

PARECER JURÍDICO

ECA DIGITAL (Lei nº 15.211/2025) E REGULAMENTAÇÃO RECENTE

Impactos para Plataformas Digitais, Publicidade e Influenciadores

Março de 2026

1. INTRODUÇÃO

Com a entrada em vigor do chamado Estatuto Digital da Criança e do Adolescente (ECA Digital) em 17 de março de 2026, e a recente edição de atos regulamentadores ainda em fase de implementação progressiva (decretos e diretrizes complementares), houve uma mudança relevante no regime jurídico aplicável às atividades digitais que envolvam, ou possam atingir menores de idade.

A nova legislação impõe obrigações concretas e imediatas a empresas que atuam com **plataformas digitais**, campanhas publicitárias, **influenciadores**, e promoções e sorteios online.

2. PRINCIPAIS DIRETRIZES DA NOVA LEGISLAÇÃO

O ECA Digital amplia a proteção já existente no Estatuto da Criança e do Adolescente e na Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD, estabelecendo a responsabilidade ativa das empresas, e responsáveis legais.

As empresas envolvidas deixam de ter papel passivo, e passam a ter dever de prevenção com o dever de mitigar riscos ao público infantojuvenil, controle da exposição a conteúdos nocivos, bem como, adoção de medidas efetivas de proteção à criança.

Outros pontos previstos são a restrição à publicidade direcionada a menores, vedação à exploração da vulnerabilidade infantil, limitação de publicidade comportamental, maior rigor em campanhas com influenciadores.

O tratamento de dados de menores mantém a aplicação reforçada da Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD, com exigência de finalidade específica, consentimento de responsáveis, e necessidade de alvará judicial quando aplicável.

3. OBJETIVO

O presente parecer tem por finalidade esclarecer, de forma objetiva, os impactos do Estatuto Digital da Criança e do Adolescente (Lei nº 15.211/2025), e sua recente regulamentação sobre a atuação de agências, e clientes (marca/anunciante) que gerenciam influenciadores menores de idade, especialmente aquelas que já operam com alvará judicial.

4. O QUE PERMANECE IGUAL (E CONTINUA OBRIGATÓRIO)

A nova legislação não revoga nem substitui o ECA tradicional, mas o complementa.

Portanto, permanecem integralmente válidas as práticas já adotadas pela agência com a solicitação de **alvará judicial**, que continua obrigatório e indispensável para a

participação do menor em campanhas publicitárias, produção de conteúdos com finalidade comercial, mediante contrato com as marcas.

5. MUDANÇAS COM O ECA DIGITAL

a) AUMENTO DA RESPONSABILIDADE DA AGÊNCIA, CLIENTE (MARCA/ANUNCIANTE) E RESPONSÁVEIS LEGAIS

Com o ECA DIGITAL, além da regularidade formal (autorização dos pais + alvará judicial), será exigido das agências responsabilidade ativa sobre o ambiente digital e a forma de exposição do menor.

A agência e a cliente (marca/anunciante) passam a responder também pelo tipo de conteúdo produzido, forma de veiculação e impacto sobre o público infantil.

Na verdade, este controle já existia quando da solicitação de alvará judicial, pois o briefing já passava pelo clivo do Ministério Público, porém acreditamos que a análise destes pontos ficará ainda mais criteriosa.

A agência e o cliente poderão ser fiscalizados não só pelo Ministério Público, mas também pela Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

Todos os agentes que participam da criação, viabilização e divulgação dos conteúdos podem ser responsabilizados.

A responsabilidade passa a ser compartilhada entre todos os envolvidos na cadeia da comunicação digital.

b) PUBLICIDADE DIGITAL MAIS RESTRITA

A nova lei reforça e amplia restrições, especialmente em redes sociais, com vedação à publicidade disfarçada, reiterando a necessidade de identificação clara de publicidade (#publi, etc.), e da proibição de exploração da vulnerabilidade infantil.

Entendemos que haverá análise e fiscalização recorrente de roteiros de conteúdo, storytelling de campanhas, e atuação de influenciadores mirins promovendo produtos.

6. RESPONSABILIDADE SOBRE O PÚBLICO INFANTIL, NÃO SÓ SOBRE O INFLUENCIADOR

Esse é um dos pontos mais relevantes, pois antes do ECA DIGITAL, o foco era o menor que participava da campanha, agora também há responsabilidade sobre outros menores que assistem ao conteúdo, ou seja, não basta proteger o menor influenciador, será necessário ser criterioso com os impactos que o conteúdo possa vir a repercutir no público infantil.

7. DADOS DE MENORES (LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS)

Caso ocorra coleta de dados na campanha para engajamento com seguidores, a agência ou cliente deve garantir que esta coleta esteja dentro da base legal, com transparência, e com o mínimo de dados possível.

8. VERIFICAÇÃO ETÁRIA E RESPONSABILIDADE INDIRETA SOBRE AS PLATAFORMAS

A nova lei introduz responsabilidade indireta da agência e cliente sobre as plataformas utilizadas, o formato de publicação, e a exposição a riscos digitais.

Embora a obrigação de implementação de mecanismos de verificação de idade recaia principalmente sobre as plataformas digitais, recomenda-se que a agência e o cliente (marca/anunciante) adotem cautela na escolha e utilização dos ambientes digitais em que as campanhas serão veiculadas.

Isso porque, em situações de risco, a ausência de mecanismos mínimos de controle de acesso por faixa etária pode ser interpretada como falha de diligência, especialmente quando o conteúdo tiver potencial de atingir público infantil de forma sensível.

Dessa forma, ainda que não sejam responsáveis diretos pela implementação técnica, a agência e o cliente devem considerar, sempre que possível, a adoção de plataformas e formatos que contemplem algum nível de controle etário, como forma de mitigação de risco jurídico e reputacional.

9. SOLUCÕES E BOAS PRÁTICAS

Para adequação ao novo cenário recomendamos a **revisão de contratos** com as marcas, com influenciadores, principalmente com a finalidade de inserir cláusulas sobre a responsabilidade por conteúdo, a adequação ao ECA Digital, e limites de exposição do menor.

Lembrando que o conteúdo sempre terá identificação obrigatória de publicidade, adequação da comunicação à faixa etária, sem linguagem inadequada.

Sugerimos ainda a criação de uma **política interna de proteção ao menor**, com revisão de roteiros e campanhas, treinamento de influenciadores e responsáveis para manterem uma conduta adequada para veiculação dirigida a faixa etária.

10. CONCLUSÃO

Para agências e clientes que já atuam corretamente com alvará judicial, o impacto não é estrutural, mas sim qualitativo.

Em síntese o modelo jurídico continua válido, porém o nível de exigência aumentou significativamente.

A atuação deve evoluir de um modelo formal (alvará) para um modelo de compliance digital contínuo, envolvendo conteúdo, linguagem, e público atingido no ambiente digital.

A adequação às diretrizes do ECA Digital não deve ser vista apenas como obrigação legal, mas como diferencial competitivo, especialmente para agências que atuam com influenciadores mirins, demonstrando responsabilidade social, segurança jurídica e alinhamento com boas práticas de mercado.

Atenciosamente.

Rolof Menegasso – Advogados Associados