

**“A GENTE FICA MUITO VICIADO NÉ?”: dependência
tecnológica como estratégia de negócio ¹
"WE GET TOO ADDICTED, RIGHT? technological dependance
as a business strategy**

Marcia Azen ²
Talita Figueiredo³

Resumo: Este artigo investiga a relação entre crianças, adolescentes e Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) a partir da perspectiva crítica. A pesquisa exploratória, de métodos mistos, analisa como tecnologias baseadas na economia da atenção propõem experiências de usuário que visam o consumo compulsivo e o vício. A partir de analogias com indústrias do tabaco e de alimentos, argumenta-se que plataformas digitais empregam mecanismos estéticos e comportamentais semelhantes. A análise também se apoia em pesquisa empírica com adolescentes, evidenciando que os jovens reconhecem o caráter viciante das tecnologias e buscam estratégias de autocontrole. Por fim, problematiza-se o papel da educação midiática e da conscientização crítica como ferramentas para o enfrentamento dos desafios impostos pela hiperconectividade nas infâncias e adolescências.

Palavras-Chave: Vício. TICs. Crianças e adolescentes.

Abstract: This article investigates the relationship between children, adolescents, and Information and Communication Technologies (ICTs) from a critical perspective. This exploratory, mixed-methods research analyzes how technologies based on the attention economy propose user experiences aimed at compulsive consumption and addiction. Drawing on analogies with the tobacco and food industries, it argues that digital platforms employ similar aesthetic and behavioral mechanisms. The analysis also draws on empirical research with adolescents, revealing that young people recognize the addictive nature of these technologies and seek self-control strategies. Finally, it discusses the role of media education and critical awareness as tools to address the challenges posed by hyperconnectivity in childhood and adolescence.

Keywords: Addiction. ICTs. Children and adolescents.

1. Introdução

Em 16 de agosto de 2022, durante o 7º simpósio Crianças e adolescentes na internet, promovido pelo NIC.br e CGI.br (NIC.br, 2022), Valdemar Setzer, professor titular aposentado do departamento Ciência da Computação do Instituto de Matemática e Estatística da

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Processos Comunicacionais, Infâncias e Juventudes. 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

² Marcia Azen: PPGCI-IBICT/UFRJ, Doutoranda em Ciência da Informação, marcia.azen@gmail.com

³ Talita Figueiredo: PPGCI-IBICT/UFRJ, Doutora em Ciência da Informação, talitaf@hotmail.com.

Universidade de São Paulo (USP), apresentou um questionamento logo após a palestra de abertura do evento. Parte da intervenção está transcrita abaixo:

Vim aqui disposto a trazer uma contrapartida ao oba-oba que em geral se ouve sobre internet e crianças. (...) Eu queria acrescentar um [problema], (...) que é [de uma reportagem] do Estadão⁴. Vou ler só a manchete: *um quarto dos adolescentes faz uso excessivo de videogame, diz pesquisa*. (...) *Mais de 85% dos ouvidos em amostragem nacional jogam e 28% destes atingiram os critérios para diagnóstico do transtorno de jogo pela internet, agora classificado como doença pela Organização Mundial de Saúde (OMS)*. (...) Internet não é para criança, ponto final. Qualquer benefício que ela pode trazer é suplantado infinitamente pelos malefícios. (Nic.br, 2022, Transcrição do vídeo)

As palavras do professor foram desconsideradas como se não coubessem naquele fórum de discussões. A palestrante não teceu nenhum comentário, limitando-se a agradecer a participação. O docente é um antigo defensor da ideia de que a internet não deve ser usada por crianças, com diversas publicações e entrevistas sobre o tema (Setzer, 2025). Ao conhecer algumas, temos a impressão de que fazem parte de teorias conspiratórias, ou de que estão carregadas de um alarmismo desproporcional. Problematicando a interpretação depreciativa inicial, é importante apontar que hoje, quase quatro anos depois, há diversos outros pesquisadores e movimentos da sociedade civil, de diferentes áreas, que fazem alertas semelhantes sobre tecnologias persuasivas (Hartung, 2020) e viciantes (Haidt, 2024).

Ao longo dos últimos cinco anos, considerando que a pandemia de Covid-19 iniciada em 2020 foi um período de inevitável aumento do tempo de tela para todas as idades, temos acompanhado debates, por exemplo, sobre os limites do uso saudável das tecnologias digitais online para cada faixa etária ou sobre a idade a partir da qual as crianças deveriam ganhar o seu primeiro celular, ou ainda sobre as melhores formas de monitoramento e mediação por parte dos cuidadores (SBP, 2024; Figueiredo, 2021).

No âmbito governamental brasileiro, as tentativas de salvaguardar a saúde mental e física dessa população culminaram, recentemente, na sanção da Lei 15.100/25 (Brasil, 2025), que proíbe o uso de aparelhos eletrônicos portáteis pessoais, inclusive telefones celulares, durante a aula, o recreio ou intervalos em toda as escolas do país, desde a educação infantil até o ensino médio.

⁴ Jornal *O Estado de S. Paulo*, edição de 1º de agosto de 2022, página 14.

Outra conquista foi a aprovação da Lei 15.211/2025 (Brasil, 2025a), denominado ECA Digital, que amplia os direitos fundamentais já previstos pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (Brasil, 1990) para o ambiente digital e estabelece mecanismos de proteção de crianças e adolescentes em ambientes online por meio de cinco pilares: (1) verificação de idade e regras de acesso; (2) supervisão parental reforçada; (3) prevenção e proteção; (4) combate a conteúdos perigosos e (5) proibições e regras da exploração comercial. Neste texto, cabe chamar a atenção para o inciso IV do Art. 8º da lei, que determina que os fornecedores de produtos ou serviços de tecnologia da informação direcionados a crianças e a adolescentes ou de acesso provável por eles deverão: “desenvolver desde a concepção e adotar por padrão configurações que *evitem* o uso compulsivo de produtos ou serviços por crianças e adolescentes” (Brasil, 2025a, grifo nosso, s.p).

Nesse contexto, grupos de pesquisa e instituições da sociedade civil brasileira vêm promovendo eventos, ações de letramento e incentivo à cidadania digital, como o supracitado Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), a Safernet e o Instituto Alana. Observamos que a maioria dessas ações visa a entender os riscos e proteger as crianças e adolescentes na internet e não da internet. Essa proposta se ancora em dois pilares: o primeiro é o fato de que as crianças estão *online* e não há como reverter isso; o segundo é que a internet dá voz às crianças e isso é um direito que não deve ser tirado delas.

Não podemos, tampouco queremos, contestar as duas afirmações. É dado que as crianças ocuparam espaços online, sendo aproximadamente 1/3 dos usuários da internet no mundo (Unicef, 2017), e esses espaços constituíram-se como importantes meios de expressão e participação social para elas. Haveria, portanto, um novo modelo de infância em curso, onde os infantes, antes e por etimologia “sem voz”, ganham acesso à informação e canais de visibilidade social, por meio de múltiplas plataformas de mídia (Tomaz, 2017).

Mas as primeiras perguntas que nos inquietaram à época do evento supracitado foram: o que é essa generalidade nomeada “internet”? O que ela representa para crianças e adolescentes? E ainda mais: quem são os donos desse espaço onipresente, tantas vezes chamado de “terra de ninguém”? A primeira resposta veio à mente de forma rápida: qualquer que seja a internet de que estamos falando, ela não é um território sem dono. Cabos submarinos, a energia necessária para conexão, os servidores que a abrigam, os protocolos, sistemas e linguagens que a suportam, ou ainda os muitos programas, produtos e conteúdo que dão a ela uma existência sensorial, são, quase que majoritariamente, materialidades e ambiências privadas, fincadas nos

estatutos do sistema capitalista de existência. Ainda que, não podemos deixar de mencionar, haja uma pequena parcela de softwares livres, iniciativas estatais e de comunidades de criadores sem fins lucrativos.

Partindo dessa premissa, considerando a internet como um conjunto de suportes concretos e ambientes digitais pertencentes a grandes conglomerados empresariais, entendemos, ainda no momento embrionário dessa pesquisa, que o problema que queremos abordar trata-se da relação entre seres humanos que estão nas primeiras fases da vida e certas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) desenvolvidas sob objetivos determinados pelo capital. Portanto, uma nova pergunta se junta às anteriores: a que tipo de experiência estão sujeitas as crianças e adolescentes que têm parte da sua existência acontecendo nesses ambientes?

Nosso estudo segue a linha teórica do materialismo histórico-dialético, pela qual entendemos que a contradição é constituinte da realidade e que, portanto, podemos e devemos questionar os tensionamentos da relação de crianças e adolescentes com o aparato midiático informacional. Em específico, pretendemos relacionar as formas de consumo midiático com a percepção das crianças sobre vício em tecnologias. Essa empreitada engloba perceber como a teleologia implícita nesses dispositivos se manifesta nas Experiências dos Usuários⁵ (*User Experience* - UX) que suas interfaces propõem e como as crianças percebem as práticas que delas advêm.

Esta pesquisa se caracteriza como exploratória e faz uso de métodos mistos para compreender o que caracteriza TICs viciantes em relação ao modelo de negócio e percepção dos usuários. O consumo de mídia por meio de plataformas digitais é problematizado com base em arcabouço teórico crítico, fontes documentais, e pesquisa de campo.

Olhamos para uma complexa malha de totalidade histórica de infâncias e adolescências, que indica a ampliação das experiências de consumo midiático em ambientes digitais privados, com a finalidade principal de se divertir (CGI.br, 2025). Entre os ambientes frequentados por crianças e adolescentes para esse fim estão mídias sociais como Instagram, YouTube e TikTok; jogos online, como Minecraft, Roblox, Free Fire e League of Legends (LOL); plataformas

⁵ “Experiência do usuário” é uma expressão usada para se referir à interação humano / produto, e compreende uma série de parâmetros abordados nos estudos de UX - *User Experience*. O termo foi popularizado na década de 1990 por Don Norman, cientista cognitivo que se autointituiu “arquiteto de experiência do usuário” na Apple Computer em 1993. A UX pode ser vista como método para o desenho de sistemas interativos ou como área de estudos, abarcando dimensões afetivas, cognitivas, estéticas e comportamentais da relação entre o ser humano e qualquer produto, serviço ou sistema. (Knemeyer; Svoboda, s. d.)

de comunicação, como Discord; e, de forma emergente, Chatbots de IA, como o character.ai e o Poli.ai.

Estando grande parte dessas tecnologias digitais online operando sob a lógica do capitalismo de vigilância, essencialmente baseada na extração de dados para produção de perfis de consumo (Zuboff, 2020), se anunciam não só mudanças nas práticas das crianças e adolescentes, mas também construções de moldes perfilizados dos adultos que serão no futuro, constituindo-se como uma forma sub-reptícia de opressão e dominação de proporções inéditas, que se sobrepõe e aprofunda outras já atuantes sobre as infâncias desde outros modelos sociais.

2. Nosso negócio é o vício

Estabelecido que nosso objeto trata de uma relação mercadológica, seguimos dando azo às nossas questões acerca da relação entre crianças e adolescentes e as TICs⁶ retomando duas expressões importantes da fala citada na introdução deste texto: “uso excessivo de videogame” e “transtorno de jogo pela internet”⁷. A primeira recai sobre os limites do que seria um uso não excessivo, portanto não prejudicial. Atualmente resumido por “tempo de tela”, algo discutido há décadas e já estabelecido por organizações médicas de diversas partes do mundo (SBP, 2016; 2019; 2024; OMS, 2019; European Commission, 2021).

A segunda é a patologia originada pelo uso excessivo, caracterizada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como *Gaming Disorder*, condição incluída na 11ª Revisão da Classificação Internacional de Doenças (CID-11) em 25 de maio de 2019, e que entrou em vigor em 2022.

O transtorno de jogos é caracterizado por um padrão de comportamento de jogo persistente ou recorrente (jogos digitais ou videogames), [...] manifestado por: 1. controle prejudicado sobre o jogo (por exemplo, início, frequência, intensidade, duração, término, contexto); 2. prioridade crescente dada ao jogo, a ponto de ele se sobrepor a outros interesses da vida e atividades diárias; e 3. continuação ou intensificação do jogo apesar da ocorrência de consequências negativas. O padrão de comportamento de jogo pode ser contínuo ou episódico e recorrente. Esse padrão resulta em

⁶ Mais à frente veremos que esse exemplo pode ser estendido para outros programas que não se caracterizam exatamente como jogos, mas que têm uma proposta de experiência *gamificada*. A tendência que podemos perceber a partir da simples observação de aplicativos comumente instalados em celulares é a de gamificação dos ambientes digitais conectados em geral, como redes sociais e até mesmo aplicativos de entrega e mobilidade urbana.

⁷ Os termos podem fazer referência ao uso de jogos digitais on-line ou off-line, mas a indústria consolidou-se em torno de modelos conectados, sociais e de serviço (*live services*), que geram receita recorrente e representam a maior parte do mercado global (Newzoo, 2023; Electronic Arts, 2023).

sofrimento acentuado ou prejuízo significativo no funcionamento pessoal, familiar, social, educacional, ocupacional ou em outras áreas importantes da vida. (OMS, 2022)

Nesse sentido, propomos pensar brevemente na intencionalidade do estabelecimento de relações de consumo “viciantes” por parte de outras indústrias, que fazem ou já fizeram parte do nosso cotidiano, portanto, mais trabalhadas pela história recente. Se olharmos, por exemplo, para a indústria do tabaco, até a década de 1990⁸, o hábito de fumar era amplamente difundido como forma de combater o estresse e a ansiedade (em geral, para homens) e como ferramenta de sedução (para as mulheres). O cigarro fez parte das mais famosas cenas do cinema hollywoodiano e figurava nas mãos de cowboys e atletas em incontáveis patrocínios e campanhas publicitárias. O alvo principal dessas campanhas muitas vezes era⁹ o público adolescente, seguindo a prática corrente do marketing que busca estabelecer relações de consumo antes da idade adulta (American Lung Association, 2024).

A extensa luta de cientistas e entidades de saúde contra o tabagismo influenciou, mais recentemente, pesquisas sobre a indústria alimentícia. Atualmente, parcela importante da população mundial se alimenta de formulações industriais de vida útil e sabor intensificados artificialmente (hiper-palatável), com grandes concentrações de ingredientes refinados, modificados e aditivos sintéticos, que podem comprometer a saúde e causar dependência similar ao vício em tabaco, os chamados Alimentos Ultraprocessados (AUPs) (Monteiro et al., 2019). Em muitos países esse consumo vem sendo apontado como um dos principais fatores responsáveis pelo aumento de casos de obesidade infantil e de doenças relacionadas a ela (OMS, 2024), o que vem motivando mobilização global unificada contra o seu consumo (Baker et al., 2024).

Um estudo recente da Universidade de Michigan (EUA), com base na literatura sobre o consumo de tabaco, especificou quatro critérios para avaliar o potencial de vício de um produto alimentício: 1) desencadeiam o uso compulsivo e a perda de controle sobre o consumo; 2) causam efeitos psicoativos, como alterações de humor em função de efeitos no cérebro; 3) reforçam o próprio consumo por meio de mecanismos de recompensa; 4) provocam impulsos e desejos intensos, muitas vezes irresistíveis. Uma das conclusões das autoras é de que os AUPs “assim como os produtos de tabaco industrial [...] são substâncias complexas, psicoativas,

⁸ Quando as grandes corporações do cigarro começaram a perder ações na justiça estadunidense, movidas tanto por parte dos governos quanto por parte de usuários adoecidos.

⁹ E recentemente voltou a ser, com novos atrativos para a população jovem, com os cigarros eletrônicos (Allem, 2024).

altamente reforçadoras, fortemente desejadas e consumidas compulsivamente”. (Gearhardt; Difeliceantonio, 2023, p. 594). Ainda para a pesquisa, a “receita” para tal potencial viciante parece estar nas excessivas doses não naturais de gorduras e carboidratos refinados, que são mais rápida e facilmente metabolizados pelo corpo, de forma distinta dos alimentos naturais.

Em abril de 2025 o programa Criança e Consumo do Instituto Alana publicou uma interessante campanha sobre saúde mental de crianças e adolescentes associando os selos frontais de aviso nutricional de alto teor (de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio), presentes atualmente em embalagens de produtos alimentícios brasileiros, ao consumo de redes sociais (Criança e Consumo, 2025). A publicação feita no Instagram alude ao recentemente regulamentado para a indústria alimentícia (Anvisa, 2024) para reforçar a ideia de que o consumo de redes sociais é alto em conteúdo inadequado, vício e publicidade infantil.

Ainda que reconheçamos as marcadas diferenças entre essas indústrias e as *big techs* controladoras das TICs, em um plano geral, observamos que os mesmos critérios que caracterizam um AUP, podem ser usados para tratar da apresentação, forma de consumo e impacto que muitas TICs e seus conteúdos têm no cotidiano das crianças. Recentes pesquisas (Haidt, 2024; Masrizada, et al., 2025) sobre essas tecnologias se valem dos mesmos parâmetros, agora associados também a descobertas mais recentes da neurociência, para identificar não só o que caracteriza um produto viciante, mas como exatamente esses produtos agem e porque seu consumo pode se tornar problemático.

Incluimos no argumento o trabalho de Schneider (2015), que a partir de Hegel, Marx e Bourdieu (entre muitos outros), aproxima ontologicamente sabor e saber, considerando que as palavras estão ligadas desde a sua etimologia, sendo ‘sábio’ da mesma família que *sapio* (degustar), *sapiens* (degustante) e *saphes* (perceptível ao gosto) (Agamben, 1992 apud Schneider, 2015, p. 38). O texto sustenta que, historicamente, a necessidade do alimento (fome) se torna a condutora primária do saber dos sabores e, sobre o domínio da cultura, do sabor dos saberes, expondo o atravessamento entre a estética e o conhecimento humano (fome de sentido). O autor vê o gosto como “fruto de uma percepção” e, ao mesmo tempo, “pré-elaboração de um juízo”. Uma espécie de fio condutor que atua no nível do sensível, do significado e do direcionamento: “É um sentido que se forma mediante sucessivas situações de satisfação de desejos” (Schneider, 2015, p. 293).

Dessa forma, ainda que haja muitas diferenças na forma do consumo, os mecanismos de necessidade, sensibilidade, prazer estético e recompensa que regem os produtos viciantes,

em certa medida podem ser tratados de forma comum, uma vez que circulam por engrenagens psíquicas basais para a vida dos humanos.

Mas as plataformas e sua camada visível, os ambientes digitais, não são exatamente o produto e geralmente se apresentam como mediadoras neutras na relação de consumo. No entanto, se voltarmos ao exemplo da comida ultraprocessada, podemos pensar nos supermercados como plataformas de comercialização, intermediárias da relação entre indústrias e consumidores. Uma das principais estratégias desses ambientes para o aumento das vendas dos itens alimentícios destinados aos pequenos consumidores está no domínio da chamada “arquitetura da escolha”¹⁰, e se resume em expor os produtos que mais atraem o público infantil na altura dos olhos e mãos dos pequenos, de forma a que as atrativas embalagens chamem atenção nas gondolas e o gerem o famoso pedido: “*mãe, compra esse!*”. Nesse sentido, plataformas digitais são intermediários que vão muito além da modelagem de escolhas que opera dentro das chamadas “economia comportamental” (Thaler; Sunstein, 2008) e “economia da atenção” (Davenport; Beck, 2021). Seu negócio inclui também modelar produtos e os próprios consumidores, no lucrativo mercado da “economia de dados” (Cassiolato; Dantas; Lastres, 2024).

Os ambientes dessas plataformas têm caráter propositivo, as interfaces estabelecem um convite à interação por meio do lúdico. O que comumente chamamos de “interface” consiste primariamente em um local “de encontro, ou o plano comum entre dois corpos ou ambientes diferentes” (Rodrigues, 2003). As interfaces humano-máquina, até o momento, são prioritariamente superfícies gráficas, as telas¹¹, nas quais são exibidas imagens com as quais interagimos. A cada interação, ou a cada sentido gerado, esse “entre” se reconfigura. Para Rodrigues (2003) uma boa interface é uma simulação baseada em uma lógica lúdica, um *Logo Ludens* em que a razão-de-ser é a revelação de mistérios, uma proposta de brincadeira na forma de um conjunto de potências virtuais (ocultas, futuras) que se redesenham a cada descoberta. Um jogo divertido de produção de sentido que nunca acaba. De forma aplicada, uma interface atrativa é um “contexto lúdico”, pois configura-se como “um espaço-tempo no qual o indivíduo vivencia a situação lúdica” bem como “onde a intencionalidade lúdica é pactuada pelo grupo para que eles se expressem dessa forma” (De Souza Massa, 2017).

¹⁰ A noção de “arquitetura da escolha” foi formulada no contexto da economia comportamental e, resumidamente, trata-se da organização do ambiente dentro do qual as pessoas tomam decisões, com objetivo de influenciá-las e produzir determinados efeitos comportamentais. (Thaler; Sunstein, 2008)

¹¹ A tendência é que esse meio gráfico seja cada vez menos aparente, como nas interações com assistentes virtuais e robôs.

Assim como os AUPs, os mecanismos passíveis de gerar vício em mídias digitais demonstra estar ligado a características estéticas e estão associados a padrões manipulativos. De acordo com o professor e pesquisador da Ciência da Computação George Valença, um dos padrões antiéticos de design manipulativo (ou enganoso) usado para capturar a atenção de crianças é a fofura (*cuteness*) “que cria interfaces excessivamente lúdicas ou aparentemente inofensivas” (2025, s/p). Padrões manipulativos, explica Valença, são inseridos em *softwares* a partir do conhecimento que as empresas adquirem sobre o comportamento humano afim de construir funcionalidades enganosas que não são do interesse do público e/ou que manipulam suas decisões (Valença, 2025).

Alguns padrões manipulativos podem tornar-se extremamente viciantes por prolongar o tempo em que se passa conectado à internet, como a rolagem infinita (típico das redes sociais), o *streaming* infinito (reprodução automática de vídeos e músicas em plataformas como YouTube, Netflix e Spotify), as recompensas (tanto em jogos, quanto em aplicativos que induzem o usuário a voltar para não perder premiações) e as notificações. Artifícios com consequências que “podem ser especialmente graves para crianças e usuários mais jovens” (AEPD, 2024, p.42). Como consequência, ao terem o tempo de atenção cooptado pelas empresas, crianças e adolescentes podem ter impactos negativos “ao seu desenvolvimento, com possíveis perdas de oportunidades e estímulos a um crescimento livre e pleno desses indivíduos” (Valença, 2025).

A manipulação técnica do design enganoso pode ser relacionada ao que Zuboff (2020) configura como poder instrumentário, que se ancora também na pervasividade dos dispositivos digitais e na automatização da arquitetura computacional (e seu poder de processamento) para perfilar usuários e moldar seu comportamento.

Destarte, a dimensão estética dessas tecnologias envolve tanto a forma de consumo quanto as características dos conteúdos, produzindo experiências que oferecem altas doses contínuas de estímulo sensorial audiovisual, de conteúdo ‘hiperpalatável’ e ‘hipercalórico’ (hiperestimulante e gratificante aos sentidos) e de ‘fácil digestão’ pelos processos cognitivos. Esse consumo de estímulos excessivos e acelerados acaba por inibir reflexões mais complexas, sendo ‘digerido’ em “vertigem permanente”, na superfície sensível e emocional (Han, 2022, p. 35), muitas vezes sem chegarem ao crivo da razão, gerando recompensas fáceis e rápidas.

Usando uma metáfora corrente nas mídias digitais, esses produtos “¹² a dopamina¹³”, de forma a manipular os sistemas humanos de recompensa e vontade, alterando os mecanismos do gosto (sabor/saber) para versões cada vez mais rápidas e intensas, o que pode provocar uma dessensibilização pelo excesso (Türcke, 2010).

3. Feitos para adultos ou para crianças

Instrumentos legais, como o ECA Digital brasileiro, e de orientação, como o Comentário Geral nº 25 da ONU, buscam detalhar como os direitos estabelecidos para o ‘mundo palpável’ (no caso, pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, de 1990, e pela Convenção sobre os Direitos da Criança de 1989, respectivamente), devem valer também para o ambiente online, além de estabelecer salvaguardas específicas. O Comentário frisa, especificamente, que os ambientes digitais não foram desenvolvidos para as crianças, mas que isso não deve ser justificativa para que o melhor interesse desse público não seja considerado: “Estados Partes devem assegurar que, em todas as ações relativas ao fornecimento, regulação, design, gestão e uso do ambiente digital, o melhor interesse de cada criança seja uma consideração primordial” (ONU, 2021).

Mas se por um lado é acertado dizer que crianças e adolescentes interagem com sistemas que não são pensados para elas, é também correto afirmar que elas utilizam sistemas que são especificamente desenvolvidos para elas, e que, no entanto, também não estão livres de riscos. No caso de crianças entre 9 e 12 anos, por exemplo, temos dois cenários de uso: os ambientes digitais que elas frequentam burlando as restrições etárias, como as mídias sociais, e aqueles que, teoricamente, são pensados para oferecer um uso seguro, como plataformas de jogos infantis, como o Roblox, e mídias específicas, como o YouTube kids. Segundo Livingstone e Sylwander (2025, p. 10), é sintomático que “os serviços digitais façam questão,

¹³ A dopamina é uma substância química natural muito importante que age no cérebro, como um "mensageiro" (neurotransmissor) que permite a comunicação entre as células nervosas, e fora do cérebro, como um "sinalizador local" (como um hormônio) em vários órgãos. É estudada desde a década de 1950 e vem sendo designada como neurotransmissor do prazer, mas está na verdade ligada a diversas atividades cotidianas, ao comportamento e aprendizado motor, à atenção, memória, apetite, humor, e à organização cognitiva e consciência da realidade. (Drozak; Bryła, 2005; Academia Brasileira de Neurologia, 2023). ‘Hackear a dopamina’ tem o sentido de invadir e manipular o sistema, tendo por base as descobertas científicas de como ele funciona.

literalmente, de não saber a idade ou as circunstâncias dos seus utilizadores, embora já possuam e implementem a tecnologia para fins comerciais¹⁴.

Mas as questões que queremos destacar não são formas de uso impróprias, mas funções constitutivas das tecnologias. A diferenciação que nos interessa (e que, na verdade, cria um denominador comum entre esses ambientes) é que, no caso dos ambientes de uso geral, as crianças estão sujeitas a influência de mecanismos modelados para gerar o uso compulsivo, portanto prejudiciais a qualquer usuário, mas que têm nelas um impacto distinto. Já nos ambientes ditos ‘infantis’, o que se apresenta são formas específicas desses assujeitamentos, desenvolvidas esteticamente e programaticamente para o maior alcance desse público.

Haidt (2024) cita o vício como prejuízo de uma infância baseada no celular, expondo uma das principais estratégias de controle e adicção representada pelo “modelo de gancho”, descrito por Nir Eyal (2020) em *Hooked* (engajado). O modelo é uma estratégia em quatro etapas para “fisgar” usuários, e pode impactar sobretudo o comportamento e decisões de vulneráveis e hipervulneráveis, em função das suas especificidades. Experiências de usuário desse tipo visam produzir formas compulsivas de consumo de mídia, potencialmente danosas aos usuários.

Como forma de sintetizar os danos dessas práticas (como o *doomscrolling*, o *rage baiting*) a expressão “*Brain rot*” foi recentemente eleita pelo dicionário Oxford como a “palavra do ano” de 2024¹⁵. O termo expressa uma condição de degradação intelectual e neurológica, algo como “cérebro podre”, e “reflete preocupações da sociedade a respeito dos possíveis impactos do uso prolongado de tecnologia digital para consumo de conteúdos irrelevantes, nada críticos e de baixa qualidade” (Bezerra, 2025). O termo, ironicamente, virou jogo na plataforma Roblox em 2025: o “Roube um Brainrot” é muito popular entre crianças e já teve um pico de 25,8 milhões de jogadores simultâneos, no objetivo de acumular (comprando e roubando) os itens de estética absurda, inspirados em memes. Em janeiro de 2026, o jogo já havia acumulado 55 bilhões de visitas e se tornado uma das comunidades mais ativas da plataforma (Martinho, 2026).

¹⁴ Recentemente a plataforma de jogos Roblox instituiu o controle de idade para uso do chat, o que causou revolta em parte do público. No Brasil, as manifestações contrárias (dentro dos jogos) foram direcionadas também ao influenciador Felca, cuja militância contribuiu para o aumento da pressão popular contra a adultização infantil nesses ambientes

¹⁵ Eleição anual da *Oxford University Press*, a maior editora universitária do mundo.

O consumo compulsivo não é um fenômeno ‘orgânico’, mas uma intencionalidade tecnológica (Sanchez; Vidotti; Vecchiato, 2023). Desde que Eric Schmidt, à época presidente da Google, declarou ao final dos anos 1990 para executivos de alta tecnologia que o século XXI seria sinônimo de “economia da atenção”, a disputa por fragmentos cada vez menores desse limitado recurso se acirra. Segundo a declaração do ex-CEO,

os vencedores serão aqueles que conseguirem maximizar o número de ‘globos oculares’ que puderem controlar consistentemente. O objetivo é a interface contínua, não literalmente contínua, mas um envolvimento relativamente ininterrupto com telas iluminadas de diversos tipos que incessantemente solicitam interesse ou resposta.¹⁶ (Crary, 2007, n.p., tradução nossa).

Pela via de Pimenta (2026) temos a sustentação dessa mediação ativa e intencional ancorada em Vilém Flusser e Don Ihde. A compreensão da tecnologia como materialidade estruturante da relação sujeito-mundo baseia-se, para Ihde, na característica de intermediária, aquilo que molda, como uma lente, não só o que vemos, mas o como vemos. Já em Flusser, o que adquire protagonismo nessa relação é a dimensão projetiva das tecnologias, o *desing* estratégico que atua como condutor da experiência e seria cada vez mais perigosamente ‘apagado’ do processo de desenvolvimento e fetichizado em superfícies mágicas: “com experiência da usabilidade cada vez mais intuitiva e fácil, fluida, camuflava-se uma crescente e profunda complexidade de como tais superfícies (telas) e recursos operam” (Pimenta, 2026, p. 6). Se hoje as imagens técnicas adquiriam, nas interfaces, um papel de ambientes de existência, acreditamos que as formas como estas estruturam e conduzem nossas percepções e ações se torna ainda mais sutil e eficiente.

4 Vício, viciado, viciante: dependência reconhecida e um passo para a conscientização crítica?

O descontrole do tempo de uso das TICs, em especial do aparelho celular, é associado em grande medida ao efeito do vício, segundo a percepção de adolescentes que entrevistamos em pesquisa sobre a proibição do uso do *smartphone* em três escolas do Rio de Janeiro, entre novembro e dezembro de 2024. As escutas foram realizadas como parte de pesquisa de doutoramento que teve como objetivo, de modo amplo, compreender os efeitos da proibição do uso

¹⁶ No original: “The 21st-century will be synonymous with the ‘attention economy’ and that the winners will be those who succeed in maximizing the number of ‘eyeballs’ they can consistently control. The goal here is the continuous interface, not literally seamless, but a relatively unbroken engagement with illuminated screens of diverse kinds that ceaselessly solicit interest or response.”

do *smartphone* e, entre os objetivos específicos, analisar a percepção de estudantes (23 adolescentes entre 13 e 14 anos cursando o 8º ano do Ensino Fundamental) e educadores (11 professores e três coordenadores) sobre o tema. As conversas aconteceram aproximadamente um ano antes da sanção da Lei 15.100/2025, que proibiu o uso de dispositivos eletrônicos em todas as escolas do país. As unidades de ensino visitadas haviam banido o celular no ambiente escolar no início daquele ano letivo.

Os adolescentes admitiram o potencial de distração que o celular oferece dentro de sala, só pelo fato de estar ao alcance das mãos, ainda que guardado dentro da mochila, corroborando estudo recente que mostrou que um em cada três alunos se distrai ao usar dispositivos digitais na escola e que 25% dos estudantes se distraem em razão do uso do celular por *outros alunos* – o que inclui o fato de professor precisar interromper a didática para intervir pedindo atenção (OECD, 2023). Vício e suas variações (viciado/a, vicioso, viciante) foram termos usados inúmeras vezes em quase todas as falas dos estudantes para registrar o que eles reputam como o maior problema do *smartphone* e que descamba no uso exagerado do celular.

A gente fica muito viciado, né? Nesses videozinhos curtos, nas coisas ... não sei explicar. Acho que eu ..., eu fico procrastinando, tipo, estudar ...essas coisas. Eu não gosto [de estudar], eu quero ficar no celular, eu fico procrastinando. (E6)

Quando a gente está com o celular na mochila, a gente fica assim, ah, eu vou acabar logo essa tarefa para eu conseguir pegar no meu celular. (E17)

Instagram eu tô parando um pouquinho, mas usava, usava bastante [...] tipo assim, eu via as minhas médias de tempo e eu via que eu usava um tempo muito grande. Ai eu tô tentando me controlar. [...] Pô, teve um dia que eu fiquei mais de três horas, só no Instagram. (E4)

Até conversava isso com uma colega minha no ano passado, que ela disse que se tirasse o celular dela, ela começava a ter uma crise de pânico... Eu tô incluído nesse vício, mas pelo computador. (E3)

Uma das adolescentes contou ter precisado de ajuda psicológica para diminuir o uso do celular porque se sentia mesmo viciada. Ela explicou que o excesso de tempo na tela, principalmente em vídeos de TikTok e YouTube, estava prejudicando seu sono, sua alimentação, sua relação com amigos e dentro de casa. Além do mais, sem dormir o suficiente, ela não conseguia acordar na hora certa para chegar na escola antes do sinal tocar.

Antigamente eu ficava vendo vídeo... ficava conversando com os outros até altas horas da noite. De madrugada, minha mãe ia sair pra trabalhar e eu

tava no celular. Hoje em dia, tipo assim, eu tô tendo o horário certo de dormir, eu tô comendo direito ... porque eu ficava com o celular na cara quando eu ia comer. Aí a comida esfriava e eu não queria comer mais. (...) Eu ficava no celular com ele no carregador (...) ia explodir na minha cara. Hoje em dia eu tô conseguindo comer sem ficar no celular. Eu vejo novela na televisão, mas celular, tipo assim, hoje em dia só virou... um objeto que eu vou usar, assim, de dia. (...) eu ficava muito viciada... tipo assim, eu ficava antissocial, sabe? Uma pessoa, assim, bem chatinha mesmo. (...) Aí eu fui pro psicólogo. Fiquei uns três ou quatro meses sem celular, sem mexer no celular, e depois eu voltei. (E22)

Os estudantes disseram saber que as redes sociais têm mecanismos de captura da atenção (viciantes, em suas palavras), mesmo que não saibam explicar (em detalhes, ou cientificamente) como isso acontece. Os vídeos curtos e a percepção de que eles não agregam conteúdo, mesmo sendo considerados divertidos ou engraçados, foi amplamente observado. Para uns, são inofensivos, apenas vídeos bobos que eles gostam de assistir e compartilhar com amigos. Outros, que acham negativo o uso excessivo do aparelho, criam estratégias diferentes, por exemplo, procurando intercalar o uso do *smartphone* com outras atividades, ainda que nas telas, mas que não ofereceriam o efeito *brain rot*.

O negócio desses vídeos curtos [é que] você nem percebe e já passa um montão [de tempo]. Você nem lembra o que você assistiu... Você nem percebe e... tipo... você perdeu 20% do seu dia com isso. Tipo assim .. eu não vou lembrar do que eu assisti ontem de tarde nos duzentos vídeos de segundos ... Mas... tipo .. se eu ... sei lá, assistisse um filme, eu lembrava. (E8)

Um tempo atrás eu tava tentando ver um filme por dia, porque tava me ajudando a me concentrar mais... o TikTok atrapalha a concentração ... você fica muito acostumado, você recebe muita adrenalina [na verdade dopamina] muito rápido, você se acostuma a coisas rápidas. Você tem mais dificuldade de assistir filmes, aulas completas, então eu tava vendo filme todo dia.... Às vezes eu mexia no celular um pouco durante o filme [risos], mas eu tava me concentrando mais. (E5)

Eu quero parar tanto de ficar no celular. Por isso que eu fui resgatando uns hábitos antigos meus, esse ano. Até de desenhar. Eu vou tentar aprender a costurar de novo. (...) Porque eu acho que é mais legal meio que aproveitar a vida e não ficar assim viciada. (E9)

Todo final de semana vejo quanto foi [o tempo da] semana. (...) Ah, eu acho importante porque eu sou atleta, então eu sempre uso [esse recurso] muito para não passar dos meus limites e acabar ficando muito viciado. (E18)

Os adolescentes reportaram a necessidade de controlar o tempo de uso por vários motivos, entre eles a necessidade de dormir para acordar bem para ir à escola e para fazer

atividades físicas. Chama a atenção que a maior parte dos estudantes entrevistados sabe usar as configurações para acompanhar o tempo de tela (e muitos usam esse recurso). Sabem ainda programar os aplicativos para (tentar) limitar o que consideram ser excessivo, para não ficar “viciado”.

Eu gosto quando tá baixando [o tempo de uso]. Tipo, tem 15% a menos. (E7)

Ao mesmo tempo em que as variações de vício apareceram nas falas dos estudantes, também o termo *conscientização* esteve presente repetidas vezes nas conversas com os coordenadores, professores e estudantes, estes imbuídos da percepção de que, para enfrentar os desafios/obstáculos advindos de um uso impróprio das TICs, precisam conscientizar-se a si mesmos. Muitos não apreciam o verbo proibir, imposto pelas escolas, e advogam pela necessidade de eles mesmo imporem seus próprios limites, reconhecendo de forma autônoma como o uso exagerado impacta suas vidas.

Eu acho que isso é ruim [a proibição], porque aí a criança não consegue se [auto]limitar. Então ela vai sempre achar que esse limite [imposto] é ruim. E aí quando chegar adulto vai ficar muito viciada no celular. A criança tem que... O adolescente tem que aprender a sentir cansaço de ficar muito tempo no celular e diminuir esse tempo. (E1)

É uma questão de conscientização entre eles [os adolescentes] mesmos, entre os pais deles, com eles, a escola também. Tipo... Uma pessoa... Uma pessoa tem que aprender a se reconhecer. Se ela se viciar, se ela mexe mais com o celular, eu acho que poderia buscar ajuda, mas... (E5)

As três escolas onde estivemos abordam temas como cidadania digital e a educação midiática para o uso responsável e crítico dos dispositivos. A maior parte dos adolescentes com quem conversamos, no entanto, não soube mencionar atividades específicas que as escolas (tanto coordenadores, quanto professores) reportaram em suas entrevistas fazerem parte do currículo para promover a conscientização e educação no uso do celular.

O tema consta da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), instrução normativa que define o conjunto de aprendizagens essenciais que todos os estudantes brasileiros devem desenvolver. Ainda no âmbito regulatório, em 2023, o governo federal lançou sua Estratégia Brasileira de Educação Midiática, cuja missão é promover na população a “compreensão, análise, engajamento e produção crítica na experiência com diferentes canais de mídia digital e da informação de forma criativa, saudável, consciente e cidadã” (Brasil, 2023, p.22).

Para Vieira Pinto, o desenvolvimento da sociedade implica o progresso da consciência, estimulado pela educação. A consciência da qual trata o filósofo também deve ser crítica, afastando-se da perspectiva tecnicista e instrumental e opondo-se diametralmente à consciência ingênua (Freire, 1979; Vieira Pinto, 1960) - alienante, imutável, reprodutora e mantenedora do *status quo*, indiferente à historicidade, antidialógica, fatalista, conformista e passiva. Mas é legítima e viável a passagem de uma à outra. É facultado aos seres humanos o desenvolvimento da consciência crítica, de forma processual e sistemática. A perspectiva progressista de Freire vai na direção de que “saber ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para sua própria produção ou a sua construção”, (Freire, 2019a, p.47).

Em direção semelhante, Vieira Pinto entende que o ato de educar como passo para o desenvolvimento, que demanda ao indivíduo (ou educando freiriano) o conhecimento de sua condição atual e lhe fornece, por meio da consciência crítica, os meios para agir em prol das mudanças. Nesse sentido, a consciência crítica “revela-se capaz de produzir uma representação do real que o configura nos conceitos mais gerais a ele adequados e, por isso, oferece as condições de inteligibilidade requeridas para a ação transformadora” (Vieira Pinto, 1960, p.564).

O fato de os adolescentes terem relatado incômodo em relação ao uso excessivo do celular, apresentarem estratégias próprias para autogerenciarem o tempo que dedicam às telas e defenderem a necessidade de conscientização, pode indicar o início da construção de uma autonomia. No entanto, é relevante o fato de que os adolescentes não se lembraram de conteúdos desenvolvidos pelas escolas para ensinar sobre o uso crítico e ético dos dispositivos digitais.

5 Conclusão

O aparato das TICs privadas vem oferecendo às crianças e adolescentes experiências de usuário que estimulam o consumo compulsivo de produtos audiovisuais hiperestimulantes (intensidade), hiperpalatáveis (facilidade) e hiperdisponíveis (continuidade), de forma hiperacelerada. Tais mecanismos, ancorados na lógica do capitalismo de vigilância e da economia da atenção, revelam-se capazes de gerar padrões de comportamento que os próprios adolescentes reconhecem como viciantes, conforme evidenciado pela pesquisa empírica.

A aproximação analítica com as indústrias do tabaco e de alimentos ultraprocessados demonstrou que não se trata de fenômenos isolados, mas de uma lógica mercadológica que intencionalmente projeta produtos para capturar a atenção e moldar comportamentos desde a

infância. O design manipulativo, a arquitetura das escolhas e a estética lúdica das interfaces atuam como mediadores ativos nessa relação, frequentemente invisibilizados pela naturalização do uso de telas.

Diante desse cenário, as respostas regulatórias, como a Lei 15.100/2025 e o ECA Digital, representam avanços importantes ao reconhecerem a necessidade de proteção desse público hipervulnerável. No entanto, a pesquisa aponta que a proibição isolada, embora necessária, mostra-se insuficiente. Os adolescentes expressaram desejo de autonomia e consciência sobre seus próprios limites, revelando que o caminho para o enfrentamento dos desafios da hiperconectividade não pode prescindir da educação midiática e do desenvolvimento da consciência crítica.

O fato de os jovens não se recordarem das ações educativas das escolas sobre o uso ético e crítico das tecnologias alerta para a necessidade de se repensar as estratégias pedagógicas, tornando-as mais significativas e capazes de promover, de fato, a autonomia necessária para navegar em ambientes digitais projetados para capturar sua atenção. A construção dessa consciência crítica, conforme apontam Vieira Pinto e Freire, é condição fundamental para que crianças e adolescentes possam não apenas reconhecer as armadilhas do consumo compulsivo, mas também atuar como sujeitos transformadores de sua própria relação com as tecnologias.

Referências

- ACADEMIA BRASILEIRA DE NEUROLOGIA. **Um olhar plural sobre a dopamina**. [S. l.], 1 set. 2023. Disponível em: <https://abneuro.org.br/2023/09/01/um-olhar-plural-sobre-a-dopamina/>. Acesso em: 28 dez. 2025.
- ADORNO, Theodor W.. Tempo livre. In: **Palavras e sinais: modelos críticos 2**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- ALLEM, Jon-Patrick. Assim como fazia há décadas, marketing da indústria tabagista segue tendo os adolescentes como alvo. **The Conversation**, 3 jun. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.64628/ADE.d9h7hmuj9>. Acesso em: 22 dez. 2025.
- AMERICAN LUNG ASSOCIATION. **Tobacco Industry Marketing**. [S. l.], 2024. Disponível em: <https://www.lung.org/policy-advocacy/tobacco/tobacco-industry-marketing>. Acesso em: 22 dez. 2025.
- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). Rotulagem: principais mudanças e modelos. Brasília, DF, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/rotulagem/principais-mudancas-e-modelos>. Acesso em: 27 dez. 2025.
- BEZERRA, Arthur Coelho. Cérebros podres como Meta. A Terra é Redonda, 20 jan. 2025. Disponível em: <https://aterraeredonda.com.br/cerebros-podres-como-meta/>. Acesso em: 16 jan. 2026.
- BRASIL. Lei nº 15.100, de 13 de janeiro de 2025. Dispõe sobre a utilização, por estudantes, de aparelhos eletrônicos portáteis pessoais nos estabelecimentos públicos e privados de ensino da educação básica. Brasília,

DF: Diário da União, 2025a. Disponível em <https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:2025-01-13;15100>. Acesso em 15 jan. 2026

BRASIL. Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025. Dispõe sobre os direitos digitais de crianças e adolescentes, altera a Lei nº 8.069/1990, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 set. 2025b. Acesso em: 20 set. 2025

CASSIOLATO, José Eduardo; DANTAS, Marcos; LASTRES, Helena M.M.. Marco conceitual e analítico da Economia de Dados, **Nota Técnica 11 do Projeto EconDados**, RedeSist e Centro Celso Furtado, 2024.

Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2024** [livro eletrônico]. São Paulo: CGI.br, 2025. Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-da-internet-por-criancas-e-adolescentes-no-brasil-tic-kids-online-brasil-2024/>. Acesso em: 05 jan. 2026.

CRARY, Jonathan. **On the Ends of Sleep**: Shadows in the Glare of a 24/7 World. Barcelona, MACBA, 2007. Disponível em: <https://www.librarystack.org/on-the-ends-of-sleep-shadows-in-the-glare-of-a-247-world/>. Acesso em 10 fev. 2026.

CRIANÇA E CONSUMO. **O rótulo que falta nas redes sociais**. Instagram, [São Paulo], 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DIKDWuspZT8/>. Acesso em: 27 dez. 2025.

DAVENPORT, Thomas H.; BECK, John C. **The Attention Economy**: Understanding the New Currency of Business. Massachusetts: Harvard Business Press, 2001.

DE SOUZA MASSA, Monica. Ludicidade: da Etimologia da Palavra à Complexidade do Conceito. **APRENDER - Caderno de Filosofia e Psicologia da Educação**, [S. l.], v. 2, n. 15, 2017. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/aprender/article/view/2460>. Acesso em: 18 fev. 2026.

DROZAK, Jakub; BRYŁA, Jadwiga. Dopamine: not just a neurotransmitter. Postepy higieny i medycyny doswiadczalnej (Online), Warszawa, v. 59, p. 405-420, 2005. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/16106242/>. Acesso em: 27 dez. 2025.

EYAL, Nir. **Hooked**: como construir produtos e serviços formadores de hábitos. Cascavel: Editora AlfaCon, 2020.

FIGUEIREDO, Talita. **Meu primeiro celular**: competência crítica em informação para crianças. Orientador: Prof. Dr. Arthur Coelho Bezerra. 2021. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro; Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, RJ, 2021.

GEARHARDT, Ashley N.; DIFELICEANTONIO, Alexandra G. Highly processed foods can be considered addictive substances based on established scientific criteria. **Addiction**, v. 118, n. 4, p. 589–598, abr. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/add.16065>.

HAIDT, Jonathan. **A geração ansiosa**: Como a infância hiperconectada está causando uma epidemia de transtornos mentais. São Paulo: Companhia das Letras, 2024.

HAN, Byung-Chul. **Infocracia**: digitalização e crise da democracia. Petrópolis: Vozes, 2022.

HARTUNG, Pedro. The children's rights-by-design standard for data use by tech companies. UNICEF Innocenti, 31 out. 2020. Disponível em: https://www.unicef.org/innocenti/reports/childrens-rights-design-standard-data-use-tech-companies?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 27 jan. 2026.

KNEMEYER, Dirk; SVOBODA, Eric. User Experience - UX. In: The Glossary of Human Computer Interaction (S. l.: s. n.), (s. d.). **Interaction Design Foundation**. Disponível em: <https://www.interaction-design.org/literature/book/the-glossary-of-human-computer-interaction/user-experience-ux>. Acesso em: 18 jan. 2026.

LIVINGSTONE, Sonia; SYLWANDER, Kim R. There is no right age! The search for age-appropriate ways to support children's digital lives and rights. **Journal of Children and Media**, (s. l.), v. 19, n. 1, p. 6–12, 2 jan. 2025. DOI 10.1080/17482798.2024.2435015. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17482798.2024.2435015>. Acesso em: 5 dez. 2025.

MASRI-ZADA, Tariq; MARTIROSYAN, Suren; ABDOL, Alexander; BARBAR, Ryan; KADES, Samuel; MAKKI, Hassan; HALEY, Grant; AGRAWAL, Devendra K. The Impact of Social Media & Technology on Child and Adolescent Mental Health. **Journal of Psychiatry and Psychiatric Disorders**, [s. l.], v. 9, p. 111-130, 2025.

MARTINHO, Anahi. 'Roube um Brainrot', jogo do Roblox, deve virar filme. **F5**, São Paulo, 29 jan. 2026. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/cinema-e-series/2026/01/roube-um-brainrot-jogo-do-roblox-deve-virar-filme.shtml>. Acesso em: 22 fev. 2026.

MONTEIRO, Carlos. A.; CANNON, Geoffrey ; LEVY, Renata B.; MOUBARAC, Jean-Claude; LOUZADA, Maria. L. C.; RAUBER, Fernanda; KHANDPUR, Neha; CEDIEL, Gustavo; NERI, Daniela; STEELE-MARTINEZ, Eurídice; BARALDI, Larissa G.; JAIME, Patricia C. Ultra-processed foods: what they are and how to identify them. **Public Health Nutrition**, v. 22, n. 5, p. 936-941, 2019. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/public-health-nutrition/article/ultraprocessed-foods-what-they-are-and-how-to-identify-them/>. Acesso em: 27 dez. 2025.

NEWZOO. **Global Games Market Report 2023**: Live Service Games & The Dominance of Engagement. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/blog/global-games-market-report-2023-free-version>. Acesso em: 19 dez. 2025.

NIC.BR. (7º Simpósio) Abertura e Keynote – Como estimular a cidadania digital na comunidade escolar. **YouTube**, 16 ago 2022. Disponível em: https://www.youtube.com/live/pYkYM_Z1j8g?si=jhQJClGDaaITYX9L&t=4187. Acesso em: 15 jan. 2026.

OECD. PISA Results (Volume I): The State of Learning and Equity in Education. OECD Publishing, 2022. Disponível em: https://www.oecd.org/en/publications/pisa-2022-results-volume-i_53f23881-en.html

ONU. Comitê dos Direitos da Criança. **Comentário Geral nº 25 (2021) sobre os direitos da criança em relação ao ambiente digital**. *Nações Unidas*, 2021. Disponível em: <https://www.ohchr.org/en/documents/general-comments-and-recommendations/general-comment-no-25-2021-childrens-rights-relation>. Acesso em: 6 fev. 2026.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). CID-11: Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde. 11. ed. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://icd.who.int/browse11/l-m/en#/http://id.who.int/icd/entity/1448597234>. Acesso em: 19 dez. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). Obesity and overweight. 01 mar. 2024. Disponível em: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>. Acesso em: 17 fev. 2026.

PIMENTA, Ricardo. Considerações sobre uma possível fenomenologia crítica da informação: a dualidade entre Don Ihde e Vilém Flusser para a (in)compreensão da relação humano-tecnologia-mundo. Rio de Janeiro, no prelo, 2026

RODRIGUES, Carlos de Azambuja. **Interatividade e Sentido, ou a Sétima Função da Linguagem**. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

SANCHEZ, F. A.; VIDOTTI, S. A. B. G.; VECCHIATO, F. L. **O conceito de intencionalidade tecnológica no contexto da encontrabilidade da informação**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 2023. *Anais [...]* XXIII Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, 2023.

SCHNEIDER, Marco. **A dialética do Gosto**: Informação, Música e Política. Rio de Janeiro: Editora Circuito, 2015.

SETZER, Valdemar Waingort. Página pessoal de V. W. P. Setzer. Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação, **Universidade de São Paulo**. Disponível em: <https://www.ime.usp.br/~vwsetzer/>. Acesso em: 17 jan. 2026.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA (SBP). Manual de Orientação #MENOS TELAS #MAIS SAÚDE – Atualização 2024. Agosto, 2024. Disponível em: https://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/24604c-MO_MenosTelas_MaisSaude-Atualizacao.pdf Acesso em 15 dez. 2025

THALER, Richard. H.; SUNSTEIN, Cass R. **Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness**. New Haven: Yale University Press, 2008.

TOMAZ, Renata. **O que você vai ser antes de crescer?** Youtubers, infância e celebridade. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade excitada:** filosofia da sensação. Campinas: Editora da Unicamp, 2010.

UNITED NATIONS CHILDREN’S FUND (UNICEF). **The State of the World’s Children 2017: Children in a Digital World.** UNICEF. 2017. Disponível em: <https://www.unicef.org/reports/state-worlds-children-2017>. Acesso em: 24 jan. 2026.

VALENÇA, George. Design enganoso e manipulativo em plataformas digitais - um mapeamento entre estudos empíricos e reflexões para regulação. **POLITICS**, v. 1, p. 3, 2025.

VIEIRA PINTO, Álvaro. **Consciência e realidade nacional:** a consciência crítica. Volume II. Rio de Janeiro: Contraponto, 2020.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância.** A luta por um futuro humano da nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.