta, considerando, ainda, um cenário marcado por rápidas transformações tecnológicas e diferenças nas relações de consumo. Esses elementos reforçam a necessidade de avanços regulatórios e institucionais capazes de responder às especificidades do contexto digital, especialmente no que se refere à proteção de consumidores em condição de hipervulnerabilidade, bem como indicam que tal proteção não se sustenta exclusivamente na dimensão normativa, exigindo a atuação articulada de diferentes atores sociais e institucionais. É a partir dessa perspectiva que se torna possível avançar para a análise das dinâmicas de governança na proteção dos consumidores infantojuvenis no ambiente digital.

4.5.2 Governança e proteção dos consumidores infantojuvenis

A análise das dinâmicas de governança na proteção dos consumidores infantojuvenis no ambiente digital deixa claro que a efetivação dos direitos não depende exclusivamente da atuação normativa do Estado, mas de uma articulação entre diferentes atores sociais e institucionais. Sob essa perspectiva, a proteção no consumo digital infantojuvenil se configura como um processo compartilhado, que envolve a participação da família, das instituições educacionais, do mercado e do próprio sistema de justiça. Tal perspectiva reforça a compreensão de que a vulnerabilidade, especialmente em ambientes digitais, possui caráter relacional e estrutural, demandando respostas igualmente distribuídas, conforme proposto por Fineman (2017), e alinhando-se à compreensão de que a proteção do consumidor exige atuação coordenada entre diferentes esferas (Miragem, 2023).

Entretanto, os resultados do estudo indicam que essa governança compartilhada ainda se encontra fragilizada na prática. Um dos elementos mais evidentes refere-se à baixa mobilização jurídica diante de situações envolvendo

consumo digital infantil. Conforme relatado por um dos profissionais do direito, os casos não chegam até o judiciário, mostrando que, embora os problemas sejam recorrentes, eles permanecem, em grande medida, invisíveis ao sistema de justiça. Esse cenário sugere que a ausência de judicialização não decorre da inexistência de conflitos, mas da combinação entre desconhecimento de direitos, naturalização das práticas de consumo digital, especialmente por crianças e adolescentes e dificuldades de acesso aos mecanismos de proteção, o que reforça a importância de estratégias institucionais de difusão de informação e fortalecimento do acesso à justiça (Silva; Pessoa, 2024).

Além disso, observa-se que a baixa atuação das famílias no acionamento de instrumentos jurídicos está diretamente relacionada à limitada compreensão sobre os próprios direitos. Hyde e Cartwright (2023) destacam que muitos pais não compreendem plenamente as dinâmicas de monetização e coleta de dados nos jogos digitais, o que contribui para a subestimação dos riscos e para a ausência de ação diante de práticas potencialmente abusivas. Esse contexto reforça que a proteção jurídica, para além da norma, depende da construção de capacidades sociais e informacionais que permitam o reconhecimento da violação e, aí sim, o acionamento dos mecanismos disponíveis.

No que se refere ao papel do Estado, os dados indicam a percepção de que sua atuação, embora necessária, ainda se mostra insuficiente para acompanhar a complexidade das dinâmicas digitais. A literatura também aponta que, apesar da existência de marcos normativos relevantes, como o Código de Defesa do Consumidor, tais instrumentos não foram concebidos para lidar com práticas contemporâneas como monetização contínua, design persuasivo e uso intensivo de dados comportamentais, o que limita sua eficácia. Nesse sentido, iniciativas recentes, como a da Lei nº 15.211/2025 (ECA Digital), representam avanços importantes ao reconhecer os riscos específicos do ambiente digital e estabelecer diretrizes voltadas à proteção de crianças e adolescentes. Contudo, sua efetividade depende da implementação de mecanismos concretos de fiscalização, bem como da articulação com o direito do consumidor, especialmente no que se refere à regulação das práticas de mercado e à responsabilização dos fornecedores, ou seja, a indústria dos jogos.

Paralelamente, a atuação das instituições educacionais emerge como elemento central na construção de uma governança mais efetiva. No entanto, tem-se a percepção de D1, que aduz:

> “E às vezes professores ensinam e os pais ficam bravos. Não deveria ser um se voltando contra o outro. Deveria ser trabalho em conjunto. Só que às vezes a escola não tem apoio e joga culpa nos pais, ou os pais culpam a escola. É complicado. Mas deveria ser esforço conjunto.” (D!)

A narrativa de D1 evidencia a existência de tensões entre diferentes esferas de socialização, ao mesmo tempo em que reforça a necessidade de integração entre escola e família. Nesse contexto, políticas de educação midiática e digital tornam-se fundamentais, conforme indicado por diretrizes recentes que destacam a importância da formação crítica de crianças e adolescentes para o uso consciente das tecnologias (Brasil, 2025). Essa abordagem contribui para reduzir a vulnerabilidade informacional e ampliar a capacidade de enfrentamento dos riscos associados ao próprio consumo digital.

No que diz respeito ao mercado, os dados coletados mostram uma percepção crítica quanto à sua atuação na proteção do consumidor infantojuvenil. A lógica orientada ao lucro, aliada ao uso de estratégias de engajamento e monetização, limita a adoção de práticas protetivas por parte das empresas de forma voluntária, especialmente em contextos de baixa regulação. Em contrapartida, estudos apontam que mecanismos como loot boxes, publicidade direcionada e design manipulativo podem influenciar diretamente o comportamento de consumo de crianças e adolescentes, explorando suas limitações cognitivas e emocionais (Lischer *et al.*, 2022; Wang, 2020; Brooks; Clark, 2023). Nesse cenário, ganha relevância a discussão sobre mecanismos de compliance e responsabilidade corporativa, que busquem alinhar inovação tecnológica e proteção do consumidor, especialmente no que se refere à transparência, à segurança e à mitigação de riscos (Miragem, 2023).

Por fim, a análise evidencia que a proteção dos consumidores infantojuvenis no ambiente online depende de uma governança efetivamente compartilhada, na qual diferentes atores possam assumir responsabilidades complementares. No entanto, essa articulação ainda se apresenta de forma fragmentada, marcada por lacunas ou inexistência de informação, ausência de coordenação e limitações institucionais. Tal conjuntura confirma que a vulnerabilidade no consumo digital não

é apenas uma condição individual, mas estrutural, sendo reforçada por assimetrias de poder, informação e capacidade de ação entre os agentes envolvidos (Fineman, 2017; Hyde; Cartwright, 2023).

Dessa forma, compreender a proteção no consumo digital infantil a partir de uma perspectiva de governança permite avançar para uma análise mais abrangente do fenômeno, reconhecendo que a efetivação dos direitos depende da articulação entre múltiplos níveis de atuação. Essa abordagem reforça a necessidade de estratégias integradas que combinem regulação jurídica, educação digital, fortalecimento institucional e responsabilização do mercado, como condição para a construção de um ambiente digital mais equilibrado e protetivo para crianças e adolescentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluir este estudo, que teve como objetivo compreender como as práticas de consumo nos jogos digitais online potencializam a vulnerabilidade de crianças e adolescentes, considerando a perspectiva do direito do consumidor, verifica-se que a pesquisa alcançou o propósito proposto ao evidenciar que tais práticas influenciam comportamentos e estruturam condições específicas de vulnerabilidade no ambiente digital contemporâneo. A partir de uma abordagem qualitativa, com caráter exploratório e analisada por meio da técnica de análise temática, foi possível compreender que o consumo em jogos digitais online é resultado de um ecossistema complexo, no qual elementos tecnológicos, sociais e mercadológicos se articulam de forma dinâmica.

No que se refere à estrutura e dinâmica dos jogos online, os achados demonstram que esses ambientes são organizados por arquiteturas digitais que incentivam a permanência, a interação social e a monetização contínua. Elementos como recompensas, progressão, moedas virtuais, eventos temporários, rankings, personalização por meio de skins, microtransações e sistemas de interação entre jogadores deixam de ser recursos acessórios, tornando-se componentes centrais da experiência. Dessa forma, o consumo passa a ser incorporado à própria lógica do jogo, como parte do engajamento, da socialização e da busca por reconhecimento nos ambientes digitais. Essa configuração evidencia que as dinâmicas de consumo são condicionadas por estruturas técnicas e mercadológicas que orientam comportamentos e tornam mais difusa a distinção entre o brincar e o consumir.

Essa configuração estrutural constitui o pano de fundo sobre o qual se manifestam as vulnerabilidades identificadas na pesquisa. Nesse eixo, os resultados evidenciam a presença de pelo menos três categorias de vulnerabilidades, a saber: cognitivas/psicológicas, jurídicas/sociais e financeiras/econômicas, que se inter-relacionam e se reforçam mutuamente. As vulnerabilidades cognitivas e emocionais decorrem das limitações inerentes ao desenvolvimento de crianças e adolescentes, comprometendo sua capacidade de julgamento e compreensão das dinâmicas de consumo presentes nos jogos. Entretanto, tais fragilidades estendem-se também aos pais/responsáveis, que frequentemente demonstram dificuldades em compreender os mecanismos de funcionamento e monetização desses ambientes, o que evidencia a existência de assimetrias informacionais que

atravessam as relações de consumo digital e reforçam o caráter relacional da vulnerabilidade.

Outro ponto relevante refere-se às vulnerabilidades jurídicas e sociais, evidenciando que a inserção de crianças e adolescentes em ambientes digitais interativos amplia significativamente os riscos associados às relações de consumo, ao mesmo tempo em que tensiona os limites dos mecanismos tradicionais de proteção. A complexidade das interações mediadas por plataformas, aliada à exposição a práticas potencialmente abusivas e à busca por pertencimento nos espaços digitais, deixa clara a condição de hipervulnerabilidade desse público. Já no âmbito econômico-financeiro, a pesquisa demonstra que o consumo ocorre em um contexto de diluição das fronteiras entre entretenimento e transação econômica, no qual práticas de compra são incorporadas à experiência de jogo e frequentemente não reconhecidas como atos de consumo, favorecendo comportamentos impulsivos e, muitas vezes, transferindo impactos financeiros ao núcleo familiar.

A análise das tensões e estratégias de mediação parental revelou um cenário marcado por ambivalência e limites práticos. Embora os responsáveis reconheçam os riscos associados ao consumo digital, suas práticas de mediação são frequentemente marcadas por incertezas, dificuldades de compreensão do ambiente digital e contradições entre discurso e prática. Essa dinâmica evidencia que a proteção do consumidor infantojuvenil não pode ser atribuída exclusivamente à esfera familiar, uma vez que os próprios responsáveis também se encontram em posição de vulnerabilidade frente à complexidade das plataformas digitais e às estratégias de consumo nelas incorporadas.

No âmbito da proteção jurídica, os achados apontam para a existência de lacunas relevantes na regulação das práticas de consumo em jogos digitais online. Ainda que o ordenamento jurídico brasileiro disponha de instrumentos importantes, como o Código de Defesa do Consumidor, o Estatuto da Criança e do Adolescente e o próprio ECA Digital, verifica-se que tais mecanismos não são plenamente suficientes para responder às especificidades do ambiente digital atual. A recente promulgação de normativas voltadas à proteção digital infantojuvenil representa um avanço, mas sua efetividade depende de sua articulação com práticas sociais, institucionais e de mercado, bem como de sua efetiva concretização no cotidiano das relações de consumo, processo que ainda se encontra em fase inicial.

No cenário das contribuições, este estudo poderá reforçar, do ponto de vista teórico, a relevância da Teoria da Vulnerabilidade (Fineman, 2017) como lente analítica capaz de compreender a vulnerabilidade como fenômeno estrutural, contínuo e relacional, deslocando o foco de uma perspectiva individual para uma abordagem que reconhece a responsabilidade compartilhada entre Estado, mercado e sociedade. Ademais, a pesquisa também pode contribuir para o avanço da interlocução entre o campo do marketing e o direito do consumidor, ao evidenciar que as dinâmicas de consumo em jogos digitais online demandam uma leitura interdisciplinar, capaz de articular dimensões econômicas, sociais e jurídicas.

No plano prático e normativo, os resultados apontam para a necessidade de fortalecimento de políticas públicas e mecanismos regulatórios que considerem as especificidades do consumo digital infantojuvenil. Isso inclui a ampliação da transparência nas práticas de monetização, a regulamentação de estratégias de engajamento potencialmente abusivas, o desenvolvimento de ferramentas mais eficazes de controle parental e a promoção de educação digital e financeira voltada tanto para crianças e adolescentes quanto para seus responsáveis. Adicionalmente, destaca-se a importância da criação e incentivo a espaços de diálogo e orientação envolvendo famílias e instituições escolares, de modo a ampliar a compreensão sobre as dinâmicas de consumo digital e fortalecer práticas de mediação mais conscientes e informadas.

Por fim, conclui-se que o consumo de jogos digitais por crianças e adolescentes se configura como um fenômeno complexo, estruturado por múltiplas dimensões de vulnerabilidade que se inter-relacionam e se retroalimentam. Nesse contexto, a proteção do consumidor infantojuvenil no ambiente digital exige uma abordagem integrada, que vá além da responsabilização individual e considere a interação entre fatores tecnológicos, sociais, econômicos e jurídicos, de modo a promover um ambiente digital mais seguro, transparente e compatível com o desenvolvimento saudável desse público.

Sob essa perspectiva, o consumo digital infantojuvenil não pode ser compreendido apenas como resultado de escolhas individuais, uma vez que está diretamente associado a estruturas digitais projetadas para promover engajamento contínuo, retenção e monetização. Percebe-se, portanto, que pode ser interpretado como expressão de dinâmicas estruturais que condicionam práticas de engajamento, interação e consumo nos ambientes digitais contemporâneos. Essa

configuração pode contribuir para a naturalização das práticas de consumo e para a diluição das fronteiras entre jogar e consumir, ampliando a exposição de crianças e adolescentes a estratégias persuasivas e ambientes pouco transparentes (Lischer et al., 2022; Miragem, 2023).

Em última instância, o que este estudo evidencia é que, no ambiente dos jogos digitais online, o consumo deixa de se apresentar como um ato pontual, para se tornar uma experiência incorporada, quase invisível, dissolvida na própria lógica do entretenimento. Nesse cenário, crianças e adolescentes são continuamente conduzidos a consumir dentro de estruturas que operam de forma sofisticada e, muitas vezes, pouco transparente. Ignorar essa realidade significa tratar como escolha aquilo que, em grande medida, é induzido. Por isso, repensar a proteção do consumidor infantojuvenil no contexto digital não é apenas uma exigência jurídica, mas um compromisso ético com o desenvolvimento de sujeitos em formação. Mais do que regular práticas, trata-se de reconhecer que, quando o jogo ensina a consumir antes mesmo de ensinar a compreender o consumo, é o próprio sentido de proteção que precisa ser reconfigurado.

No que se refere às limitações da pesquisa, destaca-se a dificuldade de acesso a participantes, especialmente no grupo de pais, o que pode ter impactado a diversidade de percepções analisadas. Além disso, a limitação geográfica também pode ser considerada um limitante. Adicionalmente, a recente promulgação de normativas relacionadas à proteção digital infantojuvenil configura um fator limitador, uma vez que ainda não é possível avaliar, de forma aprofundada, seus efeitos concretos nas práticas de consumo. Soma-se a isso o fato de que a referida norma foi sancionada e entrou em vigência durante a realização da pesquisa, o que pode justificar o limitado nível de conhecimento observado entre os participantes.

Como agenda para pesquisas futuras, recomenda-se o desenvolvimento de estudos com abordagem quantitativa, a fim de ampliar a compreensão da incidência dessas vulnerabilidades em diferentes contextos sociais, bem como investigações que incluam diretamente a perspectiva de crianças e adolescentes, observados os devidos cuidados éticos. Sugere-se, ainda, a realização de análises comparadas entre diferentes ordenamentos jurídicos internacionais, especialmente no que diz respeito à regulação de microtransações, loot boxes e publicidade direcionada no ambiente digital.

REFERÊNCIAS

Adkins, N.R. e Jae, H. (2010) Market place vulnerability of limited English proficient consumers: opportunities to increase knowledge in macromarketing, Journal of Macromarketing, Vol. 30, No.1,pp.93-104.

Andreasen, A.R.; Manning, J. (1990) The dissatisfaction and complaining behavior of vulnerable consumers, Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, Vol. 3 No.1,pp.12-20.

Baker, S.M., Gentry, J.W. e Rittenburg, T.L. (2005) Building understanding of the domain of consumer vulnerability. Journal of Macromarketing, 25(2), 128-139.

Bailey, K. Methods of Social Research. 4ª ed. New York: The Free Press, 1994. 588p.

Bao, T. *et al.* (2019) The characteristics and business impact of children's electronic word of mouth in marketing communications. International Journal of Advertising, 38(5), 731 759. Disponível em: https://doi.org/10.1080/02650487.2018.1559558

Batat, W.; Tanner, J. F. (2021) Unveiling (in) vulnerability in an adolescent's consumption subculture: A framework to understand adolescents' experienced (in) vulnerability and ethical implications. Journal of Business Ethics, 169, 713–730. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s10551-019 04309-2

Behrens, Y. W. (2014) Comércio eletrônico de produtos e serviços: uma análise das principais práticas abusivas em prejuízo dos consumidores. Salvador: Pagince.

Brasil. Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078compilado.htm.

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). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 17 set. 2025. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/lei/L15211.htm.

Brasil. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Guia sobre usos de dispositivos digitais por crianças e adolescentes. Brasília: Secom/PR, 2025. Disponível em: https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/uso-de-telas-por-criancas-e-adolescentes/guia

Braun, V.; Clarke, V. (2008). Using thematic analysis in psychology, Qualitative Research in Psychology, 3:2, 77-101. Disponível em: https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Brenkert, G.G. (1998) Marketing and the Vulnerable. Business Ethics Quarterly, 8, 7-20. Disponível em: https://doi.org/10.1017/S1052150X00400035

Brooks, G. A.; Clark, L. (2023) The gamblers of the future? Migration from loot boxes to gambling in a longitudinal study of young adults. The gamblers of the future? Migration from loot boxes to gambling in a longitudinal study of young adults, Computers in Human Behavior, Volume 141, 107605, ISSN 0747-5632. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107605

Chávez-Fernández Postigo, J. C. (2023) Vulnerabilidad y dignidad: un diálogo con la teoría de Martha Fineman, en Díkaion 32, 1, e32118. Disponível em: https://doi.org/10.5294/dika.2023.32.1.18

Commuri, S.; Ekici, A. (2008) An enlargement of the notion of consumer vulnerability, Journal of Macromarketing, Vol. 28, No.2,pp.183-186.

Costa, S. L. (2017) Direitos do consumidor no contexto digital: Desafios e perspectivas no Brasil. In: Revista de Direito Digital, 13(2), 95-110.

Costa, C. (2021) Proteção do consumidor infantil em ambientes digitais: análise das lacunas legais. Revista de Direito e Tecnologia, v. 9, n. 4, p. 102-115.

Creswell, J. W. Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. 3. ed. Thousand Oaks: Sage, 2013.

Creswell, J. W.; Creswell J. D. Métodos qualitativo, quantitativo e misto. Porto Alegre: Penso, 2021.

Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S. The SAGE handbook of qualitative research. 4. ed. Thousand Oaks: Sage, 2011.

Deus, E. P., Campos, R. D.; Rocha, A. R. C. (2022) Vulnerabilizando invulneráveis: pandemia e o consumo de idosos afluentes, Cadernos EBAPE.BR, 20 (3), 352–68. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1679-395120210049

Díaz, J. (2020) Impacto das microtransações nos consumidores infantis. Revista Brasileira de Estudos Digitais, v. 14, n. 2, p. 45-58.

Dodds, S.; Bulmer, S.; Murphy, A. (20158). Incorporating visual methods in longitudinal transformative service research. Journal of Service Theory and Practice, v. 28, n. 4, p. 434-457.

Drummond, A. *et al.* (2020) Why loot boxes could be regulated as gambling. *Nature Human Behaviour*, v. 4, n. 10, p. 986–988.

Dumangane, C. (2022). Cufflinks, photos and YouTube: the benefits of third object prompts when researching race and discrimination in elite higher education. Qualitative Research, v. 22, n. 1, p. 3-23.

Fineman, M. A. (2017) Vulnerability and Inevitable Inequality. Cambridge: Cambridge University Press.

Fox, A. K., e Hoy, M. G. (2019) Smart devices, smart decisions? Implications of parents' sharenting for children's online privacy: An investigation of mothers. Journal of Public Policy & Marketing, 38(4), 414–432. Disponível em: https://doi.org/10.1177/0743915619858290

Freeman, D.; Shapiro, S. (2014) Tweens' knowledge of marketing tactics: Skeptical beyond their years. Journal of Advertising Research, 54(1), 44–55. Disponível em: https://doi.org/10.2501/JAR-54-1-044-055.

Garibay, C. S., Choi, E.; Lapierre, M.A. (2024) Parental mediation of mobile/digital devices and children's consumer behavior: examining the role of parental understanding of mobile/digital advertising, Young Consumers, Vol. 26 No. 1, pp. 79-95. Disponível em: https://doi.org/10.1108/YC-03-2024-2019

Garrett, M. V. C. (2016) 1983+1984: quando os videogames chegaram. 2ª Ed. São Paulo: ebook.

Gomes, A. F. (2019) Os impactos das loot boxes na formação social e psicológica do consumidor infantojuvenil e a necessidade de fiscalização pelos instrumentos da política nacional. f. 78. 2019. Monografia (Graduação em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Federal da Bahia, Salvador. Disponível em <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/29522>

González-Cabrera, J. *et al.* (2023) Loot box purchases and their relationship with internet gaming disorder and online gambling disorder in adolescents: a prospective study. Computers in Human Behavior 143 (107685), ISSN 0747-5632.

González-Cabrera J. *et al.* (2024) The moderating effect of understanding advertising intent on the relation between advertising recognition and problematic use of loot boxes among minors: An exploratory study, Acta Psychologica, Volume 249, 104476, ISSN 0001-6918. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104476.

Hyde, R.; Cartwright, P. (2023) Exploring Consumer Detriment in Immersive Gaming Technologies. Journal of Consumer Policy. Journal of Consumer Policy, 46(3), 335-361. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s10603-023-09544-9

Helsper, E. J.; Veltri, G. A.; Livingstone, S. (2024) Parental mediation of children's online risks: The role of parental risk perception, digital skills and risk experiences. New Media & Society. Disponível em: https://doi.org/10.1177/14614448241261945

Hill, R. P.; Sharma, E. (2020) Consumer vulnerability. Journal of Consumer Psychology, v. 30, n. 4, p. 551–570.

Kennedy, A-M.; Jones, C.; Williams, J. (2019) Children as vulnerable consumers in online environments. Journal of Consumer Affairs, v. 53, n. 4, p. 1568–1596.

Kent, S. L. (2001) The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond. New York: Three Rivers Press.

King, D. L. *et al.* (2019) Unfair play? Video games as exploitative monetized services: An examination of game patents from a consumer protection perspective. Computers in Human Behavior. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.017

Lee, J.; Soberon-Ferrer, H. (1997) Consumer vulnerability to fraud: influencing factors, Journal of ConsumerAffairs, Vol. 31 No.1,pp.70-89.

Lemmens, J. S.; Weergang, I. A. M. (2023) Caught them all: Gaming disorder, motivations for playing and spending among core Pokémon Go players. Entertainment Computing, 45. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.entcom.2023.100548.

Lemos, A. G.; Pereira, R. S. (2018) A regulação do consumo digital infantil: Desafios e soluções no Brasil. In: Revista de Direito Público, 15(1), 45-60.

Lévy, P. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999, 270 p.

Lischer, S. *et al.* (2022) O. Response to the Regulation of Video Games under the Youth Media Protection Act: A Public Health Perspective. Int. J. Environ. Res. Public Health 2022, 19, 9320. Disponível em: https://doi.org/10.3390/ijerph19159320

Lischer, S. Karpinska-Krakowiak, M. Weiss, D. (2022) Gaming and gambling convergence: A systematic review of loot boxes and related gaming practices. *Journal of Gambling Studies*, v. 38, p. 957–985.

Livingstone, S.; Stoilova, M. e Nandagiri, R. (2019). Children's data and privacy online: Growing up in a digital age. London School of Economics and Political Science. Disponivel em: https://eprints.lse.ac.uk/101283/1/Livingstone_childrens_data_and_privacy_online_evidence_review_published.pdf

Lunardi, H. L. (2021) Sociedade de consumo hiperconectada: inteligência artificial, direitos humanos e o consumo: a vulnerabilidade da autonomia do consumidor e as novas tecnologias. São Paulo: Editora Dialética, 2021. ISBN 978-65-252-2094-9.

Marconi, M. A.; Lakatos, E. M. Fundamentos de Metodologia Científica. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

Marques C. L.; Mucelin, G. (2022) Vulnerabilidade na era digital: um estudo sobre os fatores de vulnerabilidade da pessoa natural nas plataformas, a partir da dogmática do Direito do Consumidor. Civilistica.com, Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p. 1–30. Disponível em: https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/872

Mason, M.; Pavia, T. (2014). Health and consumer vulnerability: identity dissolution and resiliency behaviors, ACR North American Advances.

Matos, M. A. (2018) A proteção do consumidor em face dos jogos eletrônicos para celulares: a ausência de informações, a violação à boa-fé objetiva e a busca de soluções. f. 75. 2018. Monografia (Graduação em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Mattar, F. N. Pesquisa de Marketing: Metodologia, Planejamento, Execução e Análise. São Paulo: Atlas, 1994.

Mende, M. *et al*. (2024) Consumer vulnerability and marketing: foundational insights and research opportunities. Journal of the Academy of Marketing Science, online first. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s11747-024-01039-4

Mendes, A. (2023) A regulação do mercado de jogos digitais e os direitos das crianças. Revista Brasileira de Direito do Consumidor, v. 7, n. 1, p. 29-42.

Minayo, M. C. de S. (2017). Amostragem e saturação em pesquisa qualitativa: consensos e controvérsias. Revista Pesquisa Qualitativa, 5(7), 1–12. Disponível em: https://editora.sepq.org.br/rpq/article/view/82

Miragem, B. Curso de Direito do Consumidor. 9ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2023.

Newzoo. (2024) The global games market will generate $187.7 billion in 2024. Disponível em: https://newzoo.com/resources/blog/global-games-market-revenue-estimates-and-forecasts-in-2024.

Nguyen-Trung, K. (2025) ChatGPT in thematic analysis: Can AI become a research assistant in qualitative research?. Qual Quant 59, 4945–4978. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s11135-025-02165-z

Oliveira, D. F. S. (2024) O papel das tecnologias digitais na vida dos jovens e na perspectiva dos pais (Dissertação de Mestrado) Universidade Fernando Pessoa, Outubro, 2024.

Pagano M., Bacaro V.; Crocetti E. (2023) Using digital media or sleeping … that is the question. A meta-analysis on digital media use and unhealthy sleep in adolescence, Computers in Human Behavior, Volume 146, 2023, 107813, ISSN 0747-5632. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107813.

Paiva, D. P. (2021) As dificuldades de se garantir uma escolha racional e consciente do consumidor na sociedade da informação. Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo, v. 7, n. 1, p. 134.

Pechmann, C. *et al.* (2005) Impulsive and self-conscious: Adolescents' vulnerability to advertising and promotion. Journal of Public Policy & Marketing, 24(2), 202–221. Disponível em: https://doi.org/10.1509/jppm.2005.24.2.202

Pinheiro, G. D.; Lopes, T. K. A. (2024) Práticas abusivas e comércio de loot boxes em jogos eletrônicos à luz do Código do Consumidor no Brasil. Revista Brasileira de Estudos Jurídicos, Montes Claros, v. 18, n 1, jan/jul 2024. ISSN 1809-7278/2358-9744. Disponível em: https://portalunifipmoc.emnuvens.com.br/rbej/article/view/36

Redondo, I. (2012) The effectiveness of casual advergames on adolescents' brand attitudes. European Journal of Marketing, 46(11/12), 60031 1671–1168. Disponível em: https://doi.org/10.1108/03090561211260031.

Rese, N. *et al.* (2010) A Análise de Narrativas como Metodologia Possível para os Estudos Organizacionais sob a Perspectiva da Estratégia como Prática: “Uma Estória Baseada em Fatos Reais”. In: Encontro de Estudos Organizacionais, 6. Florianópolis: ANPAD.

Riedel, S. *et al.* (2022) Consumers experiencing vulnerability: a state of play in the literature. Journal of Services Marketing , Vol. 36, nº 2, pp. 110-128. Disponível em: https://doi.org/10.1108/JSM-12-2020-0496

Rosa, L. M.; Serra, R. G. (2020) A relação entre o uso de jogos digitais online e sintomas de ansiedade em crianças e adolescentes. Contextos Clínic, São Leopoldo , v. 13, n. 3, p. 807-827,. Disponível em <https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-34822020000300006>

Rowthorn, D.(2019) Is child advertising inherently unfair? Journal of Business Ethics, 158(3), 603–615. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s10551-017-3742-9.

Sampieri, R. H.; Collado, C. F.; Lucio M. P. B. Metodologia de Pesquisa. 5ª Ed. Porto Alegre: Editora Penso, 2013.

Santini, R. M. *et al.* (2025) Atingidos pelas redes sociais: os impactos da indústria da desinformação nos consumidores brasileiros. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2025. v. 1. 303p.

Santos, E. F. C.; Silva, A. S. (2024) Loot Boxes em jogos eletrônicos utilizados por crianças e adolescentes: desafios e implicações sob o ECA e a LGPS. Revista De Ciências Jurídicas e Sociais da UNIPAR, 27(2), 409–426. Disponível em: https://doi.org/10.25110/rcjs.v27i2.2024-10844

Santos, F. M. A. (2009) O Marketing Digital e a Proteção do Consumidor. Dissertação. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC-SP, 2009. Disponível em: http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp090477.pdf

Shi, H. *et al*. (2017) Consumer vulnerability in the decision-making process: Scale development and validation. International Journal of Consumer Studies, 41(6), 769-777.

Sıigirci, O. *et al.* (2022) Children in Marketing: A Review, Synthesis and Research Agenda. International Journal of Consumer Studies. Disponível em: https://doi.org/10.1111/ijcs.12819.

Signal, L. *et al*. (2024) Why is regulation of the online world urgently needed to protect children's wellbeing? European Journal of Public Health, Vol. 34, Supplement 3, 157-173.

Silva. A. P. (2011) Ser ou não ser? eis a questão: uma investigação sobre a vulnerabilidade dos consumidores. 139 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

Silva, F. L. (2024) A hipervulnerabilidade do consumidor superendividado na sociedade de consumo brasileira. Revista Eletrônica da OAB/RJ. Disponível em: https://revistaeletronica.oabrj.org.br/artigo/a-hipervulnerabilidade-do-consumidor-superendividado-na-sociedade-de-consumo-brasileira/

Silva, I. P.; Pessoa, J. P. S. (2024) Propostas de regulação jurídica da Inteligência Artificial: perspectivas luso-brasileiras. Inteligência Artificial e Manutenção da Ordem Pública: impacto da proposta de Regulamento da IA no direito português. Instituto Jurídico Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, 81-95. Disponível em: 10.47907/iaordempublica/livro

Silva, M.; Oliveira, P. (2022) Loot Boxes e suas implicações psicológicas nas crianças. Repositório da Universidade Federal da Bahia. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/handle/ri/29522

Siqueira, O. N. *et al*. (2021). A (hiper)vulnerabilidade do consumidor no ciberespaço e as perspectivas da LGPD . Revista Eletrônica Pesquiseduca, 13(29), 236–255. Disponível em: https://doi.org/10.58422/repesq.2021.e1029

Smith, N.C.; Cooper-Martin,E. (1997) Ethics and target marketing: the role of product harm and consumer vulnerability, Journal of Marketing, Vol. 61 No. 3, pp. 1-20.

Soares Filho, A. *et al*. (2023) Microtransações em jogos eletrônicos: panorama do comportamento e motivações de jogadores ativos para o consumo de bens e serviços virtuais. Revista de Administração Sociedade e Inovação. 9. 08-23. 10.20401/rasi.9.3.724.

Souza, P. C. A. M. (2024) Práticas abusivas aos consumidores de jogos eletrônicos: uma análise jurídica a partir da perspectiva da vulnerabilidade. Trabalho de Conclusão de Curso. TCC, Universidade Católica de Salvador. Disponível em: https://ri.ucsal.br/server/api/core/bitstreams/c2e7460a-d1d3-4e48-9c39-647e561ee011/content

Spotswood, F.; Nairn, A. (2016) Children as vulnerable consumers: a first conceptualisation, Journal of Marketing Management, 32:3-4, 211-229. Disponível em: https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1107616

Statista. (2024) COVID-19 impact on the gaming industry worldwide - Statistics & Facts. Disponível em: https://www.statista.com/topics/8016/covid-19-impact-on-the-gaming-industry-worldwide/.

Statista. (2025) Global Games Market Report 2024. Disponível em: https://www.statista.com/outlook/amo/media/games/worldwide.

Tanner, J. F., Jr.; Tanner, E. C. (2020). Fairy tales don't come true: The impact of aspirational distance on teen pregnancy prevention messages. Journal of Public Policy & Marketing, 39(1), 15–30. DIsponível em: https://doi.org/10.1177/0743915618816062

Thyne, M., Robertson, K., Watkins, L., e Casey, O. (2019) Retailers targeting children with set collection promotions: The child's perspective. International Journal of Retail & Distribution Management, 47(6), 643–658. Disponível em: https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2017-0180.

Toyama, M.; Ferratti, G.; Côrtes, M. (2020) O mercado de games: Gênese, transformações e tendências. Estudos de Sociologia. 25. 10.52780/res.13415.

Türen, Ş.; Kahraman, P. B. (2024) The predictive relationships between children’s digital game addiction tendencies and mothers’ digital parenting awareness and

digital literacy levels. Education and Information Technologies, 1-30. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s10639-024-12932-4

Xiao, L. Y.; Newall, P.; James, R. J. E. (2024) To screen, or not to screen: An experimental comparison of two methods for correlating video game loot box expenditure and problem gambling severity. Computers in Human Behavior, 151, 1–12. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108019

Xiao, L. Y. *et al.* (2023) Loot boxes, gambling-related risk factors, and mental health in Mainland China: A large-scale survey, Addictive Behaviors, Volume 148, 107860, ISSN 0306-4603. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2023.107860.

Zaccarelli, L.; Godoy, A. S. (2013) Deixa eu te contar uma coisa...: Possibilidades do uso de narrativas e sua análise nas pesquisas em organizações. Revista Gestão Organizacional (RGO), v. 06, n. 03.

Zack, M.; George, R.; Clark, L. (2020) Dopaminergic signaling of uncertainty and the aetiology of gambling addiction. Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry, 99, Article 109853. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.pnpbp.2019.109853

Zanotto, P. H. (2024) Minha terra tem palmeiras onde jogo videogame: uma introdução à história dos videogames, cultura e política no Brasil em 1983. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal de Santa Catarina.

Zendle, D.; Cairns, P. (2019) Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PLOS ONE*, v. 14, n. 3, e0214167.

Wang, W. (2020) Research on the Legal Problems of Minors' Internet Consumption in the Context of Chinese Law. In: International Journal of Law, 45(4), 1012-1027.

Wilson, C. *et al*. (2024) Associations between loot box purchasing and gambling behaviours, financial problems, and low mental wellbeing in a household sample from a British island, a crosssectional study. Journal of Public Health. ISSN 2198-1833

Windschitl, P. D.; Martin, R.; Flugstad, A. R. (2002) Context and the interpretation of likelihood information: the role of intergroup comparisons on perceived vulnerability, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 82, No.5, p.742.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTAS PARA PAIS E RESPONSÁVEIS

Gostaria que você compartilhasse suas experiências como mãe, pai ou responsável por crianças/adolescentes que jogam online. A ideia é entender como é o dia a dia com esses jogos e se você já vivenciou situações que envolvam consumo, compras dentro dos jogos ou preocupações relacionadas a isso.

CARACTERIZAÇÃO DO ENTREVISTADO Nome: Idade: Profissão: Tem filhos ou é responsável por crianças ou adolescentes de que idade?

BLOCO 1: PERFIL E EXPERIÊNCIA COM O TEMA	
Pergunta	**Autores**
Para começarmos, queria que você me contasse um pouco sobre o seu filho e a relação dele com os jogos digitais. ● Ele costuma jogar com frequência? Que tipos de jogos ele mais gosta? (Exemplos: Roblox, FreeFire, Minecraft, Fortnite, Among us) Quanto tempo, mais ou menos, ele passa jogando por dia? *Desde quando ele joga?*	Brooks e Clark, 2023

BLOCO 2: COMPORTAMENTO DE CONSUMO DIGITAL	
Pergunta	**Autores**
Você sabe como funcionam os jogos e como são feitas as cobranças? Já procurou saber mais sobre isso em algum momento?	Hyde e Cartwright, 2023; Silva, 2024
E já aconteceu de ele fazer alguma compra dentro do jogo? ● Como você ficou sabendo? E como foi lidar com essa situação	Helsper, Veltri e Livingstone, 2024; Silva e Oliveira, 2022
Quando aparecem opções de compra, como ele costuma reagir? Ele pede autorização ou tenta comprar sozinho?	Shi *et al*., 2017; Fineman, 2017; Spotswood e Nairn, 2016
Você acha que ele entende que essas compras envolvem dinheiro de verdade? Vocês já conversaram sobre isso? Conhece alguma pessoa que passou por isso?	Díaz, 2020; Soares Filho *et al*., 2023
Você sabe porque o seu filho quer fazer compras dentro do	Baker, Gentry e

jogo?	Rittenburg, 2005; Brooks e Clark, 2023
Na sua opinião os jogos fazem algo que incentiva ou pressiona as crianças a comprar? Como isso aparece nos jogos que ele costuma usar?	Shi et al., 2017

BLOCO 3: PERCEPÇÃO DE RISCOS E VULNERABILIDADE	
Pergunta	**Autores**
O que você acha sobre o tempo que as crianças passam jogando? Ou com as compras dentro dos jogos? *Já teve conhecimento de alguma situação que te preocupou?*	Fineman, 2017; Chávez-Fernández Postigo, 2023
Na sua opinião, o que faz com que crianças e adolescentes sejam mais *expostos* ou influenciados nesses ambientes digitais?	Shi et al., 2017; Helsper et al., 2024

BLOCO 4: REGULAÇÃO, DIREITOS E PROTEÇÃO	
Compreender o conhecimento e a percepção do participante sobre os instrumentos legais disponíveis e a efetividade da proteção jurídica diante dos desafios do consumo digital infantojuvenil.	
Pergunta	**Autores**
Você costuma estabelecer alguma regra sobre o uso dos jogos ou sobre as compras? Como seu filho reagiu a essas regras?	Miragem, 2023
Você acredita que as leis atuais protegem as crianças no ambiente digital? Por que pensa assim?	Brasil, 1990; Lemos e Pereira, 2018; Wang, 2020
Você já ouviu falar do “ECA Digital”?	Lei 15.211/2025
O que você acha que poderia mudar para que as crianças estivessem mais seguras e protegidas nesses espaços digitais?	Silva, 2024; Xiao et al., 2023; Helsper et al., 2024

BLOCO 5: CONSIDERAÇÕES FINAIS	
Há algo mais que você gostaria de comentar sobre a sua experiência com os jogos digitais e seu filho? Alguma situação que marcou você ou algo que acha importante deixar registrado?	Braun e Clarke, 2008

APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTAS PARA PROFISSIONAIS DA SAÚDE MENTAL

Gostaríamos de compreender, a partir da sua prática profissional, como o consumo de jogos digitais afeta o comportamento, a saúde mental e as relações de crianças e adolescentes. Seu olhar nos ajudará a entender as possíveis vulnerabilidades e riscos associados a esse ambiente digital.

CARACTERIZAÇÃO DO ENTREVISTADO
Nome:
Idade:
Profissão:
De que forma tem contato com crianças ou adolescentes que jogam online?

BLOCO 1: EXPERIÊNCIA CLÍNICA COM JOGOS DIGITAIS	
Pergunta	**Autores**
Em sua prática, você tem atendido crianças, adolescentes ou pais que fazem uso frequente de jogos digitais? Poderia descrever os principais perfis que observa?	Brooks e Clark, 2023
Já identificou comportamentos relacionados à vício ou dificuldade de regulação no uso desses jogos?	Helsper, Veltri e Livingstone, 2024; Silva e Oliveira, 2022
Quais queixas ou demandas mais comuns costumam surgir por parte das famílias em relação aos jogos digitais?	Helsper, Veltri e Livingstone, 2024

BLOCO 2: COMPORTAMENTO DE CONSUMO DIGITAL	
Pergunta	**Autores**
Como você percebe o envolvimento das crianças com as compras/microtransações ou recompensas dentro dos jogos?	Shi *et al*., 2017; Fineman, 2017; Spotswood e Nairn, 2016
Na sua opinião, os jogos usam estratégias que incentivam o consumo de forma exagerada ou pouco clara para esse público?	Díaz, 2020; Soares Filho *et al*., 2023
Já atendeu crianças ou adolescentes que relataram frustração ou ansiedade por não conseguirem realizar essas compras? Como isso se manifesta?	Baker, Gentry e Rittenburg, 2005; Brooks e Clark, 2023

BLOCO 3: PERCEPÇÃO DE RISCOS E VULNERABILIDADE	
Pergunta	**Autores**
Na sua avaliação, o que torna crianças e adolescentes mais suscetíveis aos estímulos presentes nos jogos digitais?	Fineman, 2017; Chávez-Fernández Postigo, 2023
Já identificou impactos emocionais ou comportamentais associados ao consumo nesses ambientes digitais?	Shi *et al*., 2017; Helsper *et al.*, 2024
Percebe alguma diferença significativa na forma como crianças e adolescentes de diferentes contextos sociais ou familiares lidam com esse tipo de consumo?	Hyde e Cartwright, 2023; Silva, 2024

BLOCO 4: PROTEÇÃO, MEDIAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS	
Pergunta	**Autores**
Como você vê o papel dos pais e responsáveis na mediação do uso de jogos e controle do consumo? Há dificuldade em estabelecer limites?	Brasil, 1990; Lemos e Pereira, 2018; Wang, 2020
Acredita que o sistema legal atual (como o Estatuto da Criança e do Adolescente, o ECA-Digital ou o Código de Defesa do Consumidor) oferece suporte suficiente para proteger o público infantojuvenil nesse contexto?	Brasil, 1990; Miragem, 2023; Silva, 2024; Lemos e Pereira, 2018; Lei 15.211/2025.
Que tipo de suporte ou orientação os pais/responsáveis deveriam receber a partir da regulamentação legal, para que consigam lidar melhor com os desafios digitais ou diminuir impactos negativos?	Lei 15.211/2025
Que tipo de intervenção, como clínica, educativa ou regulatória – considera mais urgente ou necessária hoje?	Silva, 2024; Xiao *et al.*, 2023; Helsper *et al.*, 2024

BLOCO 5: CONSIDERAÇÕES FINAIS	
Há alguma situação marcante ou recorrente em sua prática que ilustre bem os desafios do consumo de jogos digitais na infância e adolescência?	Braun e Clarke, 2008

APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA PROFISSIONAIS DO DIREITO

Gostaríamos de conhecer sua percepção, enquanto profissional do Direito, sobre os desafios legais relacionados ao consumo de jogos digitais por crianças e adolescentes. Seu olhar é essencial para compreendermos os limites e possibilidades da legislação atual diante dessas novas práticas de consumo.

CARACTERIZAÇÃO DO ENTREVISTADO
Nome:
Idade:
Profissão:
De que forma tem contato com crianças ou adolescentes que jogam online?

BLOCO 1: EXPERIÊNCIA E PERCEPÇÃO SOBRE JOGOS ONLINE	
Pergunta	**Autores**
Em sua atuação profissional, já lidou com casos que envolvessem consumo de jogos digitais por crianças ou adolescentes?	Brooks e Clark, 2023
Como você avalia o crescimento do consumo digital entre o público infantojuvenil? Houve mudanças no tipo de desafio jurídico ou nas formas de proteção?	Helsper, Veltri e Livingstone, 2024; Silva e Oliveira, 2022

BLOCO 2: PRÁTICAS DE CONSUMO E ESTRATÉGIAS DE MERCADO	
Como você interpreta práticas de monetização em jogos digitais, como loot boxes, moedas virtuais e microtransações, à luz do Código de Defesa do Consumidor?	Shi *et al.*, 2017; Lemmens e Weergang, 2023; Lemos e Pereira, 2018;
Essas práticas podem ser consideradas abusivas ou enganosas, especialmente em relação ao público infantil?	Díaz, 2020; Soares Filho *et al*., 2023
Na sua visão, elas violam princípios como transparência e boa-fé nas relações de consumo?	Brasil, 1990

BLOCO 3: RISCOS, VULNERABILIDADES E PROTEÇÃO JURÍDICA

Quais fatores jurídicos ou regulatórios tornam crianças e adolescentes mais expostos nesse tipo de consumo digital?	Fineman, 2017; Chávez-Fernández Postigo, 2023
A legislação brasileira atual (como o CDC, o ECA e o ECA-Digital) oferece proteção suficiente frente às estratégias de mercado adotadas por desenvolvedores de jogos? Em que pontos há fragilidades?	Shi *et al.*, 2017; Helsper *et al.*, 2024; Lischer *et al.*, 2022
Que desafios jurídicos você enxerga na fiscalização dessas regras, especialmente em jogos estrangeiros que operam no Brasil?	Lei 15.211/2025
Como você avalia a responsabilização das plataformas e fornecedores em casos de prejuízo ou indução ao consumo excessivo por parte de menores? As sanções previstas (multas, suspensão de atividades) são eficazes para coibir abusos no setor de games?	Hyde e Cartwright, 2023; Silva, 2024; Lei 15.211/2025

BLOCO 4: REGULAÇÃO, JURISPRUDÊNCIA E POLÍTICAS PÚBLICAS	
Conhece iniciativas legislativas, decisões judiciais ou entendimentos doutrinários relevantes sobre o tema? Poderia comentar algum exemplo?	Brasil, 1990; Lemos e Pereira, 2018; Wang, 2020
Acredita que a regulação brasileira acompanha as transformações do mercado digital voltado para o público infantil? Quais avanços ou lacunas identifica?	Brasil, 1990; Miragem, 2023; Silva, 2024
Que medidas legais, regulatórias ou institucionais considera necessárias para enfrentar práticas potencialmente prejudiciais nos jogos digitais?	Silva, 2024; Xiao *et al.*, 2023; Helsper *et al.*, 2024

BLOCO 5: CONSIDERAÇÕES FINAIS	
Há alguma consideração final que gostaria de acrescentar sobre os desafios jurídicos relacionados ao consumo infantojuvenil em ambientes digitais?	Braun e Clarke, 2008
Em sua opinião, que atores (Estado, mercado, famílias, escolas) deveriam ter papel mais ativo na proteção de crianças e adolescentes consumidores?	Silva, 2024

APÊNDICE D - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), da pesquisa intitulada "Infância em jogo: a(s) vulnerabilidade(s) dos consumidores infantojuvenis nas dinâmicas de consumo de jogos digitais", desenvolvida por Anelise Trindade Machado, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), sob a orientação da Professora Dra. Andressa Hennig Silva e coorientação da Professora Dra. Mikaela Prestes Floriano.

Esta pesquisa integra os requisitos do referido programa para a obtenção do título de Mestre em Administração e tem como objetivo compreender, sob a perspectiva dos pais ou responsáveis e/ou profissionais, como crianças e adolescentes vivenciam práticas de consumo em jogos digitais online, à luz do direito do consumidor.

O convite à sua participação se deve ao fato de que você possui experiência, conhecimento ou vivência relacionados ao consumo de jogos digitais online e/ou à temática da vulnerabilidade do consumidor infantojuvenil, aspectos essenciais para o desenvolvimento deste estudo.

Sua participação é voluntária, isto é, ela não é obrigatória, e você tem plena autonomia para decidir se quer ou não participar, bem como retirar sua participação a qualquer momento. Você não será penalizado de nenhuma maneira caso decida não consentir sua participação, ou desistir da mesma.

Apenas a pesquisadora e suas orientadoras, que se comprometeram com o dever de sigilo e confidencialidade terão acesso a seus dados e não farão uso destas informações para outras finalidades. Qualquer informação que possa identificá-lo(a) será omitida em publicações, apresentações ou relatórios. A entrevista será gravada em áudio, mediante sua autorização, para assegurar fidelidade na transcrição e análise dos dados. Os arquivos de áudio e as transcrições serão armazenados em ambiente digital protegido por senha.

Há risco mínimo de desconforto emocional, caso surjam lembranças ou reflexões sensíveis durante a entrevista. Para minimizar tais riscos, será garantido ambiente acolhedor,

possibilidade de pausa ou interrupção a qualquer momento e, se necessário, encaminhamento a serviços de apoio. Se houver algum dano, decorrente da presente pesquisa, você terá direito à indenização, através das vias judiciais, como dispõe o Código Civil, o Código de Processo Civil, na Resolução nº 466/2012 e na Resolução nº 510/2016, do Conselho Nacional de Saúde (CNS).

No entanto, sua participação contribuirá para ampliar o conhecimento científico sobre consumo e vulnerabilidade no ambiente digital, podendo subsidiar políticas públicas e estratégias de proteção ao consumidor infantojuvenil.

Para mais informações ou esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora pelo e-mail: anelisemachado.aluno@unipampa.edu.br, ou com as orientadoras pelos e-mails: andressasilva@unipampa.edu.br e mikaelapfloriano@gmail.com.

Sant'Ana do Livramento, ___ de janeiro de 2026.

_____

ANELISE TRINDADE MACHADO

Informo que entendi os objetivos e condições de minha participação na pesquisa intitulada "Infância em jogo: a vulnerabilidade dos consumidores infantojuvenis nas dinâmicas de consumo de jogos digitais" e concordo em participar.

[X] Autorizo a gravação da entrevista

[ ] Não autorizo a gravação da entrevista

_____

Assinatura do participante da pesquisa

Nome do participante: