

ECA Digital amplia proteção para menores no Brasil

Nova legislação entra em vigor hoje e reforça regras para o uso de dados

/ LEGISLAÇÃO

Mais de 90% das crianças e adolescentes brasileiros entre 9 e 17 anos usam internet no País – o equivalente a cerca de 24,5 milhões de jovens conectados. A maioria acessa a rede diariamente, principalmente pelo celular, que se consolidou como o principal dispositivo de conexão desse público. O dado é da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2025, do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), e dimensiona o tamanho e a intensidade da presença infantil no ambiente digital.

É nesse contexto que entra em vigor, hoje, a Lei nº 15.211/2025, que reforça a proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital e inaugura uma nova fase de responsabilidade regulatória para empresas que tratam dados de menores no Brasil.

Conhecida como ECA Digital, a norma consolida a interpretação conjunta do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), sob monitoramento da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), e estabelece um novo padrão de exigência para plataformas digitais, empresas de tecnologia voltadas à educação, aplicativos, jogos, serviços de saúde e companhias que utilizam dados para publicidade segmentada.

A entrada em vigor marca a transição do debate regulatório para a fase de implementação prática e fiscalização, elevando o grau de cobrança sobre mecanismos de verificação de idade, consentimento parental e uso de dados para fins comerciais.

O principal impacto está na mudança de lógica: crianças e adolescentes passam a ser considerados o grupo de maior risco regulatório dentro da LGPD.

Para a especialista em privacidade e proteção de dados da Privacy Tools, Simone Santinato, o que muda é o nível de profundidade da responsabilidade. “Não basta mais ter uma política de privacidade genérica. As empresas precisam demonstrar, tecnicamente, que estruturaram seus produtos com base no melhor interesse da criança”, afirma.

Segundo a especialista, a adequação envolve áreas além do juri-



FERNANDA FELTES/JC

Mais de 90% das crianças e adolescentes usam internet no País

dico. “Estamos falando de revisão de arquitetura de dados, fluxos de cadastro, parametrização de publicidade e até de decisões de negócio. O ECA Digital exige governança integrada e gestão ativa de risco”, diz.

O avanço acelerado do uso de tecnologia por crianças e adolescentes elevou a preocupação com coleta massiva de dados, exposição precoce e publicidade direcionada. A pesquisa do Comitê Gestor da Internet no Brasil mostra que o acesso ocorre majoritariamente a partir de casa e de forma recorrente ao longo do dia, o que amplia o tempo de exposição e o volume de dados gerados por esse público.

Com a nova fase regulatória, dados de crianças tendem a ser tratados como informações de alto risco, aumentando a expectativa de fiscalização e reduzindo a tolerância a incidentes de segurança. “A exposição indevida de dados de menores tem impacto reputacional imediato. A sociedade tem expectativa muito mais elevada quando o público afetado é infantil”, afirma Simone.

A implementação do ECA Digital impõe desafios operacionais relevantes às empresas, especialmente na definição de mecanismos eficazes de verificação de idade que não resultem em coleta excessiva de dados – um paradoxo regulatório que já mobiliza equipes jurídicas e de tecnologia.

Outro ponto sensível envolve o equilíbrio entre proteção reforçada e inclusão digital. Especialistas avaliam que o excesso de barreiras pode restringir o acesso legítimo de adolescentes a serviços educacionais e plataformas de

aprendizagem, exigindo soluções proporcionais e calibradas por faixa etária.

No campo da publicidade, a tendência é de redução da segmentação comportamental voltada ao público infantil, com possível migração para modelos de publicidade contextual – baseada no conteúdo acessado, e não no perfil individual do usuário. A mudança pode alterar estratégias comerciais de plataformas e anunciantes.

Também há o desafio de harmonizar as novas exigências brasileiras com modelos globais adotados por grandes plataformas internacionais, que operam sob diferentes regimes regulatórios e precisarão adaptar políticas locais.

Para empresas dos setores de tecnologia, educação e entretenimento, a adequação pode representar investimento relevante em compliance, segurança da informação, governança de dados e redesign de produtos.

Principais alterações e exigências:

- Necessidade de mecanismos mais robustos de verificação de idade;
- Maior rigor na obtenção e validação de consentimento parental;
- Restrições à publicidade comportamental direcionada a crianças;
- Revisão de design de plataformas para evitar indução ao compartilhamento excessivo de dados;
- Expectativa de Relatórios de Impacto à Proteção de Dados (RIPD) em operações envolvendo menores

Opinião

Recuperar crédito também é estratégia de negócio

Daniel Borin

No Mês do Consumidor, o debate geralmente se concentra nos direitos de quem compra e nas alternativas para reorganizar a vida financeira. Mas existe outro lado muito importante dessa cadeia econômica: o das empresas que têm valores a receber e dependem desse retorno para manter a saúde do negócio.

Falar em recuperação de crédito não se trata apenas de cobrança. É falar, também, sobre fluxo de caixa, sustentabilidade e inteligência na condução de negociações. Em um cenário no qual a inadimplência afeta empresas de diferentes portes, recuperar valores em aberto deixou de ser uma tarefa secundária. Em muitos casos, é uma estratégia importante para preservar resultados e manter o caixa saudável.

Como recuperador de crédito, vejo que um erro comum entre empresários é tratar a inadimplência com emoção. Quando um pagamento não entra, a reação costuma ser de endurecer a cobrança ou insistir no pagamento integral da dívida. Por experiência, esse caminho raramente é o mais eficiente. O objetivo não é “vencer” uma disputa, mas fazer o dinheiro voltar para dentro da empresa.

Muitas dívidas antigas já saíram do fluxo de caixa do devedor há bastante tempo. Para que

ele volte à mesa de negociação, é preciso apresentar uma proposta economicamente viável. Melhor fechar um acordo possível do que insistir em uma cobrança inflexível que, no fim, não se converte em recebimento – e mantém o dinheiro fora do caixa da empresa.

Outro ponto importante é desmistificar a ideia de que judicializar uma dívida resolve. Em alguns casos, o processo judicial é necessário, para evitar a prescrição da dívida, mas não significa dinheiro rápido. Ele pode, inclusive, aumentar os custos e prolongar a espera por uma solução. É nesse contexto que o trabalho de recuperação de crédito ganha importância. Mais do que cobrar, o interlocutor media negociações e aproxima as partes para encontrar uma solução possível. Em muitos casos, o que faltava não era uma medida mais dura, mas um mediador capaz de conduzir a conversa.

Cobrar com inteligência é, no fim, uma forma de transformar um problema em solução. Em um cenário de incertezas econômicas, recuperar crédito pode representar não apenas um alívio no caixa, mas também uma forma de manter a empresa saudável e preparada para continuar crescendo.

Advogado e sócio da S7 Soluções

NOTAS

• O diagnóstico estratégico de conflitos, as técnicas avançadas de negociação e a ampliação da capacidade de monetização serão temas discutidos pelo advogado e professor Ricardo Jobim, presidente do Instituto Walter Jobim, no curso “Abrindo o Jogo: como negociar processos e negócios complexos”. A atividade será realizada de 23 a 27 de março no Instituto Ling, das 18h às 22h. As inscrições limitadas podem ser feitas no institutowalterjobim.com.br/cursos.

• Com mais de 17 mil processos e procedimentos em tramitação relacionados à apuração de casos de violência doméstica e familiar contra a mulher, a Comarca de Porto Alegre passou a contar, nesta quinta-feira (12/03), com mais um juizado especializado na matéria. O 3º Juizado da Violência Doméstica e Familiar da Comarca de Porto Alegre funcionará no prédio do Foro Central I.

Desde 1980 protegendo a inovação para você construir o futuro.

www.sko.com.br | 51 3342.9323

SKO
OYARZÁBAL
MARCAS & PATENTES S/C
Ética • Dinamismo • Confiabilidade