



Eixo Temático: Educação e Tecnologias

SILÊNCIO NAS REDES: análise dos impactos da Lei nº 15.211/2025 sobre a publicidade, o consumo e o brincar na infância digital

SILENCE ON SOCIAL MEDIA: An Analysis of the Impacts of Law No. 15,211/2025 on Advertising, Consumption, and Play in Digital Childhood.

Maria Regina Palha¹
Giovana da Rosa Mainardi²

RESUMO

Este artigo analisa os impactos da Lei nº 15.211/2025, conhecida como Lei Felca, na regulação da publicidade infantil e suas consequências nas práticas de consumo e brincadeira em ambientes digitais. Partindo de uma revisão bibliográfica e documental, discute-se como as restrições publicitárias promovem transformações significativas na infância digital brasileira, ao limitar a exposição mercadológica e promover a proteção dos direitos infantojuvenis. O estudo destaca os desafios relacionados à fiscalização e à necessidade de educação digital crítica, ressaltando a importância de políticas integradas que articulem regulação, plataformas e agentes sociais para assegurar um ambiente digital saudável e seguro para crianças e adolescentes.

Palavras-chave: Infância digital; Publicidade Infantil; Lei nº 15.211/2025; Consumo Infantil; Proteção Digital;

¹ Graduação em Pedagogia Licenciatura Plena pela Fundação Universidade Federal do Rio Grande do Sul- FURG (2000); Graduação em Pedagogia pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul-UNIJUI (2008); Mestrado em Educação Nas Ciências pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (2015). Especialização em Supervisão Escolar pela Faculdade de Educação São Luís (2023). Atua como professora no Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Experiência na área de Educação, com ênfase na formação de professores. maria.palha@sou.unijui.edu.br

² Licenciada em Letras Português/Inglês pela UNIJUI. Mestranda em Educação nas Ciências. Graduanda em Pedagogia (UFSM) e em Tecnologia em Acompanhamento do Transtorno do Espectro Autista (UNICESUMAR). Mestranda em Educação nas Ciências- UNIJUI. Atua como professora no Governo do Estado do Rio Grande do Sul. E-mail: giovana.mainardi@sou.unijui.edu.br

IV SIEPEC
SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS E
PESQUISA EM EDUCAÇÃO NAS CIÊNCIAS

XXIV ENACED
ENCONTRO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

VI ENTECI
ENCONTRO DE DEBATES SOBRE TRABALHO,
EDUCAÇÃO E CURRÍCULO INTEGRADO

O PAPEL DA EDUCAÇÃO NO ENFRENTAMENTO DA CRISE CLIMÁTICA

15 A 17 DE JUNHO DE 2026

SALÃO DE ATOS - CAMPUS IJUÍ




Educação nas Ciências
MESTRADO E DOUTORADO
UNIJUI


UNIJUI
UNIVERSIDADE REGIONAL

ABSTRACT

This article analyzes the impacts of Law No. 15,211/2025, known as the Felca Law, on the regulation of advertising directed at children and its consequences for consumption and play practices in digital environments. Based on a bibliographic and documentary review, the study discusses how advertising restrictions promote significant transformations in Brazilian digital childhood by limiting market exposure and fostering the protection of children's and adolescents' rights. The research highlights the challenges related to enforcement and the need for critical digital education, emphasizing the importance of integrated policies that articulate regulation, digital platforms, and social agents in order to ensure a healthy and safe digital environment for children and adolescents.

Key words: Digital Childhood; Child Advertising; Law No. 15,211/2025; Child Consumption; Digital Protection.

INTRODUÇÃO

A presença crescente das redes sociais na rotina de crianças e adolescentes brasileiros têm transformado substancialmente suas formas de brincar, consumir e interagir socialmente. Segundo dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil (2024), 83% dos jovens entre 9 e 17 anos possuem perfis em plataformas digitais, percentual que atinge 99% na faixa etária de 15 a 17 anos. Ademais, cerca de 75% das crianças entre 10 e 15 anos mantêm contas próprias, muitas delas públicas, o que amplia sua exposição a conteúdos publicitários e interações no ambiente virtual (TIC KIDS ONLINE BRASIL, 2024).

Nesse cenário digital intensamente comercializado, a promulgação da Lei Felca (Lei n.º 15.211/2025), conhecida como ECA Digital, estabeleceu um marco regulatório ao impor restrições rigorosas à publicidade direcionada ao público infantojuvenil, incluindo a verificação obrigatória da idade dos usuários e a limitação de anúncios personalizados. Essa legislação representa um movimento planejado para reduzir o ruído mercadológico que invade os perfis infantis, modificando a maneira como as crianças experimentam o consumo e o brincar no ambiente virtual.

Diante desses fatos, o problema de pesquisa que orienta este estudo é: de que maneira a restrição publicitária imposta pela Lei Felca modifica as práticas contemporâneas de brincar e consumir entre crianças e adolescentes brasileiros nas redes sociais? O objetivo deste artigo é analisar o papel dessa legislação na construção da infância digital, especialmente os efeitos



provocados pela limitação da publicidade na formação identitária e nos comportamentos de consumo infantil.

As redes sociais configuram espaços que remodelam a infância, transformando as brincadeiras, antes principalmente presenciais e coletivas, em práticas mediadas por plataformas virtuais. Conforme destacado por Postman (1999), a evolução tecnológica redefine a experiência infantil, diluindo os limites entre o mundo infantil e o adulto. No âmbito do consumo, Bauman (2008) argumenta que a sociedade contemporânea valoriza o acesso imediato a produtos e experiências, realidade que perpassa também a infância, sobretudo diante do impacto crescente dos influenciadores digitais e da publicidade direcionada. Assim, o brincar deixa de ser apenas uma expressão livre para tornar-se também um terreno marcado por estratégias mercadológicas e estímulos ao consumo precoce (POSTMAN, 1999; BAUMAN, 2008).

A Lei Felca emerge, então, não apenas como um instrumento legal de proteção, mas como um divisor de águas na regulação das redes sociais, buscando mitigar os impactos negativos da hiperexposição infantil à propaganda e renovar o espaço do brincar autêntico na infância digital. Ainda assim, os desafios permanecem em torno da fiscalização efetiva e da promoção de uma cultura digital crítica e educativa, que envolva famílias, escolas e plataformas (BRASIL, 1990; MARQUES; SOUSA, 2022).

Dessa forma, este artigo destaca a importância de compreender o silêncio provocado pelas restrições publicitárias como um movimento necessário para resguardar a infância em meio ao consumo desenfreado e às transformações sociais trazidas pela digitalização.

A infância tem sido historicamente concebida como um estágio singular da vida, marcado por processos de desenvolvimento, socialização e aprendizagem. Entretanto, as transformações promovidas pelos meios de comunicação e, mais recentemente, pelas tecnologias digitais alteraram significativamente essa experiência. De acordo com Postman (1999), os avanços tecnológicos influenciam a percepção e os limites da infância, borrando as fronteiras entre a criança e o adulto ao modificarem os conteúdos mediados, inclusive o consumo e as interações sociais. Nesse contexto, as redes sociais surgem como ambientes



centrais na vida contemporânea de crianças e adolescentes, moldando práticas culturais, lúdicas e de consumo.

Com o advento das plataformas digitais, o consumo infantil adquire características inéditas. Bauman (2008) destaca que a sociedade atual é marcada pela lógica do consumo imediato, permeada pela valorização do acesso constante a produtos e experiências, fenômeno que se estende às demandas e desejos infantis. A atuação de influenciadores digitais infantis e os conteúdos patrocinados configuram-se como catalisadores desse processo, integrando o consumo como elemento-chave na construção da identidade das crianças, que passam a identificar-se com produtos e marcas desde as primeiras fases de sua socialização (LARA, 2019; LEE, 2016).

A exposição precoce a conteúdos publicitários nas redes sociais levanta preocupações acerca dos impactos na formação infantil, implicando vulnerabilidades específicas. A legislação brasileira tem evoluído para responder a esses desafios, destacando-se o Estatuto da Criança e do Adolescente (BRASIL, 1990), que obriga a proteção integral das crianças e adolescentes contra qualquer forma de exploração. Nesse âmbito, a Lei Felca (BRASIL, 2025) surge como marco regulatório voltado para a proteção digital, estabelecendo regras que objetivam limitar a publicidade predatória, exigir verificações etárias e coibir práticas danosas, como loot boxes em jogos digitais.

Apesar desses avanços legais, a fiscalização e a conscientização sobre o uso responsável das tecnologias ainda constituem desafios significativos, requerendo participação ativa da família, do Estado e das plataformas digitais (MARQUES; SOUSA, 2022; LYNCH, 2023). A educação, nesse sentido, desempenha papel fundamental para a formação da cidadania digital, promovendo o uso crítico e equilibrado das redes sociais por crianças e adolescentes (UNICEF BRASIL, 2021).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O procedimento metodológico deste estudo caracteriza-se como uma pesquisa de abordagem qualitativa, desenvolvida por meio de revisão bibliográfica e documental, com o objetivo de analisar os impactos da Lei nº 15.211/2025 sobre a publicidade infantil e suas

IV SIEPEC
SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS E
PESQUISA EM EDUCAÇÃO NAS CIÊNCIAS

XXIV ENACED
ENCONTRO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

VI ENTECI
ENCONTRO DE DEBATES SOBRE TRABALHO,
EDUCAÇÃO E CURRÍCULO INTEGRADO

O PAPEL DA EDUCAÇÃO NO ENFRENTAMENTO DA CRISE CLIMÁTICA

15 A 17 DE JUNHO DE 2026

SALÃO DE ATOS - CAMPUS IJUI




Educação nas Ciências
MESTRADO E DOUTORADO
UNIJUI


UNIJUI
UNIVERSIDADE REGIONAL

implicações nas práticas de consumo e brincar na infância digital. A investigação fundamenta-se em autores que discutem infância, consumo e tecnologias digitais, como Neil Postman (1999), Zygmunt Bauman (2008) e outros pesquisadores contemporâneos da área, buscando compreender as transformações sociais provocadas pela intensa presença das redes sociais no cotidiano infantojuvenil.

Além disso, a pesquisa utilizou análise documental de legislações, dados estatísticos e documentos institucionais relacionados à proteção digital da infância, com destaque para o Estatuto da Criança e do Adolescente, a Lei Felca (Lei nº 15.211/2025) e a pesquisa TIC Kids Online Brasil (2024). A partir dessa análise, foram examinadas as principais mudanças provocadas pela regulamentação da publicidade infantil no ambiente digital, especialmente no que se refere à limitação de anúncios personalizados, à proteção de dados e à influência das plataformas digitais na construção dos hábitos de consumo e interação das crianças e adolescentes.

Por fim, os dados e referenciais teóricos foram analisados de forma interpretativa e crítica, permitindo identificar os desafios relacionados à fiscalização das plataformas digitais e à necessidade de fortalecimento da educação digital crítica. Dessa maneira, o estudo buscou compreender como a restrição publicitária pode contribuir para a construção de ambientes digitais mais seguros e saudáveis, além de refletir sobre a importância de políticas públicas integradas que articulem regulação, educação e proteção dos direitos infantojuvenis na contemporaneidade.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise bibliográfica e documental evidenciou que a infância contemporânea é fortemente mediada pelas plataformas digitais, nas quais o brincar e o consumo frequentemente se entrelaçam com estratégias mercadológicas voltadas ao público infantil. Conforme destacam Postman (1999) e Bauman (2008), a dissolução dos limites tradicionais da infância e a incorporação precoce do consumo na construção identitária representam desafios éticos e sociais de grande relevância.

A pesquisa TIC Kids Online Brasil (2024) corrobora esse cenário, demonstrando a ampla inserção de crianças e adolescentes nas redes sociais, o que eleva sua exposição a



anúncios publicitários, conteúdos de influenciadores digitais e diversas práticas comerciais digitais. Nesse contexto, a promulgação da Lei Felca (BRASIL, 2025) surge como uma resposta normativa fundamental para coibir práticas predatórias e promover um ambiente digital mais seguro e saudável para esse público.

Entretanto, ressalta-se que, apesar dos mecanismos estabelecidos pela legislação, a efetividade dessas medidas depende da fiscalização ativa e da conscientização dos diversos agentes envolvidos, tais como familiares, educadores e as próprias plataformas digitais. Além disso, o simples silenciamento parcial das propagandas não garante automaticamente a proteção integral da infância digital, ressaltando a imprescindibilidade da educação crítica para o consumo e o uso responsável das tecnologias. Nesse sentido, Rodrigues et al. (2025, p. 04) enfatizam que o enfrentamento dos dilemas éticos referentes ao compartilhamento de dados de crianças e adolescentes nas mídias e redes sociais representa um desafio de significativa relevância no cenário contemporâneo.

Dessa forma, a pesquisa indica que os impactos da restrição publicitária promovida pela Lei Felca apresentam uma ambivalência: enquanto reduzem a pressão consumista direta nas redes sociais, também geram desafios quanto ao reconhecimento e à promoção de formas lúdicas e educativas de interação digital. Esse panorama reforça a necessidade de políticas públicas integradas que articulem a regulação, a fiscalização e a educação digital voltadas para a infância. Nesse contexto, a análise dos dados sobre privacidade e segurança digital revela, portanto, a necessidade de maior conscientização e educação dos pais sobre as consequências do sharenting, bem como sobre o uso adequado dos meios de comunicação. As implicações legais e as vulnerabilidades expostas demandam políticas públicas mais robustas para proteger as crianças no ambiente digital. Além disso, os desafios identificados reforçam a importância de um diálogo entre desenvolvedores de tecnologia, legisladores e a sociedade civil, para criar um ambiente seguro que respeite os direitos e a dignidade das crianças nos espaços virtuais (RODRIGUES et al., 2025, p. 05).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

IV SIEPEC
SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS E
PESQUISA EM EDUCAÇÃO NAS CIÊNCIAS

XXIV ENACED
ENCONTRO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

VI ENTECI
ENCONTRO DE DEBATES SOBRE TRABALHO,
EDUCAÇÃO E CURRÍCULO INTEGRADO

**O PAPEL DA EDUCAÇÃO
NO ENFRENTAMENTO
DA CRISE CLIMÁTICA**

 **15 A 17 DE JUNHO DE 2026**

 **SALÃO DE ATOS - CAMPUS IJUÍ**




Educação nas Ciências
MESTRADO E DOUTORADO
UNIJUI


UNIJUI
UNIVERSIDADE REGIONAL

A presente pesquisa possibilitou compreender que a infância contemporânea está profundamente marcada pelas transformações promovidas pelas tecnologias digitais e pelas dinâmicas intensificadas do consumo nas redes sociais. O avanço das plataformas digitais alterou significativamente as formas de brincar, interagir e construir identidade, inserindo crianças e adolescentes em ambientes permeados pela presença constante da publicidade, pela cultura da visibilidade e pelo estímulo precoce ao consumo. O brincar na infância digital não se limita ao uso passivo de dispositivos eletrônicos, mas pode abarcar interações significativas que promovam exploração, resolução de problemas, colaboração e narrativa criativa por meio de jogos digitais, aplicativos educativos, mundos virtuais e plataformas interativas. Ainda assim, o desafio reside na diferenciação entre o consumo meramente reativo e a apropriação ativa do brincar, o que exige mediação consciente, curadoria educativa e equilíbrio entre espaço físico e digital.

Nesse contexto, a promulgação da Lei nº 15.211/2025, conhecida como Lei Felca ou ECA Digital, representa um marco regulatório relevante ao estabelecer mecanismos específicos de proteção digital para o público infantojuvenil. As restrições à publicidade direcionada, a verificação obrigatória da idade e a responsabilização das plataformas refletem a crescente preocupação do Estado frente aos impactos sociais e subjetivos decorrentes da hiperexposição infantil no universo virtual. Contudo, a análise realizada demonstra que os desafios para assegurar a proteção da infância nas redes sociais transcendem o âmbito legislativo, exigindo uma mobilização articulada entre famílias, escolas, plataformas digitais e políticas públicas educacionais. Assim, torna-se imprescindível promover uma cultura digital ética, crítica e consciente, a qual fortaleça a autonomia, a proteção efetiva e o exercício da cidadania digital de crianças e adolescentes.



O "silêncio nas redes", simbolizado pelas restrições publicitárias, não deve ser compreendido como a eliminação das interações digitais, mas como uma tentativa necessária de conter práticas mercadológicas abusivas que transformam a infância em alvo constante do consumo. Proteger a infância digital implica, portanto, não apenas regulamentar a publicidade e o conteúdo, mas também refletir criticamente sobre os modelos sociais, comunicacionais e de consumo que se consolidam na contemporaneidade.

O resgate do brincar implica valorizar práticas que enfatizem a ludicidade autônoma, o protagonismo infantil e o contato social real, mesmo quando mediados digitalmente. A ressignificação do brincar pode posicionar-se na criação de ambientes híbridos que combinem o potencial das tecnologias digitais com elementos do brincar tradicional, como o contato com a natureza, o jogo simbólico e a interação face a face. Em uma perspectiva crítica, ressignificar o brincar envolve repensar os modelos hegemônicos de publicidade e consumo que instrumentalizam o brincar como vetor mercadológico, promovendo alternativas menos mercantilizadas e mais democráticas.

Em suma, este estudo contribui para ampliar a compreensão crítica acerca das implicações da digitalização na infância e ressalta a importância de políticas públicas integradas que articulem regulação, fiscalização e educação digital. Somente com essa articulação será possível assegurar que crianças e adolescentes usufruam das potencialidades do mundo digital de forma segura, autônoma e saudável.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *A cultura da consumação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BRASIL. *Estatuto da Criança e do Adolescente: Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm. Acesso em: 20 jun. 2024.

BRASIL. *Lei nº 15.211, de 2025. Lei Felca – Estatuto da Criança e do Adolescente Digital*. Diário Oficial da União, Brasília, 2025.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (Cetic.br). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2024*. São Paulo: NIC.br, 2025. Disponível em: Cetic.br – TIC Kids Online Brasil 2024. Acesso em: 13 maio 2026.



GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LARA, Fernando Matias. *Infância e mídia: desafios contemporâneos*. São Paulo: Cortez, 2019.

LEE, Daniel. “Consumo e infância: perspectivas psicológicas e sociais”. *Psicologia & Sociedade*, v. 28, n. 2, p. 1-12, 2016.

LYNCH, Patrick. “Regulamentação da publicidade infantil na internet: limites e possibilidades”. *Revista Direito & Tecnologia*, v. 4, n. 1, p. 55-68, 2023.

MARQUES, Luciana; SOUSA, Ana. “Educação digital e proteção da criança: reflexões jurídicas e pedagógicas”. *Revista Brasileira de Educação*, v. 27, art. e270064, 2022.

POSTMAN, Neil. *O desaparecimento da infância*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

RODRIGUES, Sophia Ivantes; SOUSA, Mariana Alves de; PEREIRA, Fernanda Gomes; OLIVEIRA, Larissa Santos. *Sharenting e bioética: desafios para a privacidade e segurança infantil*. *Revista Bioética*, São Paulo, v. 33, n. 1, p. e33-e41, 2025. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bioet/a/8Hp9HHy4FLxCnYXpMJCtFvt/>. Acesso em: 27 jun. 2024. <https://doi.org/10.1590/1983-803420253797PT>

UNICEF BRASIL. *Crianças e Adolescentes na Era Digital: desafios e oportunidades*. Brasília, 2021. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/media/18831/file/Crianças%20e%20adolescentes%20na%20era%20digital.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2024