

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE GOIÁS – UNIGOIÁS
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

GABRIELLA SILVA SOUZA

ORIENTADORA: DRA. GIOVANNA ADRIANA TAVARES GOMES

**QUANDO O ENGAJAMENTO CUSTA A INFÂNCIA: O CASO FELCA E A
ADULTIZAÇÃO DE CRIANÇAS NA COMUNICAÇÃO DIGITAL**

GOIÂNIA
2025

GABRIELLA SILVA SOUZA

**QUANDO O ENGAJAMENTO CUSTA A INFÂNCIA: O CASO FELCA E A
ADULTIZAÇÃO DE CRIANÇAS NA COMUNICAÇÃO DIGITAL**

Estudo de Caso apresentado como requisito parcial
para a disciplina Estudo de Caso em Comunicação,
do Curso de Comunicação Social – Publicidade e
Propaganda do Centro Universitário de Goiás –
UniGoiás
Orientadora: Dra. Giovanna Adriana Tavares
Gomes

GOIÂNIA
2025

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a minha orientadora Giovanna Tavares, pela dedicação, carisma, ensinamentos, paciência e tempo de orientação. Sua experiência e rigor acadêmico foram fundamentais para a construção de uma pesquisa consistente e de qualidade, Giovanna mulher que inspira seus alunos a sempre ir longe, mulher de força, garra, potencial e super inteligente. Estendo meu reconhecimento à instituição de ensino Uni Goais instituição de ensino maravilhoso, que ofereceu a estrutura e os recursos necessários para a realização deste estudo de caso tão importante, promovendo um ambiente de aprendizado e uma produção científica.

Registro também minha gratidão ao diretor Murilo por ter acreditado em mim mesmo eu começando meu estudo de caso pelo 2 e não pelo estudo de caso 1 como todos os alunos e agradeço a todos que participaram, obrigada a cada contribuição, sendo direta ou indireta, foi essencial para que este trabalho alcançasse sua conclusão final e cumprisse seus objetivos acadêmicos.

Estendo meus agradecimentos para minha mamãe, papai, irmã e marido que sempre esteve ao meu lado em todos os momentos sendo bons ou ruins, sempre apoiando as minhas decisões e no que é melhor pra mim, e hoje estou aqui concluindo o meu estudo de caso com muito orgulho e gratidão, rumo a finalização do curso.

RESUMO EXECUTIVO

O estudo tem como tema a adultização de crianças na comunicação digital e analisa o caso do influenciador Felipe Bressanim, conhecido como Felca, cujo vídeo sobre o assunto alcançou grande repercussão social e política. Partindo do título “Quando o engajamento custa a infância: o caso Felca e a adultização de crianças na comunicação digital”, a pesquisa situa-se no contexto das redes sociais como espaço de formação de opinião pública, em que influenciadores digitais assumem papel central na mediação de temas sensíveis, como exploração e exposição infantil. O objetivo principal é compreender como o conteúdo produzido por Felca sobre adultização infantil mobiliza emoções, gera engajamento, rompe o silêncio em torno do tema e contribui para a inclusão da pauta na agenda pública e política, culminando na discussão e aprovação de legislação específica no Brasil. Metodologicamente, trata-se de um estudo de caso de natureza qualitativa e caráter exploratório-descritivo, apoiado em revisão bibliográfica sobre a Teoria da Espiral do Silêncio e a Teoria do Agendamento, além de conceitos complementares como Gatekeeper e Newsmaking. Foram utilizados três procedimentos principais: análise de conteúdo audiovisual do vídeo publicado pelo influenciador, pesquisa bibliográfica e documental em fontes acadêmicas e jornalísticas e aplicação de um questionário online com 75 respondentes para captar percepções, emoções e reações do público frente ao conteúdo. Os resultados indicam que o vídeo foi percebido como claro, responsável e eticamente comprometido, com avaliação majoritária máxima em critérios como compreensão da mensagem, credibilidade do emissor, ausência de sensacionalismo e vontade de buscar mais informações ou interagir com o conteúdo. As respostas apontam predominância de sentimentos de indignação e preocupação, com alta intensidade emocional atribuída ao contato com o tema, o que evidencia a capacidade do vídeo de deslocar o assunto da esfera privada para o debate público. À luz da Espiral do Silêncio, observa-se que a manifestação de Felca encorajou pessoas que antes se calavam a se posicionar, contribuindo para a quebra do medo de isolamento e para a visibilidade de opiniões antes minoritárias. Já a Teoria do Agendamento ajuda a compreender como o influenciador, ao pautar a adultização infantil, contribuiu para que instituições midiáticas e políticas incluíssem o tema em suas agendas, favorecendo a discussão de medidas legais de proteção às crianças em ambientes digitais. Conclui-se que influenciadores digitais podem atuar como agentes relevantes na formação da opinião pública e na pressão por mudanças sociais, desde que utilizem sua visibilidade com responsabilidade comunicacional, reforçando a necessidade de um olhar crítico e ético sobre o poder de engajamento na internet.

Palavras-chave: adultização infantil; influenciadores digitais; espiral do silêncio; agenda-setting; comunicação digital.

1 INTRODUÇÃO

A expansão das mídias digitais ao longo da década de 2020 transformou profundamente a forma como temas sociais sensíveis são discutidos, percebidos e disputados na esfera pública. Nesse cenário, influenciadores digitais ocupam um lugar cada vez mais central na mediação entre acontecimentos, opinião pública e instituições, assumindo funções que, por muito tempo, estiveram concentradas na mídia tradicional. Entre esses temas, a adultização de crianças – entendida como a exposição precoce a conteúdos, comportamentos, linguagens e contextos próprios do universo adulto – ganha relevo por envolver diretamente direitos da infância, limites éticos da comunicação e responsabilidade social dos criadores de conteúdo. É nesse contexto que se insere o caso do influenciador Felipe Bressanim, conhecido como Felca, cujo vídeo sobre adultização infantil rompeu barreiras de engajamento, alcançou grande repercussão nas redes sociais e impulsionou debates no campo jurídico e político, culminando na discussão e aprovação de legislação específica no Brasil.

O estudo parte do título “Quando o engajamento custa a infância: o caso Felca e a adultização de crianças na comunicação digital” e toma como objeto principal o vídeo produzido pelo influenciador, publicado em suas redes sociais, no qual aborda de forma direta a exposição sexualizada de crianças em ambientes digitais e presenciais. Diferentemente de outros posicionamentos anteriores sobre o mesmo tema, o conteúdo de Felca alcançou números expressivos de visualizações, compartilhamentos e comentários, sendo amplamente repercutido por portais de notícia, programas televisivos e autoridades, o que o transformou em um marco comunicacional recente sobre o assunto. Assim, o fenômeno analisado não se limita ao vídeo em si, mas à forma como a mensagem se articula com a opinião pública, mobiliza emoções, rompe silenciamentos e contribui para a inclusão da pauta na agenda pública e política.

Diante desse cenário, o objetivo geral deste estudo é compreender de que maneira o conteúdo produzido por Felca sobre adultização infantil se torna um catalisador de debate social, sensibiliza o público e contribui para a pressão por mudanças normativas, evidenciando o papel dos influenciadores digitais na formação da opinião pública. Como objetivos específicos, busca-se: (a) analisar, à luz da Teoria da Espiral do Silêncio, como o vídeo contribui para romper o medo de se posicionar sobre um tema sensível, encorajando manifestações públicas antes pouco visíveis; (b) discutir, com base na Teoria do Agendamento (Agenda Setting), de que modo o conteúdo ajuda a pautar o tema da adultização infantil na mídia e nas instâncias políticas; (c) examinar a percepção do público sobre o vídeo, a partir de dados coletados por questionário online, identificando emoções

predominantes, avaliações de credibilidade e motivações para engajamento; e (d) refletir sobre os limites éticos e as possibilidades da atuação de influenciadores digitais em pautas de proteção à infância.

A relevância deste estudo se justifica por pelo menos três dimensões. Do ponto de vista social, o trabalho contribui para o debate sobre a proteção de crianças em ambientes digitais, problematizando práticas naturalizadas de exposição e exploração simbólica da infância em nome do entretenimento ou do engajamento. Do ponto de vista comunicacional, a pesquisa ilumina o papel de influenciadores como mediadores de temas públicos, evidenciando como escolhas de linguagem, tom, formato e plataforma interferem diretamente na recepção da mensagem e na capacidade de mobilização social. Por fim, no campo acadêmico, o estudo articula teorias clássicas da comunicação – como Espiral do Silêncio, Agenda Setting, Gatekeeper e Newsmaking – a um fenômeno recente da cultura digital brasileira, oferecendo um olhar atualizado sobre a circulação de temas sensíveis nas redes sociais e suas implicações políticas.

Em termos de percurso metodológico, a pesquisa adota abordagem qualitativa e caráter exploratório-descritivo, tomando o vídeo de Felca como estudo de caso. São combinadas quatro frentes principais: revisão bibliográfica sobre teorias da comunicação e da opinião pública; análise de conteúdo audiovisual do vídeo; levantamento e sistematização de materiais jornalísticos e institucionais relacionados ao caso e à tramitação da lei; e aplicação de questionário online a 75 respondentes, com questões sobre consumo de redes sociais, contato com o conteúdo, emoções sentidas e avaliação da mensagem. Essa combinação de procedimentos permite observar tanto o conteúdo produzido quanto os efeitos percebidos pelo público, articulando dimensões comunicacionais, emocionais e políticas.

Por fim, a estrutura do trabalho organiza-se em cinco capítulos principais. Após esta Introdução, o capítulo 2 apresenta a Fundamentação Teórica, discutindo os conceitos de adultização infantil, influência digital e as teorias da Espiral do Silêncio, Agenda Setting, Gatekeeper e Newsmaking, que sustentam a análise. O capítulo 3 descreve a Metodologia de Pesquisa, detalhando o tipo de estudo, as técnicas de coleta de dados, o universo e a amostra, bem como os procedimentos de análise. O capítulo 4, Análise do Objeto, caracteriza o caso Felca, apresenta os dados coletados (vídeo, materiais jornalísticos e resultados do questionário) e realiza a interpretação à luz do referencial teórico. Por fim, o capítulo 5, Considerações Finais, retoma os objetivos, sintetiza os principais achados, discute limitações e aponta possibilidades para pesquisas futuras sobre a atuação de influenciadores digitais em pautas de interesse público.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A presente fundamentação teórica reúne conceitos e abordagens que permitem compreender como a comunicação de massa e, mais recentemente, a comunicação digital participam da formação da opinião pública, da definição das pautas sociais e do silenciamento ou amplificação de determinadas vozes. Para analisar o caso de Felipe Bressanim (Felca) e o debate sobre adultização de crianças, torna-se necessário retomar contribuições clássicas sobre opinião pública, teorias de comunicação como a Espiral do Silêncio e a Agenda Setting, bem como modelos explicativos sobre a produção da notícia (Gatekeeper e Newsmaking) e o papel contemporâneo dos influenciadores digitais na circulação de temas sensíveis. A seguir, os tópicos são organizados de forma a construir um alicerce conceitual coerente com o objeto de estudo.

2.1 Comunicação, opinião pública e esfera digital

A discussão sobre opinião pública antecede em muito o surgimento dos meios de comunicação de massa, estando presente no pensamento de filósofos como Jean-Jacques Rousseau, John Locke, David Hume e James Madison. Em diferentes contextos, esses autores apontam que a vida em sociedade depende de uma espécie de “consenso” compartilhado, formado pela soma de juízos individuais que se transformam em normas, costumes e expectativas coletivas. Rousseau associa a opinião pública a uma “constituição invisível” que não está escrita em leis formais, mas orienta o comportamento social (ROUSSEAU apud HOHLFELDT, 2001); Locke enfatiza a ideia de um consenso tácito entre indivíduos e corpo social (LOCKE apud HOHLFELDT, 2001); Hume chama atenção para a importância da aprovação ou desaprovação coletiva (HUME apud HOHLFELDT, 2001); e Madison observa que a força da opinião aumenta à medida que os indivíduos percebem que muitos outros pensam da mesma forma (MADISON apud HOHLFELDT, 2001).

Com o desenvolvimento da imprensa, do rádio e da televisão, essa dinâmica passa a ser profundamente atravessada pelos meios de comunicação de massa. A mediação da realidade deixa de depender apenas da conversa face a face e passa a ser fortemente influenciada por conteúdos que circulam em larga escala, selecionados e organizados por veículos jornalísticos e por profissionais especializados, em um processo industrial e simbólico de produção de notícias (WOLF, 1995; PENA, 2005). No século XXI, com a popularização da internet e das redes sociais, um novo cenário se configura: qualquer pessoa com acesso às plataformas digitais pode produzir, comentar e compartilhar conteúdos, disputando visibilidade com a mídia tradicional. Influenciadores digitais, em particular, ocupam uma posição híbrida,

pois não são jornalistas, mas funcionam como mediadores entre fatos, interpretações e público, com alto poder de engajamento (MCCOMBS; SHAW, 1972; UNIASSELVI, [s.d.]).

Nesse contexto, a opinião pública continua sendo resultado da interação entre experiências pessoais, valores, identidades e informação mediada, mas a dinâmica de circulação desses conteúdos é acelerada e ampliada. Essa nova ambiência comunicacional torna especialmente relevante o estudo de teorias que explicam como certos temas ganham centralidade no debate público e por que determinadas vozes são amplificadas enquanto outras permanecem em silêncio – como a Teoria do Agendamento e a Teoria da Espiral do Silêncio (MCCOMBS; SHAW, 1972; NOELLE-NEUMANN, 2005; HOHLFELDT, 2001). São justamente essas questões que orientam a compreensão do caso Felca e do debate contemporâneo sobre adultização de crianças na comunicação digital.

2.2 Teoria da Espiral do Silêncio

A Teoria da Espiral do Silêncio, formulada por Elisabeth Noelle-Neumann na década de 1970, busca explicar por que algumas opiniões se tornam dominantes na esfera pública enquanto outras tendem a desaparecer do debate visível. Para a autora, os indivíduos não apenas têm opiniões, mas sentem necessidade de expressá-las; ao mesmo tempo, temem o isolamento social e a rejeição (NOELLE-NEUMANN, 2005). Quando percebem que sua opinião é minoritária ou pouco aceita, tendem a se calar, contribuindo para o fortalecimento da posição majoritária, dinâmica observada em suas pesquisas de opinião conduzidas ao longo de décadas pelo Instituto Allensbach, na Alemanha (INSTITUTO ALLENSBACH, [s.d.]).

Essa teoria se apoia em alguns elementos centrais: a sociedade ameaça os indivíduos desviantes com o risco de isolamento; as pessoas têm medo de serem excluídas do grupo; por isso, monitoram continuamente o “clima de opinião” – isto é, tentam perceber quais ideias estão ganhando força e quais estão perdendo espaço; a partir dessa avaliação, decidem se se manifestam publicamente ou se permanecem em silêncio. Ao longo do tempo, esse processo produz uma espiral: a opinião percebida como majoritária ganha cada vez mais voz, enquanto a opinião minoritária é silenciosamente empurrada para a invisibilidade (NOELLE-NEUMANN, 2005; HOHLFELDT, 2001).

Autores como Hohlfeldt (2001) e Wolf (1995) destacam que a Espiral do Silêncio chama atenção para dimensões psicológicas e sociais da comunicação que muitas teorias democráticas clássicas ignoravam, como o medo do julgamento, a pressão para conformidade e o papel da mídia na criação de um “clima” que legitima algumas posições e deslegitima outras. Clóvis de Barros Filho (2009) reforça que o medo do isolamento é um dos maiores obstáculos à liberdade de expressão e à construção de um espaço público verdadeiramente

plural, aproximando a discussão da ética da comunicação e da responsabilidade dos emissores na esfera pública.

No contexto das redes sociais, a teoria ganha novas nuances. De um lado, plataformas como Instagram, YouTube e TikTok ampliam as possibilidades de expressão, permitindo que indivíduos comuns se manifestem sobre temas sensíveis. De outro, algoritmos, bolhas de filtragem e dinâmicas de linchamento virtual podem reforçar o medo de exposição, incentivando a autocensura (WOLF, 1995; HOHLFELDT, 2001). Em temas moralmente delicados – como sexualização de crianças, responsabilidades parentais ou limites do entretenimento – a tendência ao silêncio pode ser ainda maior, já que o risco de julgamento é elevado, o que confirma a atualidade das hipóteses formuladas por Noelle-Neumann (2005).

Nesse sentido, a atuação de um influenciador com grande alcance, que decide se posicionar de forma clara e responsável sobre adultização infantil, pode funcionar como um ponto de ruptura na espiral: ao tornar visível uma opinião até então marginalizada ou pouco debatida, ele legitima a fala de outros sujeitos que compartilhavam a mesma inquietação, mas não se sentiam à vontade para se manifestar (BARROS FILHO, 2009; HOHLFELDT, 2001). A análise do caso Felca, neste estudo, parte justamente da hipótese de que seu vídeo contribuiu para quebrar um silêncio social em torno da exploração simbólica de crianças em nome do entretenimento e do engajamento digital, abrindo espaço para manifestações públicas, cobertura jornalística e até desdobramentos no campo jurídico e político (G1, 2025; SENADO FEDERAL, 2025).

2.3 Teoria do Agendamento (Agenda Setting)

A Teoria do Agendamento, proposta por Maxwell McCombs e Donald Shaw a partir de estudos realizados nas eleições norte-americanas de 1968, parte da premissa de que a mídia não diz às pessoas “o que pensar”, mas exerce forte influência sobre “sobre o que pensar” (MCCOMBS; SHAW, 1972). Ao selecionar certos temas, destacar determinados problemas e omitir outros, os meios de comunicação contribuem para definir quais assuntos serão percebidos pelo público como mais importantes em um dado período, reforçando a centralidade da visibilidade na construção da agenda pública (UNIASSELVI, [s.d.]).

Essa influência ocorre em pelo menos dois níveis. No primeiro nível, chamado de agendamento de temas (issue salience), a mídia define a relevância dos assuntos ao lhes dedicar mais ou menos espaço de cobertura (MCCOMBS; SHAW, 1972). No segundo nível, conhecido como agendamento de atributos, os veículos determinam quais aspectos de um tema serão enfatizados – por exemplo, ao abordar a adultização infantil como problema moral, jurídico, econômico ou de saúde mental –, operando verdadeiros enquadramentos que

orientam a percepção do público (PENA, 2005).

Com a expansão da internet e das redes sociais, o agendamento deixou de ser exclusividade da mídia tradicional. Plataformas digitais permitiram o surgimento de novos atores com capacidade de definir pautas, entre eles os influenciadores digitais, que disputam espaço com a imprensa e com as instituições políticas na definição do que é “relevante” em cada momento (UNIASSELVI, [s.d.]). Embora não ocupem o lugar institucional dos veículos jornalísticos, esses criadores de conteúdo também escolhem temas, recortes e enfoques, instaurando uma espécie de “agenda híbrida”, na qual mídia tradicional e midiativismo digital se influenciam mutuamente (MCCOMBS; SHAW, 1972; PENA, 2005).

No caso deste estudo, o vídeo de Felca funciona como um disparador de agenda: ao tratar de maneira contundente a adultização infantil, o influenciador contribui para trazer à superfície uma discussão que, embora presente em alguns círculos, não ocupava o centro do debate público. A posterior repercussão em portais de notícia, programas de televisão e instâncias políticas confirma que o conteúdo digital pode atravessar fronteiras e ser incorporado às agendas da imprensa e do sistema político (G1, 2025; SENADO FEDERAL, 2025), configurando uma cadeia de agendamento em múltiplos níveis, que começa nas redes sociais e alcança o debate institucional..

2.4 Gatekeeper, Newsmaking e seleção das pautas

Embora a Teoria do Agendamento (MCCOMBS; SHAW, 1972) explique como a visibilidade de determinados temas influencia a opinião pública, ela não se aprofunda em como ocorre, dentro dos processos produtivos, a escolha do que será efetivamente noticiado. As abordagens de Gatekeeper e Newsmaking surgem como complementares ao Agenda Setting, ao examinar os mecanismos internos de seleção, filtragem e construção da notícia (UNIASSELVI, s.d.).

O conceito de *Gatekeeper* foi introduzido por David Manning White em 1950, a partir da análise do trabalho de um editor que, diariamente, precisava escolher quais notícias seriam publicadas e quais seriam descartadas. A metáfora do “guardião do portão” sintetiza a ideia de que, em meio ao grande fluxo de informações, há profissionais e instâncias que filtram o que chega ao público (WHITE, 1950). Pena (2005) argumenta que, mais do que preferências pessoais, esses filtros são influenciados por rotinas produtivas, limitações de tempo e espaço, linha editorial e expectativas do público, reforçando o caráter organizado e sistemático da produção jornalística.

A teoria do *Newsmaking* aprofunda esse olhar ao compreender a notícia não como um simples reflexo da realidade, mas como produto de um processo industrial, social e simbólico.

Critérios de noticiabilidade – como novidade, relevância, conflito, proximidade, impacto e interesse humano – orientam a seleção e a hierarquização dos acontecimentos (PENA, 2005). Assim, o que se torna notícia é resultado de uma combinação entre acontecimentos, valores-notícia e rotinas de produção, em consonância com a lógica de agendamento descrita por McCombs e Shaw (1972).

No cenário digital, *Gatekeeper* e *Newsmaking* ganham novos contornos. Em vez de apenas editores de redação, há agora também “gatekeepers algorítmicos”, como os sistemas de recomendação das plataformas, e gatekeepers humanos que atuam fora das redações tradicionais, como influenciadores, curadores de conteúdo e administradores de perfis coletivos (UNIASSELVI, s.d.). Ao decidir sobre o que falar, que recortes fazer, que exemplos utilizar e com que tom se posicionar, esses atores também selecionam e enquadram temas, influenciando o que circulará com mais força e potencializando efeitos de visibilidade semelhantes aos descritos pela Teoria do Agendamento.

No caso Felca, é possível observar uma dupla operação de gatekeeping. Primeiro, o próprio influenciador decide produzir um vídeo aprofundado sobre adultização infantil, selecionando exemplos, argumentos e estratégias de linguagem. Em seguida, veículos de comunicação e páginas de notícias escolhem repercutir esse conteúdo, enquadrando-o como “fenômeno viral”, “mobilização social” ou “caso que chegou ao Congresso” (SENADO FEDERAL, 2025). A articulação entre essas camadas contribui para transformar um discurso individual em fato público, com efeitos concretos no debate político e na formulação de políticas de proteção à infância.

2.5 Adultização infantil, infância e mídia

Embora este trabalho não se aprofunde em estudos específicos da psicologia do desenvolvimento ou da pedagogia, é necessário delimitar, ao menos em termos conceituais, o que se entende por adultização infantil no contexto da comunicação digital. O termo é utilizado aqui para designar práticas que expõem crianças a situações, discursos, imagens e comportamentos associados ao universo adulto, especialmente de conotação sexual, estética ou comportamental, em ritmo e intensidade incompatíveis com sua fase de desenvolvimento, em linha com o que apontam organizações de defesa de direitos da infância ao tratar de sexualização precoce e exposição abusiva nas mídias digitais (INSTITUTO ALANA, s.d.; UNICEF, 2023).

Na esfera midiática, a adultização pode se manifestar de diversas formas: sexualização precoce em vídeos de dança, roupas e poses que remetem a imaginários eróticos, discursos que normalizam comportamentos inadequados para a idade, bem como a

participação constante em conteúdos que transformam a infância em espetáculo e fonte de engajamento. Em muitos casos, essas práticas são apresentadas como “brincadeira”, “tendência” ou “moda”, o que contribui para sua naturalização e para a banalização da violação de direitos previstos no Estatuto da Criança e do Adolescente (BRASIL, 1990).

As redes sociais intensificam esse fenômeno ao transformar visibilidade em capital simbólico e econômico: quanto mais visualizações, curtidas, comentários e compartilhamentos, maior o potencial de monetização e reconhecimento social. Estudos recentes sobre exposição infantil nas plataformas digitais mostram que famílias, produtores de conteúdo e até marcas podem ser tentados a explorar a imagem de crianças para aumentar alcance e engajamento, muitas vezes sem plena consciência das consequências emocionais, sociais e jurídicas dessa exposição (GRITOS DO SILÊNCIO, 2024; SECOM, 2025).

Nesse contexto, a discussão sobre adultização infantil deixa de ser apenas um debate moral e passa a envolver direitos da criança e do adolescente, responsabilidade de cuidadores, limites éticos da comunicação e regulação de ambientes digitais. Ao denunciar essas práticas e questionar a normalização da exploração da imagem infantil em busca de engajamento, o vídeo de Felca se insere em uma disputa simbólica sobre o que é considerado aceitável ou inaceitável na representação da infância, tensionando a lógica de visibilidade a qualquer custo e aproximando o debate das agendas de proteção integral e regulação do ambiente digital (MCCOMBS; SHAW, 1972; NOELLE-NEUMANN, 1974).

2.6 Influenciadores digitais, engajamento e poder na esfera pública

Os influenciadores digitais emergem, nas últimas décadas, como figuras centrais na ecologia da comunicação em rede, ocupando um espaço antes restrito às celebridades vinculadas à televisão, ao rádio e à imprensa tradicional (PENA, 2005). Diferentemente dessas figuras midiáticas clássicas, cuja visibilidade dependia de grandes veículos, os criadores de conteúdo constroem sua audiência a partir de interações constantes com seguidores, produção recorrente de vídeos, textos e imagens, além do uso intensivo de ferramentas de engajamento, como comentários, enquetes, lives, duetos e “stitches” (MCCOMBS; SHAW, 1972; UNIASSELVI, [s.d.]). Do ponto de vista da comunicação, esses atores exercem múltiplas funções simultaneamente: são emissores, editores, curadores, comentaristas e, muitas vezes, personagens das narrativas que constroem, aproximando-se, em certa medida, do papel de gatekeepers e produtores de notícia descritos pelas teorias de Gatekeeper e Newsmaking (WHITE, 1950; PENNA, 2005).

Como ensinam a Teoria do Agendamento e a Teoria da Espiral do Silêncio, o poder de definir temas relevantes e legitimar determinadas posições não é neutro: ao selecionar

tópicos, enquadrar problemas e reiterar certas interpretações, agentes mediadores contribuem para estabelecer o “clima de opinião” e orientar a agenda pública (MCCOMBS; SHAW, 1972; NOELLE-NEUMANN, 2005; HOHLFELDT, 2001). Ao escolher abordar a adultização infantil em tom sério, com linguagem acessível e foco na proteção das crianças, o influenciador analisado neste estudo mobiliza seu capital simbólico em favor de uma causa pública, rompendo com a lógica de entretenimento superficial que muitas vezes domina as plataformas digitais e abrindo espaço para que outras vozes se manifestem (WOLF, 1995; BARROS FILHO, 2009).

A análise das respostas ao questionário aplicado na pesquisa reforça esse papel. Os participantes avaliaram o vídeo como claro, responsável e confiável, relataram emoções intensas — como indignação e preocupação — e indicaram desejo de buscar mais informações e compartilhar o conteúdo. Esses resultados dialogam com a Agenda Setting ao mostrar que o vídeo conseguiu colocar a adultização infantil na agenda mental dos espectadores (MCCOMBS; SHAW, 1972); e com a Espiral do Silêncio ao evidenciar que muitos passaram a se sentir mais à vontade para se posicionar sobre o tema após verem a manifestação pública do influenciador, rompendo o medo de isolamento e a autocensura (NOELLE-NEUMANN, 2005; HOHLFELDT, 2001).

Além disso, a repercussão do caso em veículos jornalísticos e em instâncias legislativas revela que a fronteira entre “conteúdo de internet” e “debate institucional” está cada vez mais porosa, configurando uma cadeia de agendamentos em múltiplos níveis: do criador de conteúdo às redes sociais, destas à imprensa e, em seguida, ao sistema político (MCCOMBS; SHAW, 1972; UNIASSELVI, [s.d.]). Influenciadores, ao se engajarem em pautas sociais, podem funcionar como catalisadores de processos de agendamento que atravessam o ambiente digital, a mídia tradicional e a política institucional, ainda que nem todo conteúdo viral resulte em mudança legislativa. O caso analisado indica que, em determinadas condições — combinação de tema sensível, credibilidade do emissor, clareza da mensagem, clima de opinião favorável e cobertura da mídia — o discurso de um influenciador pode contribuir para deslocar debates do campo do entretenimento para o campo das políticas públicas (WOLF, 1995; PENA, 2005).

Assim, a fundamentação teórica aqui apresentada permite compreender o caso Felca como um fenômeno comunicacional complexo, situado na intersecção entre opinião pública, teorias da mídia e comunicação digital. A articulação entre Espiral do Silêncio, Agenda Setting, Gatekeeper, Newsmaking, debates sobre adultização infantil e estudos sobre influenciadores digitais fornece o suporte necessário para, nos capítulos seguintes, analisar de forma crítica como a expressão “quando o engajamento custa a infância” deixa de ser apenas uma frase de efeito e se torna uma questão de interesse social, comunicacional e político (NOELLE-

NEUMANN, 2005; MCCOMBS; SHAW, 1972; PENA, 2005; HOHLFELDT, 2001).

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

A metodologia de pesquisa descreve o caminho adotado para alcançar o objetivo central deste estudo: analisar o caso Felca e compreender de que maneira um influenciador digital contribuiu para pautar o debate público sobre a adultização de crianças na comunicação digital. Em consonância com a função da metodologia em trabalhos em Comunicação, busca-se garantir rigor, transparência e coerência entre objetivos, referencial teórico e procedimentos empíricos (GIL, 2008; MINAYO, 2012). A seguir, apresentam-se o tipo de pesquisa, as técnicas de coleta de dados, o universo e a amostra, bem como os procedimentos de análise.

3.1 Tipo de pesquisa

Esta pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, com abordagem qualitativa apoiada por dados quantitativos. As pesquisas exploratórias são recomendadas quando o tema é recente, pouco sistematizado e demanda maior familiaridade do pesquisador com o fenômeno (GIL, 2008). Já a dimensão descritiva se justifica pela intenção de registrar, organizar e interpretar dados sobre o caso Felca, o alcance do vídeo, as percepções dos respondentes e os desdobramentos comunicacionais e políticos observados (LAKATOS; MARCONI, 2003).

A abordagem qualitativa é central porque o foco recai sobre significados, percepções, sentimentos e interpretações sociais – elementos que não se esgotam em números e requerem compreensão em profundidade (MINAYO, 2012). Os dados quantitativos oriundos do questionário online cumprem função complementar, permitindo caracterizar o perfil dos respondentes e visualizar tendências nas respostas, sem pretensão de generalização estatística, em linha com o que Flick (2009) descreve como uso de “múltiplas estratégias” em pesquisas qualitativas.

3.2 Técnicas de coleta de dados

Foram utilizadas três técnicas principais de coleta de dados: pesquisa bibliográfica e documental, análise de conteúdo audiovisual e questionário online estruturado.

A pesquisa bibliográfica e documental, conforme Gil (2008), é indicada quando se pretende construir um arcabouço teórico sólido a partir de livros, artigos, documentos institucionais e materiais em meio digital. Neste estudo, esse levantamento abrangeu obras sobre opinião pública, Teoria do Agendamento, Teoria da Espiral do Silêncio, Gatekeeper,

Newsmaking, influenciadores digitais e adultização infantil, além de reportagens e documentos oficiais sobre a repercussão do caso Felca e a tramitação da “lei Felca”.

A análise de conteúdo audiovisual foi aplicada ao vídeo publicado por Felipe Bressanim (Felca) em seu perfil no Instagram e a conteúdos relacionados em outras plataformas. A opção por essa técnica dialoga com a proposta de Bardin (2011), para quem a análise de conteúdo permite, por meio de procedimentos sistemáticos, inferir sentidos e estruturas de significação presentes em mensagens midiáticas. O vídeo foi examinado quanto à organização do discurso, à construção da imagem do influenciador, às escolhas de exemplos, ao tom argumentativo e aos apelos dirigidos ao público e às autoridades.

O questionário online estruturado, por sua vez, foi utilizado como instrumento de coleta de dados junto a usuários de redes sociais. De acordo com Lakatos e Marconi (2003), questionários são adequados para levantar opiniões, atitudes e percepções de um grupo de respondentes de forma padronizada. O instrumento aplicado reuniu questões fechadas e escalas de avaliação, contemplando perfil sociodemográfico, hábitos de consumo de conteúdo, forma de contato com o vídeo, avaliação da clareza, responsabilidade e credibilidade da mensagem, emoções despertadas e percepção de ruídos comunicacionais.

3.3 Universo e amostra

O universo da pesquisa corresponde a usuários brasileiros de redes sociais que consomem conteúdos sobre temas sociais e, potencialmente, tiveram contato com o vídeo de Felca ou com sua repercussão na mídia digital e tradicional.

A amostra é não probabilística, por adesão, composta por 75 respondentes que aceitaram participar voluntariamente do questionário. Esse tipo de amostragem é frequente em pesquisas em Ciências Humanas e Sociais quando o objetivo é compreender opiniões e sentidos produzidos em um recorte específico, e não produzir inferências estatísticas para a população como um todo (GIL, 2008). Assim, o foco recai sobre a qualidade interpretativa das respostas e sobre os padrões observados nas percepções, e não sobre representatividade numérica.

3.4 Justificativa dos métodos

A combinação de técnicas adotada – bibliográfica/documental, análise de conteúdo e questionário – está alinhada ao princípio de triangulação metodológica, recomendado em pesquisas em Comunicação para aumentar a consistência dos resultados e cruzar diferentes fontes de evidência (DENZIN, 2006; FLICK, 2009).

A pesquisa bibliográfica e documental oferece o suporte conceitual necessário para compreender o papel da mídia e dos influenciadores digitais em processos de agendamento e formação de opinião pública. A análise de conteúdo audiovisual permite ir além de métricas de engajamento e examinar a construção discursiva do vídeo, em sintonia com Bardin (2011), que destaca a importância de relacionar forma, conteúdo e contexto na interpretação de mensagens midiáticas.

O uso do questionário online se justifica pela necessidade de captar a recepção do público, suas emoções, avaliações e percepções sobre o tema tratado. Como indicam Lakatos e Marconi (2003), esse tipo de instrumento é adequado quando se deseja obter, de forma padronizada, informações de um conjunto de sujeitos sobre um fenômeno específico. No contexto digital, a aplicação online também facilita o alcance de respondentes de diferentes locais, dialogando com o próprio ambiente em que o caso se desenvolveu – as redes sociais.

3.5 Procedimentos de análise de dados

A análise dos dados seguiu uma lógica de triangulação entre o material empírico e o referencial teórico. Em um primeiro momento, o vídeo de Felca foi examinado à luz da análise de conteúdo, buscando identificar categorias como definição do problema, enquadramento da adultização infantil, estratégias de construção de credibilidade e apelos à ação. Essa etapa dialoga com a perspectiva de Bardin (2011), segundo a qual a categorização é um procedimento central para revelar significados latentes nas mensagens.

Na sequência, as respostas do questionário foram organizadas e descritas em termos de frequências e porcentagens, o que permitiu caracterizar o perfil dos respondentes e mapear tendências em variáveis como clareza percebida da mensagem, confiança no influenciador, emoções predominantes e intensidade emocional. Esses dados quantitativos foram então interpretados qualitativamente, em consonância com a abordagem proposta por Minayo (2012) para pesquisas sociais, na qual números são ponto de partida para compreensão de sentidos, e não ponto de chegada.

Por fim, os resultados empíricos foram articulados às teorias de Agenda Setting, Espiral do Silêncio, Gatekeeper e Newsmaking, bem como às discussões sobre influenciadores digitais e adultização infantil. Essa articulação busca o que Yin (2015) descreve como “generalização analítica” em estudos de caso: em vez de generalizar para uma população, procura-se relacionar o caso estudado a conceitos e modelos teóricos mais amplos, verificando como o episódio Felca exemplifica ou tensiona essas abordagens. Dessa forma, a metodologia adotada permite compreender o caso não apenas como um evento isolado, mas como um fenômeno comunicacional situado em um contexto maior de disputas

de sentido na esfera pública digital.

4 ANÁLISE DO OBJETO

Este capítulo analisa o caso “Quando o engajamento custa a infância” a partir de três frentes principais: o vídeo produzido por Felipe Bressanim (Felca) sobre adultização de crianças, a recepção desse conteúdo por parte dos respondentes do questionário aplicado e os desdobramentos comunicacionais observados à luz das teorias discutidas na Fundamentação Teórica. Busca-se, assim, ir além da descrição do fenômeno e evidenciar como o vídeo atua na formação da opinião pública, na ruptura de silêncios sociais e no agendamento de pautas sensíveis na esfera digital.

4.1 Caracterização do vídeo de Felca como objeto empírico

O objeto central deste estudo é o vídeo publicado por Felipe Bressanim, conhecido como Felca, em seu perfil no Instagram, no qual o influenciador aborda de forma direta o tema da adultização infantil. Aos 27 anos, Felca é comediante, youtuber e criador de conteúdo digital, com grande alcance entre públicos jovem e adulto. Nesse vídeo específico, ele abandona o tom predominantemente humorístico e assume uma postura séria, didática e argumentativa, com foco na proteção de crianças em ambientes digitais.

Do ponto de vista técnico, trata-se de um vídeo de aproximadamente 3 minutos e 18 segundos, gravado em formato vertical, com enquadramento simples e foco na fala do influenciador. O conteúdo apresenta uma explicação clara do que é adultização infantil, exemplifica situações de exposição inadequada de crianças em contextos de dança, vestuário e performance e questiona explicitamente a normalização desses comportamentos em nome do entretenimento e do engajamento.

Os dados de engajamento evidenciam o alcance extraordinário da peça comunicacional: milhões de visualizações, 8,7 milhões de curtidas, 379 mil comentários, 579 mil compartilhamentos diretos e cerca de 1,7 milhão de compartilhamentos adicionais, conforme levantamento realizado em novembro de 2024. Esses números indicam que o vídeo ultrapassa a condição de “post qualquer” e se consolida como um marco na discussão pública sobre o tema.

Para sistematizar essas informações, sugere-se a apresentação do Quadro 1. A relevância social do vídeo se expressa não apenas nesses números, mas nos desdobramentos posteriores: repercussão em portais de notícia, debates em programas televisivos e tramitação de projeto de lei no Senado Federal tratando especificamente da proteção de crianças em ambientes digitais. Em termos de Teoria do Agendamento, o vídeo funciona como disparador de agenda, deslocando a adultização de um “incômodo difuso” para

o centro do debate público (MCCOMBS; SHAW, 1972).

Quadro 1 – Caracterização do vídeo de Felca sobre adultização infantil

Elemento	Descrição
Plataforma principal	Instagram
Duração aproximada	3 minutos e 18 segundos (3'18")
Tema central	Adultização infantil e exposição de crianças na internet
Tom da mensagem	Sério, didático e argumentativo
Curtidas	Aproximadamente 8,7 milhões
Comentários	Aproximadamente 379 mil
Compartilhamentos diretos	Aproximadamente 579 mil
Compartilhamentos adicionais	Aproximadamente 1,7 milhão

Fonte: dados coletados pela autora (2025).

4.2 Perfil dos respondentes e contexto de recepção

Para compreender como o vídeo foi recebido por parte do público, aplicou-se um questionário online com 75 respondentes. O perfil sociodemográfico da amostra indica predominância de jovens adultos, com razoável nível de escolaridade e alta inserção em redes sociais – características coerentes com o público-alvo típico de influenciadores digitais. De forma sintética, os resultados indicam:

- Idade: 70,7% entre 18 e 24 anos; 12% entre 25 e 34 anos; 5,3% entre 35 e 44 anos; 12% com 45 anos ou mais.
- Gênero: 57,3% feminino; 40% masculino; 2,7% prefiro não dizer.
- Escolaridade: 38,4% com ensino superior; 15,1% com pós-graduação; 42,5% com ensino médio; 4,1% com ensino fundamental.
- Tempo em redes sociais: a maior parte passa de 3 a mais de 10 horas semanais conectada.
- Consumo de criadores de opinião: mais de 80% afirmam consumir conteúdos de influenciadores que comentam temas atuais entre “às vezes” ou “frequentemente”.
- Quanto ao contato direto com o caso analisado, 48,0% dos respondentes afirmam ter assistido ao vídeo completo, 42,7% viram apenas trechos ou clipes, 8,0% não assistiram diretamente, mas tiveram contato com notícias, prints ou comentários sobre o tema, e 1,3% declararam não ter tido qualquer contato com o conteúdo. A maioria já conhecia Felca antes desse vídeo (85,3%), o que sinaliza um vínculo prévio de confiança e familiaridade com o influenciador, enquanto 12,0% afirmam não conhecê-

lo anteriormente e 2,7% não se lembram.

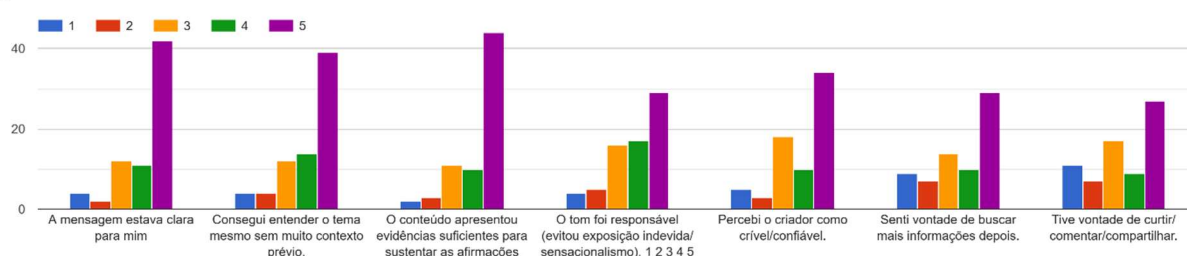
Em termos de circulação, os respondentes apontaram principalmente YouTube, Instagram e TikTok como plataformas de contato com o vídeo ou seus desdobramentos, além de presença em TV e portais de notícia. Esse dado reforça a ideia de uma “agenda híbrida”, em que mídias digitais e tradicionais se retroalimentam na construção da relevância do tema.

4.3 Avaliação do conteúdo: clareza, responsabilidade e credibilidade

As questões avaliativas do questionário utilizaram escala de 1 a 5 (em que 1 significa “discordo totalmente” e 5 “concordo totalmente”) para medir a percepção dos respondentes sobre clareza da mensagem, compreensão do tema, responsabilidade no trato do assunto, credibilidade do emissor e desejo de buscar mais informações. Em praticamente todos os itens, a maior parte das respostas concentrou-se no valor máximo da escala, indicando alta aprovação do conteúdo.

De forma geral, os participantes avaliaram que a mensagem estava clara, que foi possível compreender o tema mesmo sem grande contexto prévio e que o vídeo apresentou evidências suficientes para sustentar as afirmações. Também consideraram que o tom adotado evitou sensacionalismo e exposição indevida, perceberam o influenciador como crível e confiável e relataram ter sentido vontade tanto de buscar mais informações quanto de curtir, comentar ou compartilhar o vídeo. Esses resultados podem ser sintetizados em um gráfico de barras, representando a distribuição das respostas em cada item avaliado:

Gráfico 1 – Avaliação do vídeo quanto à clareza, responsabilidade e credibilidade (escala 1–5)



Fonte: dados da pesquisa (2025).

Do ponto de vista analítico, os dados indicam que o vídeo cumpre de forma exemplar a função de agendamento de temas descrita por McCombs e Shaw (1972): ao tratar a adultização infantil com clareza, responsabilidade e credibilidade, o influenciador consegue colocar o assunto na “agenda mental” dos espectadores, despertando interesse ativo e vontade de engajamento. Diferentemente de conteúdos superficiais, o caso Felca reforça a ideia de que influenciadores podem operar como mediadores sérios de debates públicos,

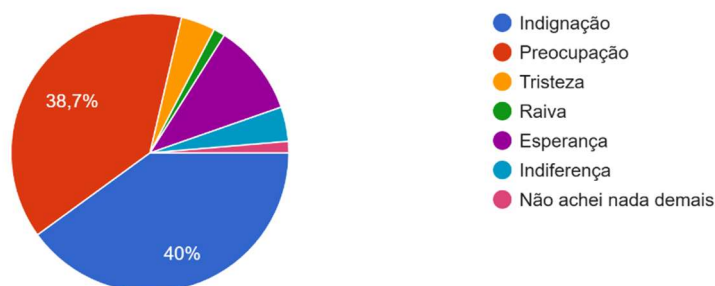
aproximando-se, em certa medida, da função tradicionalmente exercida pela mídia jornalística.

4.4 Emoções despertadas e ruptura da espiral do silêncio

Outra dimensão relevante do questionário diz respeito às emoções predominantes e à intensidade emocional despertada pelo contato com o tema da adultização. À pergunta sobre qual sentimento foi mais forte ao ter contato com o conteúdo, os respondentes indicaram principalmente indignação (44,6%) e preocupação (39,3%), seguidas de tristeza (2,1%), raiva (4,0%), esperança (7,0%) e indiferença (3,0%).

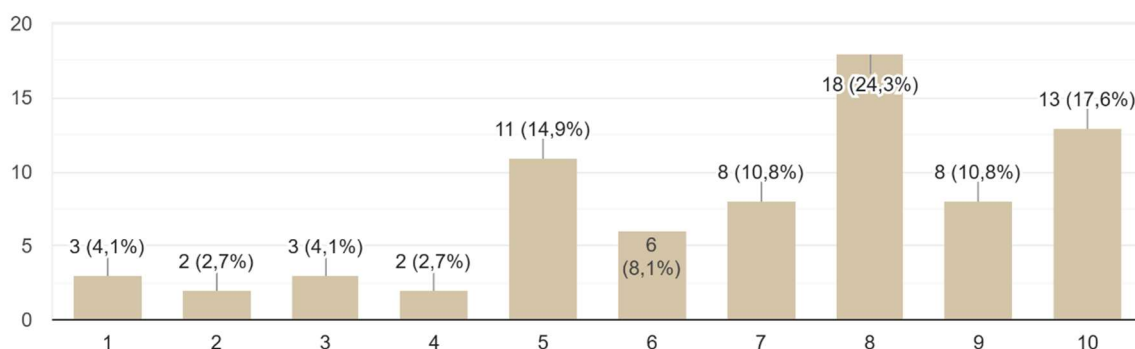
Além disso, ao avaliar a intensidade emocional em uma escala de 0 a 10, as maiores frequências concentraram-se nas notas 8, 9 e 10, o que indica que boa parte do público vivenciou emoções consideradas fortes ao assistir ao vídeo. Esses resultados podem ser apresentados da seguinte forma:

Gráfico 2 – Emoção principal ao contato com o tema adultização (em %)



Fonte: dados da pesquisa (2025).

Gráfico 3 – Intensidade emocional atribuída ao conteúdo (escala 0–10)



Fonte: dados da pesquisa (2025).

À luz da Teoria da Espiral do Silêncio (NOELLE-NEUMANN, 2005), esses achados são particularmente significativos. Em temas moralmente sensíveis, como sexualização de crianças, é comum que indivíduos evitem se posicionar publicamente por medo de julgamento, polêmica ou isolamento social (HOHLFELDT, 2001; WOLF, 1995). O fato de o vídeo ter

suscitado indignação e preocupação intensas sugere que havia um incômodo prévio, porém pouco verbalizado.

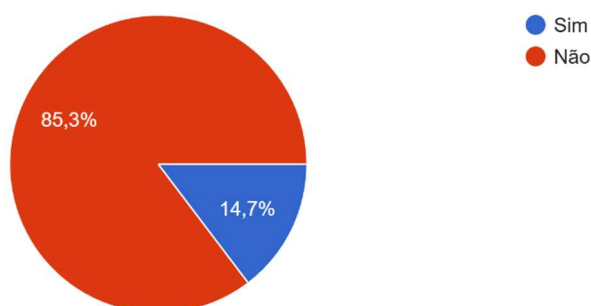
Ao se posicionar de modo claro e responsável, Felca funciona como uma espécie de “ponto de ruptura” na espiral do silêncio: sua fala legitima a expressão de sentimentos que estavam latentes, mas pouco visíveis. Como aponta Barros Filho (2009), o medo do isolamento é um dos grandes bloqueios à liberdade de expressão; quando uma figura com credibilidade rompe esse medo e nomeia um problema, cria condições para que outras pessoas também se manifestem.

Os dados do questionário reforçam essa leitura: muitos respondentes declararam que o vídeo os motivou a refletir, buscar mais informações e compartilhar o conteúdo com outras pessoas. Em outras palavras, o caso analisado sugere uma passagem do silêncio para a fala, da naturalização da adultização para a problematização pública do fenômeno.

4.5 Ruídos, circulação da mensagem e confiança comunicacional

O questionário também investigou a percepção de ruídos na circulação da mensagem, como boatos, cortes fora de contexto ou informações contraditórias. A grande maioria dos participantes (85,7%) respondeu que não percebeu ruídos desse tipo, enquanto 14,3% indicaram ter identificado algum problema na circulação do conteúdo. Entre os que responderam “sim”, os principais exemplos citados foram fake news tentando desqualificar o denunciante, pessoas apoiando o lado contrário com argumentos contraditórios e comentários errôneos sobre o assunto, o que indica tentativas pontuais de distorcer o foco do debate ou deslegitimar o posicionamento de Felca.

Gráfico 4 – Percepção de ruídos na circulação da mensagem.



Fonte: dados da pesquisa (2025).

Esse resultado é relevante em termos de Teoria da Comunicação. Toda mensagem está sujeita a ruídos – interferências que podem distorcer o que o emissor pretende dizer –, especialmente em ambientes digitais marcados por recortes, memes, montagens e

desinformação. No entanto, no caso Felca, os dados sugerem que a forma como o vídeo foi estruturado (linguagem clara, exemplos concretos, argumentação coerente) e o modo como foi repercutido por diferentes canais contribuíram para preservar a integridade da mensagem principal.

Conectando esse dado à Teoria do Agendamento, é possível inferir que a baixa percepção de ruídos ajudou a manter o foco no problema central – a adultização infantil – em vez de deslocar o debate para disputas pessoais, tentativas de desqualificação do emissor ou polêmicas laterais. Assim, a mensagem atingiu o público de forma relativamente “limpa”, reforçando a credibilidade do influenciador e aumentando as chances de o tema permanecer na agenda pública (MCCOMBS; SHAW, 1972).

4.6 Percepções sintéticas sobre o impacto da comunicação (respostas abertas)

As respostas abertas à pergunta “Em uma frase: o que mais te impactou na comunicação desse caso?” ajudam a aprofundar a compreensão qualitativa do impacto do vídeo para além dos números de engajamento. De maneira geral, emergem quatro grandes eixos de sentido: a denúncia da naturalização da adultização, a omissão de instituições e da sociedade, a exposição e exploração de crianças em nome do engajamento e o reconhecimento da força comunicacional de Felca.

Muitos respondentes destacam a constatação de que a situação já era conhecida, mas socialmente ignorada: frases como “todos sabem que acontece, este tipo de exploração, a denúncia tirou o véu social” e “já era algo visível, mas as pessoas não enxergavam porque não queriam” expressam a ideia de que o vídeo não criou o problema, mas o tornou inadiável. Essa percepção dialoga diretamente com a Teoria da Espiral do Silêncio (NOELLE-NEUMANN, 2005; HOHLFELDT, 2001; WOLF, 1995), ao sugerir que havia um incômodo latente sobre a sexualização de crianças, porém mantido em silêncio por medo, acomodação ou normalização. Ao tornar a denúncia pública e estruturada, Felca rompe simbolicamente esse silêncio e legitima que outros também se posicionem.

Outro núcleo recorrente nas respostas é o choque com a omissão de adultos e instituições. Vários participantes mencionam “o silêncio e a falta de atitude de órgãos”, “o descaso da sociedade em relação às nossas crianças”, “o descaso do governo antes da popularização do tema” e “pais explorando filhos via internet”. Essas falas deslocam o foco da indignação apenas do agressor direto para um sistema mais amplo de negligência – que envolve famílias, público, plataformas e Estado. Ao enfatizar que “um criador de conteúdo teve mais atitude que o próprio governo”, alguns respondentes reconhecem no influenciador um papel de agente público de fato, aproximando sua atuação da função de agendamento

discutida por McCombs e Shaw (1972), ainda que exercida fora da mídia tradicional.

Há também um conjunto expressivo de respostas centradas na vulnerabilidade das crianças e na lógica do engajamento a qualquer custo: menções à “exposição infantil”, à ideia de que “um compartilhamento inocente pode virar material de consumo para pedófilos”, à “exposição dos pais com suas crianças por dinheiro” e ao fato de que “dinheiro e fama podem acabar com vidas e futuros”. Essas formulações reforçam a pertinência de discutir adultização não apenas como problema moral, mas como questão comunicacional, econômica e política, na qual a infância é transformada em conteúdo e capital simbólico.

Por fim, vários respondentes valorizam diretamente a forma da comunicação de Felca: destacam “a linguagem que ele utilizou”, “como estudou e planejou tudo com provas concretas”, “a comunicação bem escrita e planejada, fora do padrão de vídeos curtos, mas ainda assim viral” e “o contraste entre seu trabalho e o de outros influenciadores que usam as redes de forma criminosa”. Esses comentários confirmam os achados quantitativos sobre clareza, responsabilidade e credibilidade e reforçam a leitura, à luz da Agenda Setting, de que a maneira como o tema é enquadrado – com dados, exemplos, tom sério e foco nas crianças – foi decisiva para que a sociedade finalmente “abrisse os olhos” para um problema que, como apontam os próprios participantes, sempre esteve presente, mas raramente foi tratado com essa profundidade e responsabilidade.

4.7 Diálogo com a mídia tradicional e efeitos de agendamento ampliado

Embora este estudo tenha como foco principal o vídeo e a recepção de um grupo específico de respondentes, é importante contextualizar o fenômeno em uma cadeia mais ampla de agendamento. Após a viralização do conteúdo nas redes sociais, veículos jornalísticos, programas de televisão e portais de notícia passaram a abordar o caso, relacionando-o a episódios concretos de exploração infantil e à tramitação de um projeto de lei no Senado voltado à proteção de crianças em ambientes digitais.

Nesse processo, observam-se as contribuições das teorias de Gatekeeper e Newsmaking (WHITE, 1950; PENA, 2005). Ao decidir pautar o vídeo, os veículos atuam como “guardas de portão”, selecionando e enquadrando o caso como fenômeno relevante de interesse público. A adultização infantil deixa de ser apenas um tema de “conversa de internet” e passa a ser tratada como problema jurídico, social e político.

A articulação entre influenciador digital e mídia tradicional produz, portanto, um agendamento em camadas: primeiro, Felca mobiliza seu público direto; depois, a imprensa seleciona o caso como pauta; finalmente, o sistema político responde com a discussão e aprovação de normas específicas. Essa cadeia confirma a hipótese de que influenciadores

podem funcionar como catalisadores em processos de formação de opinião pública, especialmente quando combinam engajamento massivo, responsabilidade comunicacional e alinhamento com demandas sociais mais amplas.

4.8 Considerações parciais do capítulo

A análise do objeto – o vídeo de Felca e sua recepção – permite afirmar que a ideia de que “quando o engajamento custa a infância” deixa de ser apenas um slogan impactante e se concretiza como problema comunicacional, ético e político. Do ponto de vista empírico, o conteúdo se destaca pelo alto alcance, pela avaliação positiva quanto à clareza, responsabilidade e credibilidade e pela capacidade de despertar emoções intensas, como indignação e preocupação.

Do ponto de vista teórico, o caso dialoga diretamente com as abordagens de Agenda Setting e Espiral do Silêncio: o vídeo contribui para colocar a adultização infantil na agenda do público e da mídia (MCCOMBS; SHAW, 1972), ao mesmo tempo em que rompe o medo de falar sobre um tema sensível, encorajando a manifestação de opiniões antes silenciadas (NOELLE-NEUMANN, 2005; HOHLFELDT, 2001; WOLF, 1995; BARROS FILHO, 2009). As teorias de Gatekeeper e Newsmaking ajudam a entender como esse discurso atravessa o ambiente digital e é incorporado pela mídia tradicional, gerando desdobramentos institucionais (WHITE, 1950; PENA, 2005).

A análise indica que o caso Felca exemplifica um tipo de atuação em que influenciadores digitais assumem papel ativo na formação da opinião pública, sem abrir mão da responsabilidade ética na comunicação. O próximo capítulo, de Considerações Finais, retoma esses achados à luz dos objetivos do estudo, destacando suas contribuições e apontando possibilidades para pesquisas futuras sobre comunicação digital, infância e engajamento social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar como o influenciador digital Felipe Bressanim, conhecido como Felca, utilizou a comunicação nas redes sociais para problematizar a adultização infantil e, a partir disso, influenciar a opinião pública e o debate político. Ao tomar como objeto o vídeo publicado em 2025, buscou-se compreender em que medida um conteúdo digital pode articular engajamento, emoção e responsabilidade comunicacional a ponto de se tornar um marco na discussão sobre infância em ambientes digitais.

Com base nas teorias da Opinião Pública (ROUSSEAU; LOCKE; HUME; MADISON), da Espiral do Silêncio (NOELLE-NEUMANN, 2005; HOHLFELDT, 2001; WOLF, 1995; BARROS FILHO, 2009), da Agenda Setting (MCCOMBS; SHAW, 1972) e das abordagens de Gatekeeper e Newsmaking (WHITE, 1950; PENA, 2005), foi possível enquadrar o caso Felca como um fenômeno comunicacional complexo, em que um influenciador rompe um silêncio social e ajuda a trazer para o centro da agenda pública um tema sensível: a exploração simbólica de crianças em nome do entretenimento e do engajamento.

A metodologia qualitativa, de caráter exploratório, combinou estudo de caso, análise de conteúdo do vídeo, pesquisa bibliográfica e aplicação de questionário online a 75 respondentes. Os resultados mostram que o vídeo foi avaliado como claro, responsável e confiável pela maioria dos participantes, que também relataram emoções intensas, sobretudo indignação e preocupação. Esses dados indicam que o conteúdo cumpriu a função de agendamento, ao colocar a adultização infantil na “agenda mental” dos espectadores, e atuou como ponto de ruptura na Espiral do Silêncio, ao legitimar opiniões que muitos já partilhavam, mas não expressavam publicamente. A baixa percepção de ruídos comunicacionais reforça a ideia de que a mensagem principal – a defesa da infância – chegou ao público de forma relativamente preservada, favorecendo sua circulação em outras esferas, como a mídia tradicional e o debate legislativo.

Em relação aos objetivos, conclui-se que o trabalho conseguiu: (a) contextualizar teoricamente o fenômeno; (b) caracterizar o vídeo e seu impacto; (c) analisar a recepção do público; e (d) discutir o papel dos influenciadores digitais na formação da opinião pública sobre temas sensíveis. Como limitações, destacam-se a amostra não probabilística e o foco em um único caso, o que impede generalizações mais amplas. Pesquisas futuras podem comparar outros casos de mobilização liderados por influenciadores, incorporar perspectivas da psicologia, do direito e da pedagogia e ouvir diretamente crianças e adolescentes sobre sua presença nas redes.

O caso Felca mostra que “quando o engajamento custa a infância” não é apenas uma frase de efeito, mas um alerta sobre os limites éticos da comunicação digital. Ao mesmo

tempo, evidencia que a influência pode ser usada de forma socialmente responsável, rompendo silêncios, ativando agendas e contribuindo para a proteção dos direitos de crianças e adolescentes no ambiente online.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALFINETEI. **Felca herói nacional**. [S. l.: s. n.], 2025. Publicação no Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/DNGmggcRIBi/>>. Acesso em: 12 ago. 2025.

ALLENSBACH INSTITUTE. **Allensbach Institute**. [S. l.: s. n.], 2023. Verbete em enciclopédia digital. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Allensbach_Institute>. Acesso em: 12 ago. 2025.

BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Summus, 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei n. 3.852, de 11 ago. 2025**. Institui a Lei Felca, que dispõe sobre medidas de prevenção, proibição e criminalização da adultização e sexualização infantil na internet, e dá outras providências. Brasília, DF, 2025. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2969955&filename=PL%203852/2025. Acesso em: 29 nov. 2025.

BRESSANIM, Felipe (FELCA). **Adultização**. [S. l.: s. n.], 2025. Reel no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DNHvqxmMI_F/>. Acesso em: 9 ago. 2025.

COMO O CASO FOI DE VÍDEO VIRAL A PROJETO DE LEI E PRISÃO EM 10 DIAS: entenda passo a passo. g1, Rio de Janeiro, 16 ago. 2025. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2025/08/16/felca-hytalo-e-adultizacao-como-caso-foi-de-video-viral-a-projeto-de-lei-e-prisao-em-10-dias-entenda-passo-a-passo.ghtml>>. Acesso em: 27 ago. 2025.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GAZETA DO POVO. **Antes de Felca, Antonia Fontenelle foi alvo da Justiça por denúncia parecida**. Curitiba, 12 ago. 2025. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/antes-de-felca-antonia-fontenelle-foi-alvo-da-justica-por-denuncia-parecida/>>. Acesso em: 12 ago. 2025.

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

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luís C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

JORNAL OPÇÃO. **Influenciador Hytalo Santos é preso....** Goiânia, 15 ago. 2025. Publicação no Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/DNYI0SgT7Nx/>>. Acesso em: 15 ago. 2025.

JORNAL OPÇÃO. **Livros que Felca leu e indicou**. Goiânia, 20 ago. 2025. Publicação no Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/DNlaqmYTLIQ/>>. Acesso em: 20 ago. 2025.

JORNAL OPÇÃO. **Une direita e esquerda contra adultização infantil**. Goiânia, 16 ago. 2025. Publicação no Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/DNals22TA7L/>>. Acesso em: 16 ago. 2025.

MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. The agenda-setting function of mass media. **Public Opinion Quarterly**, Chicago, v. 36, n. 2, p. 176-187, 1972.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **A espiral do silêncio: opinião pública – nosso tecido social**. Florianópolis: Estudos Nacionais, 2017.

PENA, Felipe. **Teorias do jornalismo: volume II – A tribo jornalística, uma comunidade interpretativa transnacional**. São Paulo: Contexto, 2005.

PORTAL PUBLICITÁRIO. **Obrigado, Felca**. [S. l.: s. n.], 12 ago. 2025. Publicação no Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/DNGpa3JOLYJ/>>. Acesso em: 12 ago. 2025.

SENADO FEDERAL. **Adultização: Senado aprova projeto para proteger crianças em ambientes digitais**. Brasília, 27 ago. 2025. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2025/08/27/adultizacao-senado-aprova-projeto-para-protger-criancas-em-ambientes-digitais>>. Acesso em: 27 ago. 2025.

TEORIA HIPÓTESE DA AGENDA SETTING OU TEORIA DO AGENDAMENTO. [S. l.: s. n.], [20–]. Vídeo (YouTube). Disponível em: <<https://youtu.be/zwMgqYt8ews>>. Acesso em: 10 set. 2025.

UNIASSELVI. **Hipótese do Agenda Setting, Gatekeeper e Newsmaking**. [S. l.]: UNIASSELVI, [s. d.]. Material didático em PDF.

VIDEO FALANDO SOBRE A TEORIA ESPIRAL DO SILÊNCIO. [S. l.: s. n.], [20–]. Vídeo (YouTube). Disponível em: <<https://youtu.be/cJF2XuqNpjs>>. Acesso em: 10 set. 2025.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZONAFASHIONOFC. **Ele foi garoto invisível....** [S. l.: s. n.], 2025. Publicação no Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/DNgIcUqugd0/>>. Acesso em: 29 ago. 2025.

ALTAS HORAS; TV GLOBO. **Não é sobre mim, é sobre a causa**. [S. l.: s. n.], 2025. Reel no Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/DNcCHImSJK4/>>. Acesso em: 16 ago. 2025.

COMUNICAÇÃO QUE IMPACTOU O BRASIL. [S. l.: s. n.], [20–]. Vídeo (YouTube). Disponível em: <<https://youtu.be/gSUjSyO7Etw>>. Acesso em: 10 set. 2025.

APÊNDICE

Apêndice A – Questionário aplicado aos respondentes

Quando o engajamento custa a infância: o caso Felca e a adultização de crianças na comunicação digital

Instruções ao respondente:

As questões abaixo têm como objetivo compreender como você percebe o caso do influenciador Felca e o tema da adultização infantil. Não há respostas certas ou erradas. Responda com sinceridade. Sua participação é anônima e os dados serão utilizados apenas para fins acadêmicos.

1. Idade

- ☐ 18 a 24 anos
- ☐ 25 a 34 anos
- ☐ 35 a 44 anos
- ☐ 45 anos ou mais

2. Gênero

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Prefiro não dizer

3. Escolaridade

- ☐ Ensino médio
- ☐ Ensino superior (graduação)
- ☐ Pós-graduação

4. Em qual estado você mora?

Resposta aberta: _____

5. Em qual cidade você mora?

Resposta aberta: _____

6. Você teve contato com o conteúdo do Felca sobre o tema da adultização infantil?

- ☐ Sim, assisti ao vídeo completo
- ☐ Vi apenas trechos/clipes
- ☐ Não vi, só soube por notícias/prints/comentários

7. Você já conhecia o Felca antes desse conteúdo?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Não lembro

8. Onde você viu principalmente esse conteúdo?

(Pode marcar mais de uma opção.)

- ☐ YouTube
- ☐ Instagram
- ☐ TikTok
- ☐ X / Twitter
- ☐ TV / portais de notícia
- ☐ Outro(s): _____

9. Em uma semana típica, quanto tempo você passa em redes sociais?

- ☐ Menos de 1 hora
- ☐ De 1 a 3 horas
- ☐ De 3 a 6 horas
- ☐ De 6 a 10 horas
- ☐ Mais de 10 horas

10. Com que frequência você consome criadores de opinião (influencers que comentam temas atuais)?

- ☐ Sempre
- ☐ Frequentemente
- ☐ Às vezes
- ☐ Raramente
- ☐ Quase nunca

11. Você costuma compartilhar conteúdos quando acha o tema importante?

- ☐ Sempre
- ☐ Frequentemente

- ☐ Às vezes
- ☐ Raramente
- ☐ Quase nunca

12. Agora, pensando especificamente no vídeo do Felca sobre adultização infantil, indique seu grau de concordância com as afirmações abaixo.

Use a escala de 1 a 5, em que:

1 = Discordo totalmente 2 = Discordo 3 = Nem concordo nem discordo 4 = Concordo 5 = Concordo totalmente

- a) A mensagem estava clara para mim.
- b) Consegui entender o tema mesmo sem muito contexto prévio.
- c) O conteúdo apresentou evidências suficientes para sustentar as afirmações.
- d) O tom foi responsável e evitou exposição indevida/sensacionalismo.
- e) Percebi o criador como crível/confiável.
- f) Senti vontade de buscar mais informações depois.
- g) Tive vontade de curtir, comentar ou compartilhar o conteúdo.

(Resposta em escala 1–5 para cada item.)

13. Qual emoção melhor representa o que você sentiu ao ter contato com esse conteúdo?

- ☐ Indignação
- ☐ Preocupação
- ☐ Tristeza
- ☐ Raiva
- ☐ Esperança
- ☐ Indiferença
- ☐ Outra: _____

14. De 0 a 10, qual foi a intensidade emocional que você sentiu ao ter contato com esse tema?

(0 = nenhuma intensidade; 10 = emoção muito intensa)

Nota: _____

15. Você percebeu ruídos na circulação da mensagem (por exemplo, boatos, cortes fora de contexto, informações contraditórias)?

☐ Sim

☐ Não

Se respondeu Sim, explique brevemente:

16. Em uma frase: o que mais te impactou na comunicação desse caso?

ANEXO

Anexo A – Lei/projeto de lei sobre adultização infantil (Lei Felca)



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal Marx Beltrão - PP/AL

PROJETO DE LEI Nº _____, 2025 (Do Sr. MARX BELTRÃO)

Institui a **Lei Felca**, que dispõe sobre medidas de prevenção, proibição e criminalização da adultização e sexualização infantil na internet, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I

Disposições Preliminares

Art. 1º Esta Lei estabelece diretrizes e penalidades para prevenir, proibir e criminalizar a prática de adultização e sexualização infantil em conteúdos e interações na internet, visando à proteção integral da criança e do adolescente, nos termos do art. 227 da Constituição Federal, do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990) e tratados internacionais ratificados pelo Brasil.

Art. 2º Para efeitos desta Lei, considera-se:

I – **adultização infantil**: exposição, incentivo ou representação de criança em contextos, comportamentos, vestimentas, linguagens ou posturas que atribuam características sexuais ou de maturidade incompatíveis com a sua idade;

II – **sexualização infantil**: qualquer forma de exibição, sugestão, indução ou estímulo à conotação sexual envolvendo criança, de modo explícito ou implícito, em imagem, vídeo, áudio, texto ou qualquer outro meio digital;

III – **plataforma digital**: toda e qualquer aplicação, rede social, site, serviço de compartilhamento de conteúdo ou comunicação online.



Câmara dos Deputados | Anexo IV - Gabinete 722 | CEP 70160-900 - Brasília/DF
Tel (61) 3215-5722 - Fax (61) 3215-2722 | dep.marxbeltrao@camara.leg.br

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD253975183400>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Marx Beltrão

Apresentação: 11/08/2025 11:08:20.387 - Mesa

PL n.3852/2025





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal Marx Beltrão - PP/AL

Apresentação: 11/08/2025 11:08:20.387 - Mesa

PL n.3852/2025

CAPÍTULO II

Prevenção e Monitoramento

Art. 3º Fica vedada a divulgação, compartilhamento ou hospedagem de conteúdo que promova, incentive ou normalize a adultização ou sexualização infantil na internet.

Art. 4º As plataformas digitais deverão:

- I – adotar sistemas de detecção e remoção imediata de conteúdos que violem esta Lei;
- II – manter canais de denúncia acessíveis e simplificados para usuários reportarem casos;
- III – cooperar com autoridades policiais e judiciárias para a identificação de autores e disseminadores;
- IV – desenvolver campanhas educativas sobre os riscos e impactos da sexualização infantil.

CAPÍTULO III

Sanções e Penalidades

Art. 5º Produzir, induzir, veicular, armazenar ou compartilhar conteúdo que configure adultização ou sexualização infantil na internet:

Pena – reclusão de 2 (dois) a 6 (seis) anos e multa, sem prejuízo de outras sanções previstas em lei.

§ 1º Se o agente se valer de posição de autoridade, confiança ou parentesco, a pena será aumentada de metade.

§ 2º Se houver intuito comercial, de patrocínio ou monetização direta ou indireta, a pena será aumentada de 2/3 (dois terços).

Art. 6º As plataformas digitais que não cumprirem as determinações desta Lei estarão sujeitas a:

- I – multa de até 10% (dez por cento) do faturamento bruto no Brasil, por infração;
- II – suspensão temporária das atividades no território nacional;



Câmara dos Deputados | Anexo IV - Gabinete 722 | CEP 70160-900 - Brasília/DF
Tel (61) 3215-5722 - Fax (61) 3215-2722 | dep.marxbeltrao@camara.leg.br

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD253975183400>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Marx Beltrão





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal Marx Beltrão - PP/AL

Apresentação: 11/08/2025 11:08:20:387 - Mesa

PL n.3852/2025

III – bloqueio de acesso ao serviço, nos casos de reincidência grave.

CAPÍTULO IV

Disposições Finais

Art. 7º Esta Lei se aplica sem prejuízo das disposições do Código Penal, do Estatuto da Criança e do Adolescente e da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet).

Art. 8º O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 90 (noventa) dias, estabelecendo protocolos técnicos de detecção, denúncia e remoção de conteúdo.

Art. 9º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A Lei Felca surge como resposta à crescente ameaça representada pela adultização e sexualização infantil nas plataformas digitais. A exposição precoce de crianças a conteúdos ou contextos sexualizados compromete seu desenvolvimento físico, emocional e psicológico, além de abrir portas para crimes como exploração e abuso sexual.

Estudos nacionais e internacionais apontam que a internet é hoje um dos principais meios de propagação desse tipo de conteúdo, muitas vezes mascarado sob aparência de “entretenimento” ou “moda infantil”.

A ausência de mecanismos legais claros e específicos favorece a impunidade e dificulta a atuação das autoridades.

A necessidade dessa lei ficou ainda mais evidente após o vídeo publicado pelo **influenciador Felca**, que denunciou publicamente as redes sociais do influenciador **Hytalo dos Santos**, acusado de praticar a adultização infantil em suas postagens. O caso ganhou repercussão nacional, revelando como essas condutas podem ser



Câmara dos Deputados | Anexo IV - Gabinete 722 | CEP 70160-900 - Brasília/DF
Tel (61) 3215-5722 - Fax (61) 3215-2722 | dep.marxbeltrao@camara.leg.br

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD253975183400>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Marx Beltrão





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal Marx Beltrão - PP/AL

amplamente divulgadas sem que as plataformas atuem com a rapidez e firmeza necessárias.

Este projeto propõe medidas integradas de prevenção, monitoramento e punição, responsabilizando tanto indivíduos quanto plataformas digitais, garantindo proteção efetiva às crianças e adolescentes e reafirmando o compromisso do Estado brasileiro com os direitos humanos e a dignidade da pessoa humana.

Sala das Sessões, em de de 2025.

Deputado MARX BELTRÃO.
PP/AL

Apresentação: 11/08/2025 11:08:20.387 - Mesa

PL n.3852/2025



Câmara dos Deputados | Anexo IV - Gabinete 722 | CEP 70160-900 - Brasília/DF
Tel (61) 3215-5722 - Fax (61) 3215-2722 | dep.marxbeltrao@camara.leg.br

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD253975183400>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Marx Beltrão



Anexo B – Print da matéria do g1 sobre o caso Felca

MENU

g1

POLÍTICA

BUSCAR

Felca, Hytalo e adultização: como caso foi de vídeo viral a projeto de lei e prisão em 10 dias? Entenda passo a passo

Video de Felca sobre exploração infantil viralizou, mobilizou autoridades, vira pauta no Congresso e leva à prisão de Hytalo Santos e seu marido. Entenda e veja os principais fatos, dia a dia.

Por Redação g1
16/08/2025 00h00 - Atualizado há 3 meses

Ver resumo



Quem é Hytalo Santos, influenciador preso por suspeita de exploração infantil

No último dia 6 de agosto, o humorista Felca publicou um vídeo no YouTube denunciando a exploração de crianças e adolescentes por criadores de conteúdo adultos.

Um dos casos expostos era o de Hytalo Santos. O influenciador paraibano mostrava, em seu canal, desde 2020, adolescentes que chamava de "filhos" e de "turma do Hytalo" em danças sensuais e situações constrangedoras.

CardTV+ vem com

os melhores canais ao vivo

até 55% de economia

EU QUERO

A gravação de Felca viralizou e desencadeou uma série de ações judiciais, investigações e medidas políticas em menos de uma semana, que culminou na prisão do influenciador Hytalo Santos, nesta sexta-feira (15), em uma casa em Carapicuíba, na Grande São Paulo. Também foi preso o marido dele, Israel Nata Vicente.

Anexo C – Print da notícia do Senado Federal

29/11/2025, 18:54

Adultização: Senado aprova projeto para proteger crianças em ambientes digitais — Senado Notícias

Adultização: Senado aprova projeto para proteger crianças em ambientes digitais

Da Agência Senado | 27/08/2025, 19h44



Por sugestão do presidente Davi Alcolumbre (2º à esq.), o autor, Alessandro Vieira (C), comandou a votação

Waldemir Barreto/Agência Senado

O Senado aprovou nesta quarta-feira (27) o projeto de lei que cria regras para a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais. A proposta prevê obrigações para os fornecedores e controle de acesso por parte de pais e responsáveis e promete também combater a chamada adultização de crianças nas redes sociais. O PL 2.628/2022 segue agora para sanção presidencial.

O projeto prevê, entre outros pontos, a remoção imediata de conteúdos relacionados a abuso ou exploração infantil com notificação às autoridades, além da adoção de ferramentas de controle parental e verificação de idade dos usuários.

Apresentada pelo senador Alessandro Vieira (MDB-SE) em 2022, a proposta sofreu modificações durante votação na Câmara na quarta-feira (20). O tema ganhou destaque nacional após o influenciador Felipe Bressanini, conhecido como Felca, publicar, no início do mês, um vídeo que denuncia a adultização e a exploração sexual de crianças e adolescentes para criação de conteúdo na internet.

O projeto cria um Estatuto Digital da Criança e do Adolescente. A intenção é proteger esse público no uso de aplicativos, jogos eletrônicos, redes sociais e programas de computador. A votação foi comandada por Alessandro Vieira. Ele assumiu a cadeira da Presidência em um gesto simbólico feito pelo presidente do Senado, Davi Alcolumbre.

— É um gesto da Presidência em reconhecer a atuação do senador Alessandro Vieira, que construiu essa agenda nos últimos três anos, liderando esse processo e enfrentando um debate extremamente difícil. Quero fazer esse gesto simbólico com a certeza de que estamos cumprindo um dever histórico — disse Davi.

Alessandro Vieira destacou a urgência da proposta no cenário atual e o envolvimento da sociedade em sua construção. Segundo ele, o problema do ambiente digital é global, especialmente para os públicos mais vulneráveis.

— O que estamos fazendo aqui é ouvir a sociedade. Hoje, no mundo inteiro, o ambiente digital é um problema, sobretudo para o público mais vulnerável. A sociedade civil se mobilizou, as equipes técnicas se envolveram. Estamos igualando parcialmente a atividade de algumas das empresas mais poderosas do capitalismo. Esta é a primeira lei das Américas sobre o tema. É fruto de um trabalho coletivo — afirmou.

Relator da proposta no Senado, Flávio Arns (PSB-PR) reconheceu os avanços promovidos pelos deputados no projeto, mas decidiu reincluir pontos do texto original aprovado anteriormente pelos senadores, como a proibição das caixas de recompensa para crianças nos jogos eletrônicos. Também fez ajustes de redação para aprimorar a proposta.

— A importância de aprovarmos esta proposição se reflete no amplo consenso alcançado nas duas Casas do Congresso Nacional. Estamos diante de um conjunto de regras robusto, capaz de assegurar às crianças e aos adolescentes que acessam ambientes virtuais os mesmos direitos e proteções que já existem no mundo real. Vivemos uma realidade insustentável, com denúncias diárias de abusos e violências, enquanto enfrentamos inúmeros desafios para proteger esse público. A aprovação desta lei é uma questão de máxima urgência — afirmou o senador.

Durante a votação, a maioria dos senadores manifestou apoio à proposta afirmando que o texto representa um avanço na proteção das crianças, mas outros apontaram preocupação com essa regulação das redes sociais.

Contrário ao projeto, o senador Carlos Portinho (PL-RJ) afirmou que a causa é nobre, mas alertou que esse pode ser o começo de uma regulação mais dura das plataformas.

— Depois que abrir essa porteira, o controle das redes sociais não se fecha mais. O maior controle, na minha opinião, é dos pais. Isso o Estado nunca vai suplantar. Eu não acredito que o Estado deva substituir o controle parental. O melhor seria que isso fosse autorregulado — criticou.

Na mesma linha, o senador Eduardo Girão (Novo-CE) demonstrou preocupação com o projeto. Segundo ele, apesar das boas intenções dos deputados e senadores, a proposta pode abrir uma "janela perigosa" para o controle das redes sociais.

— É a porteira que o STF está esperando para regulamentar rede social — alertou.

Alessandro Vieira afirmou que a proposta busca, na verdade, resgatar o poder de pais e mães de acompanhar e controlar a vida digital dos filhos.

— A partir da sanção da lei, as empresas serão obrigadas a organizar seus produtos e serviços de forma mais segura e adequada ao público infantil e adolescente — disse.

Remoção de conteúdo

O texto obriga que fornecedores de produtos e serviços de tecnologia da informação adotem uma série de medidas para prevenir o acesso de crianças e adolescentes a conteúdos prejudiciais, como pornografia, bullying, incentivo ao suicídio e jogos de azar. Entre elas está a remoção de conteúdo.

Caso sejam identificados conteúdos relacionados a abuso sexual, sequestro, aliciamento ou exploração, as empresas devem remover e notificar imediatamente as autoridades competentes, tanto nacionais quanto internacionais. A exigência de remoção nesses casos não estava no texto aprovado pela Câmara e foi incluída pelo relator no Senado, Flávio Arns:

— Não se pode admitir que conteúdos de tamanha gravidade possam permanecer disponíveis publicamente mesmo após sua identificação e notificação às autoridades competentes. O dever de remoção deve ser entendido como implícito nesses casos — afirmou.

As empresas também deverão retirar o conteúdo que viola direitos de crianças e de adolescentes assim que forem comunicados do caráter ofensivo da publicação pela vítima, por seus representantes, pelo Ministério Público ou por entidades representativas de defesa dos direitos de crianças e de adolescentes, independentemente de ordem judicial.

Denúncia abusiva

O usuário que publicou conteúdo considerado abusivo deve ser notificado com antecedência, recebendo a justificativa da decisão de retirada da postagem e a informação sobre se a análise foi feita por um sistema automatizado ou por uma pessoa. A plataforma também deve oferecer um mecanismo de recurso acessível e claro, permitindo que o usuário conteste a remoção.

Se uma denúncia for feita de forma abusiva, o autor poderá sofrer sanções, incluindo a suspensão temporária ou até a perda da conta em casos de denúncias falsas recorrentes.

Redes com mais de 1 milhão de crianças ou adolescentes devem publicar, a cada seis meses, um relatório com dados sobre denúncias de abuso, conteúdos moderados e ações de gestão de riscos à segurança e saúde das crianças e adolescentes.

Supervisão dos pais e verificação de idade

Entre as obrigações dos provedores de redes sociais, está a de garantir que haja vinculação das redes sociais de crianças e adolescentes de até 16 anos a um responsável e a remoção de conteúdo considerado abusivo para este público.

O projeto proíbe que a verificação de idade seja feita por autodeclaração do usuário. Também exige que as empresas disponibilizem configurações e ferramentas acessíveis e fáceis de usar que apoiem a supervisão parental. A ideia é que os responsáveis tenham mais facilidade para acompanhar o conteúdo acessado pelas crianças e adolescentes, bem como limitar o tempo de uso.

Nível máximo de proteção

As ferramentas de supervisão parental deverão, por padrão, oferecer o nível máximo de proteção disponível. Isso inclui bloquear a comunicação entre crianças e adultos não autorizados, limitar recursos que incentivem o uso excessivo — como reprodução automática, notificações e recompensas —, controlar sistemas de recomendação e restringir o compartilhamento da geolocalização.

Pais e responsáveis também devem ter acesso a controles que permitam configurar e gerenciar a conta da criança, definir regras de privacidade, restringir compras e transações financeiras, além de identificar os perfis de adultos com quem seus filhos interagem.

Na ausência de conta vinculada aos responsáveis legais, os provedores deverão impedir qualquer alteração que reduza o nível das configurações de supervisão parental.

Penalidades

Quem descumprir a lei poderá ser penalizado com advertência, multa, suspensão ou até proibição de exercer atividades, sem prejuízo de outras sanções civis, criminais ou administrativas.

A advertência dará um prazo de até 30 dias para que o infrator adote medidas corretivas. Já a multa poderá chegar a até 10% do faturamento do grupo econômico no Brasil no último exercício.

Caso essa informação não esteja disponível, a penalidade será calculada entre R\$ 10 e R\$ 1 mil por usuário cadastrado no provedor, limitada a R\$ 50 milhões por infração. Todos os valores serão atualizados anualmente com base no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

A aplicação das penalidades levará em conta fatores como a gravidade da infração, reincidência, capacidade econômica do infrator, finalidade social do provedor de internet e o impacto causado à coletividade.

Empresas estrangeiras serão solidariamente responsáveis pelo pagamento das multas aplicadas às suas filiais, sucursais, escritórios ou estabelecimentos no Brasil.

As penalidades mais severas — suspensão ou proibição de atividades — só poderão ser impostas pelo Poder Judiciário.

Caixas de recompensas

O relator retomou o texto do Senado sobre as chamadas caixas de recompensas (ou *loot boxes*) em jogos eletrônicos. O projeto original previa a proibição desse recurso, que oferece ao jogador itens virtuais relacionados ao enredo do jogo sem que ele saiba previamente o que irá receber — ou seja, vantagens aleatórias. No entanto, a Câmara flexibilizou a regra e permitiu o uso da funcionalidade, desde que sejam seguidas determinadas condições.

Ao retomar a proibição total das *loot boxes* para crianças e adolescentes, Arns apontou que especialistas alertam que esse tipo de mecânica pode incentivar comportamentos compulsivos e manter o jogador engajado por longos períodos, mesmo quando não há envolvimento de dinheiro, mas sim de pontuações acumuladas dentro do próprio jogo.

— Não existem limites seguros para que crianças e adolescentes utilizem este tipo de ferramenta. Há evidências científicas que sugerem que o uso de caixas de recompensa pode resultar em comportamentos problemáticos em relação a jogos de azar entre adolescentes e jovens — apontou o senador.

Fiscalização

O texto prevê que caberá à autoridade administrativa autônoma de proteção dos direitos de crianças e de adolescentes no ambiente digital fiscalizar o cumprimento da lei e editar normas complementares. Essa autoridade seguirá as regras da Lei das Agências Reguladoras, o que implica, por exemplo, a realização de consultas públicas antes da edição ou alteração de normas.

Uma lei própria regulamentará a criação dessa autoridade, que segundo o senador Alessandro Vieira poderá até mesmo ser incorporada pela Anatel, por exemplo. Ele fez a observação diante da preocupação da senadora Professora Dorinha Seabra (União-TO) de que isso poderia resultar em mais burocracia e na criação de cargos desnecessários.

Dados de crianças

Os fornecedores deverão “se abster” de realizar o tratamento dos dados pessoais de crianças e adolescentes de maneira que possa causar ou contribuir para violações à privacidade e a outros direitos protegidos desse público.

Conteúdo impróprio

De acordo com o texto, os fornecedores de produtos com conteúdo impróprio para menores de 18 anos deverão impedir o acesso por crianças e adolescentes.

Os provedores de aplicações de internet que disponibilizam conteúdo pornográfico deverão impedir a criação de contas ou de perfis por crianças e adolescentes.

Publicidade

Outra medida de proteção de crianças e adolescentes prevista no projeto de lei é a proibição de traçar perfis para direcionar publicidade a essa faixa etária. Será vedado ainda o uso de análise emocional, realidade aumentada, realidade estendida e realidade virtual para esse fim.

Liberdade de expressão

A regulamentação não poderá impor mecanismos de vigilância massiva, genérica ou indiscriminada; e serão vedadas práticas que comprometam os direitos fundamentais à liberdade de expressão, à privacidade, à proteção integral e ao tratamento diferenciado dos dados pessoais de crianças e adolescentes.

Agência Senado (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado)

Saiba mais

■ Plenário aprova a proteção às crianças nas plataformas digitais



■ Senado aprova Estatuto Digital da Criança e do Adolescente

▶ | 00:00

Proposições legislativas

PL 2628/2022 (Substitutivo-CD)
