



ECA DIGITAL SIMPLIFICADO

*Se Seu Anúncio Alcança
Crianças ou Adolescentes,
Você Precisa Ler Isso*

SECSIRIUS TECNOLOGIA DIGITAL

www.secsirius.com

O QUE MUDA NA PUBLICIDADE, PROPAGANDA E MARKETING

Se você trabalha com marketing digital, anúncios ou produção de conteúdo, precisa entender uma coisa:

👉 **A partir de agora, não basta anunciar. Você precisa anunciar observando a legislação atualizada - Lei 15.211/2025.**

O **ECA Digital**, lei 15.211/2025 em vigor desde **17 de março de 2026**, muda profundamente a forma como empresas podem se comunicar online principalmente quando há qualquer possibilidade de atingir crianças ou adolescentes.

E junto com isso, a **Lei do Influenciador Digital**, que estabelece regras claras **para quem trabalha com conteúdo e publicidade nas redes**.

O impacto não é pequeno, porque:

- **estratégias deixam de funcionar**
- **campanhas precisam ser revistas**
- **riscos jurídicos aumentam**

Mas ao mesmo tempo, surge uma oportunidade enorme para quem se posiciona com estrutura, ética e inteligência.

Este material foi feito para te mostrar exatamente isso, de uma forma simplificada, para que possa promover essas mudanças em seu material publicitário.



O QUE É O ECA DIGITAL (NA PRÁTICA)



Presidência da República
Casa Civil
Secretaria Especial para Assuntos Jurídicos

LEI Nº 15.211, DE 17 DE SETEMBRO DE 2025

Mensagem de veto

Regulamento

Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais (Estatuto Digital da Criança e do Adolescente).

O **ECA Digital** é uma extensão do *Estatuto da Criança e do Adolescente* para o ambiente online.

Mas aqui está o ponto que muita gente ainda não entendeu:

☛ **Ele não vale só para quem vende para crianças.**

Ele vale para qualquer negócio que possa ser acessado por elas.

Isso muda tudo.

📌 Exemplo prático:

Você tem uma loja online de produtos para adultos e sua empresa anuncia no Instagram.

Mesmo que seu produto não seja infantil,

➕ **adolescentes podem ver seus anúncios.**

Logo, você precisa estar em conformidade.

Qual é o objetivo da lei?

Proteger menores de três grandes riscos:

1. **Manipulação comercial** (anúncios feitos para influenciar decisões de forma emocional ou inconsciente)
2. **Uso indevido de dados** (coleta de comportamento sem consentimento)
3. **Exposição a conteúdos inadequado**

☛ Em resumo:

A lei reconhece que crianças e adolescentes **não têm o mesmo nível de discernimento** que adultos, e por isso precisam de proteção extra.

A REGRA QUE MAIS IMPACTA O MARKETING (E QUE POUCA GENTE ENTENDEU)

✗ A mudança mais importante:

O fim do marketing comportamental para menores

Esse é o ponto mais crítico da lei.

Antes, o marketing digital funcionava assim:

👉 “Se a pessoa demonstrou interesse, eu anuncio para ela.”

Agora, isso não pode mais ser feito com menores.

O que é marketing comportamental?

É quando você usa dados como:

- o que a pessoa clicou
- o que ela pesquisou
- quanto tempo ficou em um conteúdo
- o que ela costuma consumir

para mostrar anúncios mais “certeiros”.

Isso é a base do tráfego pago hoje.

🚫 O que passa a ser proibido:

Se houver risco de atingir menores:

- Retargeting para menores
- Públicos semelhantes (lookalike)
- Anúncios baseados em interesse
- Análise emocional (tipo conteúdo que “prende atenção”)
- Uso de IA para prever comportamento de compra infantil

⚠️ Por que isso é tão sério?

Porque isso quebra o modelo atual de anúncios.

Plataformas como:

- Meta Ads
- Google Ads
- TikTok Ads

Vão **limitar ou bloquear** essas opções quando houver risco de atingir menores.

✓ O que continua permitido:

- Público 18+
- Segmentação por localização
- Contexto da página (ex: site de moda → anúncio de roupa)

👉 Tradução prática:

Você deixa de anunciar para a pessoa **e passa a anunciar para o ambiente.**

CONTROLE PARENTAL E RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS

Outro ponto importante é a responsabilidade das plataformas.

Não basta mais perguntar:

☞ “Você tem mais de 18 anos?”

Agora elas precisam provar isso com mais rigor.

🔮 O que muda:

Contas de menores de 16 anos devem:

- estar vinculadas a responsáveis
- ter limites de uso
- permitir controle de conteúdo
- exigir aprovação para compras

Impacto direto no marketing:

Empresas que trabalham com:

- bebidas
- apostas
- conteúdos adultos
- certos tipos de serviços

Precisam reforçar controle de acesso.

O impacto indireto no marketing:

Isso cria um novo cenário:

- menos liberdade de exposição
- mais filtros de conteúdo
- mais barreiras para anúncios

☞ Ou seja:

O marketing deixa de ser “livre” e passa a ser controlado por contexto e responsabilidade.

LOOT BOXES E MANIPULAÇÃO COMPORTAMENTAL

Se você trabalha com apps, jogos ou gamificação, isso te afeta diretamente.

✗ Loot boxes foram proibidas para menores.

São itens virtuais em videogames, que libera recompensas aleatórias ao ser aberto. O conteúdo é desconhecido antes da compra, gerando polêmica por semelhanças com jogos de azar e vício, especialmente entre menores.



🔥 Por que isso foi proibido?

Porque funciona como um comportamento semelhante ao jogo de azar.

E isso pode:

- estimular vício
- gerar consumo impulsivo
- afetar o psicológico de menores

⚠️ E não para por aí

A lei também combate:

- notificações excessivas
- mecânicas de vício
- uso de recompensa para prender atenção



👉 O recado da lei é claro:

Não use mecânicas que induzam comportamento compulsivo em crianças.

O IMPACTO REAL NAS MÉTRICAS DE QUEM POSSUI ESSE SEGMENTO

Aqui entra a parte que o empresário sente no bolso.

Sem segmentação comportamental de crianças e adolescentes:

- os anúncios ficam menos precisos
- o público fica mais amplo
- o custo sobe

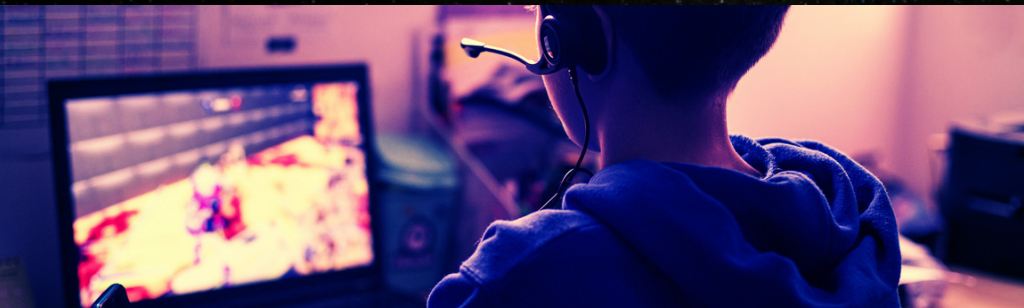
O que já se espera:

- menos cliques
- menos conversões
- mais gasto para adquirir cliente

⚠ Mas o erro aqui é pensar:
“Então o marketing piorou?”
Não.
👉 O marketing mudou.

Agora vence quem:

- tem estrutura
- entende o público
- cria conteúdo relevante
- trabalha com estratégia



MULTAS E RISCOS

O ECA Digital não é apenas uma recomendação, ele prevê penalidades reais para quem não se adequar.

As sanções podem incluir:

- advertência e prazo para correção
- multa de até 10% do faturamento da empresa
- ou valores entre R\$ 10 e R\$ 1.000 por usuário afetado
- com limite de até R\$ 50 milhões por infração

Além disso, dependendo da gravidade, a empresa pode sofrer:

- suspensão de atividades
 - bloqueio de operação
 - processos judiciais e danos à reputação
 -
- 👉 Ou seja: não é só sobre dinheiro, é sobre continuidade do negócio.

Agora pense:

👉 Se seus anúncios impactam milhares de pessoas, o risco escala rapidamente.

E não para por aí:

- campanhas podem ser suspensas
- operações podem ser bloqueadas
- a marca pode sofrer exposição pública

👉 marketing sem estrutura virou risco empresarial.

O QUE UM ANUNCIANTE PRECISA FAZER AGORA

Aqui entra a parte prática.

Antes de qualquer campanha, você precisa se perguntar:

- Isso pode atingir menores?
- Estou usando dados comportamentais?
- O conteúdo é adequado?
- Está tudo documentado?

👉 Se você não consegue responder isso com segurança, **você não está preparado para rodar essa campanha.**

Como se adaptar (sem perder resultado)

A boa notícia é:

👉 Existe caminho.

◆ Marketing contextual

Anunciar com base no conteúdo, não no comportamento.

◆ Público adulto

Foco claro em 18+ reduz risco.

◆ Conteúdo educativo

Quem educa, atrai.

◆ Influenciadores profissionais

Menos improvisado, mais contrato e responsabilidade.

CONCLUSÃO

O **ECA Digital** escancara uma realidade que já existia:

NÃO DÁ MAIS PARA FAZER MARKETING NO IMPROVISO

Hoje, existem dois caminhos claros:



Empresas que continuam apostando em tentativas, sem controle e sem estrutura.



Empresas que tratam o marketing como um sistema, com estratégia, responsabilidade e previsibilidade.

E no longo prazo, só um desses caminhos se sustenta.

O **ECA Digital** não veio para “dificultar o marketing”.

Ele veio para exigir que o marketing seja feito com:

- responsabilidade
- estratégia
- consciência

E isso, no fim, não interfere em empresas responsáveis. Apenas limita a ação de empresas despreparadas.

PRÓXIMOS PASSOS

Se você chegou até aqui, faça isso agora:

*revise suas campanhas
ajuste sua comunicação
treine sua equipe*



E se quiser estruturar isso com segurança:

A SecSirius pode te ajudar.

Acesse nosso site:
www.secsirius.com

Atuamos em áreas como:

- Presença digital e Posicionamento online
- Google Perfil de Empresa e SEO local
- Tráfego Pago (Google Ads e Meta Ads)
- Automação e Inteligência Artificial
- Segurança Digital para empresas
- Treinamento para equipes