

 Educação

ECA Digital no anúncio da escola: o que a lei proíbe e o que as plataformas mudaram

Desde 17 de março de 2026, a lei proíbe usar perfil de criança e adolescente para direcionar publicidade. A peça mostra o que isso muda na segmentação da campanha de matrícula, o que a Meta e o Google já fazem sozinhos e onde fica a foto do aluno.

Por **Natan Lima Paracampos Barroso**

Sócio fundador da Cofator. MBA em Gestão Operacional das Organizações pela FGV e MBA em Gestão de Tráfego Pago · 8 min de leitura

 Em 30 segundos

- Desde 17 de março de 2026, o ECA Digital proíbe usar perfilamento para direcionar publicidade comercial a crianças e adolescentes.
- No Google, menores de 18 anos não recebem publicidade personalizada, nem a feita com os públicos predefinidos do próprio Google.
- Na Meta, o anúncio para adolescente só pode usar idade e localização, regra em vigor desde fevereiro de 2023.

O anúncio de matrícula de uma escola infantil fala com um adulto e vende um serviço para uma criança. O de um cursinho, muitas vezes, fala direto com um aluno de 16 ou 17 anos. Desde 17 de março de 2026, os dois estão perto de uma linha nova. O Estatuto Digital da Criança e do Adolescente, o ECA Digital (Lei 15.211/2025), proíbe usar perfilamento para direcionar publicidade comercial a crianças e adolescentes¹.

A dúvida que chega à secretaria é prática. Dá para segmentar pais de crianças pequenas? O cursinho ainda pode anunciar para quem tem 17 anos? Posso pôr a foto de um aluno no anúncio? E o que a Meta e o YouTube já mudaram? Este texto separa o que a lei diz, o que as plataformas fazem e o que ainda é interpretação.

 01

O que a lei proíbe

O art. 22 tem uma frase só. Nela, "é vedada a utilização de técnicas de perfilamento para direcionamento de publicidade comercial a crianças e a adolescentes", e também o uso de análise emocional e de realidade aumentada, estendida e virtual para o mesmo fim¹.

Perfilamento, para a lei, é tratar dados de uma pessoa "com o objetivo de classificá-la em grupo ou perfil de modo a fazer inferências" sobre comportamento, interesses, desejos de consumo, localização e características parecidas (art. 2º, V)¹. Em linguagem de anúncio, é o que a plataforma faz quando junta o que a pessoa curte, assiste e busca, e conclui que ela tem interesse em vestibular.

A data está no art. 41-A: "Esta Lei entra em vigor em 17 de março de 2026"¹. O texto aprovado no Congresso dava um ano de prazo. Esse trecho foi vetado, e uma medida provisória encurtou o prazo para seis meses depois da publicação². A fiscalização cabe à Agência Nacional de Proteção de Dados, a ANPD, que tem "a competência para zelar pela aplicação" da lei, segundo o governo federal³.

Duas coisas chamam atenção no art. 22. Ele não diz quem está proibido, se a plataforma ou o anunciante. E fala de publicidade dirigida a criança e adolescente, sem mencionar o adulto responsável. As duas importam para a escola.

Quem monta o perfil

Na prática, quem classifica as pessoas em grupos é a plataforma. A escola escolhe critérios no gerenciador de anúncios: idade, região, interesses, públicos salvos. A plataforma usa o que sabe de cada conta para decidir quem se encaixa neles e quem vê o anúncio.

Por isso a lei chega à campanha da escola, antes de tudo, pelo que as plataformas deixam ou não deixam escolher. Se a plataforma não perfila o menor para anúncio, o critério que a escola marcou simplesmente não o alcança.

A escola escolhe o critério. A plataforma decide quem cabe nele. É por essa segunda ponta que a lei chega à campanha.

O que a Meta e o Google mudaram

Meta (Facebook e Instagram). Em 10 de janeiro de 2023, a Meta anunciou que, a partir de fevereiro daquele ano, "os anunciantes só poderão usar idade e localização para impulsionar anúncios para adolescentes"⁴. No mesmo texto, avisou que estava "removendo o gênero como uma opção de segmentação" e que o que o adolescente segue e curte nos aplicativos deixaria de influenciar os anúncios que ele vê. A segmentação por interesses e atividades já tinha saído antes⁴. A regra é anterior à lei. Não encontramos anúncio oficial da Meta mudando essa regra para o Brasil depois de março de 2026.

Google e YouTube. A política de anúncios do Google diz: "Os usuários com menos de 18 anos não podem receber publicidade personalizada, incluindo aquela veiculada com base em públicos-alvo predefinidos do Google"⁵. A mesma página diz que quem sobe lista própria de clientes não pode incluir informações de quem acessou conteúdo feito para crianças⁵. Em 23 de janeiro de 2026, o YouTube anunciou que passaria a estimar a idade no Brasil com aprendizado de máquina, a partir de sinais da conta e sem depender da data de nascimento registrada. Quando o sistema identifica um

menor, uma das proteções é a "desativação de publicidade personalizada"⁶. No dia em que a lei entrou em vigor, o Google listou o "bloqueio de anúncios personalizados" entre as proteções padrão para menores⁷.

O efeito para a escola é direto. O aluno de 17 anos já não entra por interesse na Meta, nem recebe anúncio personalizado no Google. E, no YouTube, a data de nascimento informada na conta deixa de ser a única régua.

Um público de exemplo, "jovens interessados em vestibular", salvo em 2024, continua no gerenciador, com o mesmo nome e a mesma confiança.

 04

As três perguntas da secretaria

Dá para segmentar pais de crianças pequenas? O anúncio dirigido ao adulto está fora do texto do art. 22, que fala de publicidade dirigida a criança e adolescente¹. Mas não encontramos orientação da ANPD sobre como o artigo se aplica a quem anuncia. E há uma diferença, por exemplo, entre escolher "mulheres e homens de 25 a 45 anos no bairro da escola" e escolher, quando a plataforma oferece, uma categoria como "pais de crianças de 3 a 5 anos". A primeira descreve o adulto. A segunda descreve a criança através do adulto.

O cursinho ainda pode anunciar para quem tem 17 anos? Pode. A lei proíbe o perfil, não o anúncio¹. O que muda é como o anúncio chega. Na Meta, o alcance do adolescente fica restrito a idade e localização⁴. No Google, ele não recebe anúncio personalizado⁵. O filtro para chegar até ele passa a ser a idade e a região, e não o que ele assiste.

Posso usar foto de aluno no anúncio? O ECA Digital não trata da foto no anúncio da escola. Quem trata é a Lei Geral de Proteção de Dados, a LGPD. A foto de um aluno reconhecível é "informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável", o que a lei chama de dado pessoal (art. 5º, I)⁸. O art. 14 manda tratar dado de criança e adolescente "em seu melhor interesse". Para a criança, prevê "o consentimento específico e em destaque dado por pelo menos um dos pais ou pelo responsável legal" (§ 1º)⁸.

A foto da festa junina fica ótima no mural. No anúncio, ela vira dado pessoal.

Como revisar a campanha

O critério cabe numa pergunta: este critério de público descreve o adulto ou a criança? Idade do adulto e região descrevem o adulto. Uma categoria que deduz a idade do filho descreve a criança. Interesse de alguém com 17 anos é perfil de adolescente.

Com essa pergunta, a revisão anda rápido. O que descreve o adulto fica. O que descreve a criança ou o adolescente sai, ou vira idade e região. E a foto de aluno só entra com o papel assinado.

Na prática

Antes da janela de matrícula

No gerenciador de anúncios da Meta e na conta do Google Ads, nesta ordem:

01

Abra os públicos salvos.

Para cada um, faça a pergunta "descreve o adulto ou a criança?" e tire as categorias que deduzem a idade do filho.

02

Ajuste o anúncio do cursinho.

Para alcançar o aluno menor de 18 anos, use só idade e região, e deixe os públicos por interesse e por visita ao site para os responsáveis.

03

Confira cada foto. Só

publique foto de aluno em anúncio com autorização escrita dos responsáveis, específica para esse uso e guardada junto do arquivo da peça.

O que sustenta este texto

A	Lei 15.211/2025 (ECA Digital), arts. 2º, V, 22 e 41-A, texto atualizado da Câmara dos Deputados	Proibição do perfilamento para publicidade dirigida a criança e adolescente; definição de perfilamento; vigência em 17/03/2026	fonte oficial
B	Senado Federal, Consultoria Legislativa, Sumário Executivo da MP 1.319/2025, 18/09/2025	O veto ao prazo de um ano e a MP que encurtou a vigência para seis meses	fonte oficial
B	Agência Gov, 21/08/2026	A ANPD é quem zela pela aplicação da lei	fonte oficial
A	Meta, sala de imprensa, 10/01/2023	Anúncio para adolescente só por idade e localização desde fevereiro de 2023; gênero e engajamento fora	fonte oficial
A	Google, Ajuda das Políticas do Google Ads, Segmentação restrita na publicidade personalizada	Menores de 18 anos sem publicidade personalizada; limite às listas de clientes	fonte oficial
A	YouTube, blog oficial, 23/01/2026, e Google, blog oficial, 17/03/2026	Estimativa de idade no Brasil; publicidade personalizada desligada para menores	fonte oficial
A	Lei 13.709/2018 (LGPD), arts. 5º, I, e 14, texto da Câmara dos Deputados	Foto reconhecível como dado pessoal; melhor interesse; consentimento de um dos pais para dado de criança	fonte oficial

A meta-análise, revisão sistemática ou experimento de campo. **B** um experimento controlado ou base grande auditável.

Leitura Cofator

O que a lei proíbe e o que cada plataforma faz vem de fonte primária: o texto da lei e as páginas oficiais da Meta e do Google, com grau A para o que a regra é. Os resumos do Senado e da Agência Gov entram com grau B, por serem análises oficiais do texto, e não o texto. Três pontos deste texto são leitura nossa, montada sobre essas regras. O primeiro é tratar como risco a categoria que deduz a idade do filho: a lei não fala do adulto, e não encontramos orientação da ANPD sobre o art. 22 voltada a anunciantes. O segundo é que o público por visita ao site tende a alcançar só adultos, porque depende do histórico da pessoa, que as duas plataformas deixaram de usar com o menor. O terceiro é a autorização escrita para a foto, que é a rota que segue a letra do § 1º do art. 14. Nenhum dos três é parecer jurídico nem resultado medido em escolas. Para um caso específico, vale ouvir o advogado da escola.

Natan Lima Paracampos Barroso, Sócio fundador da Cofator. MBA em Gestão Operacional das Organizações pela FGV e MBA em Gestão de Tráfego Pago

Se a campanha de matrícula da sua escola ainda roda com os públicos de antes de março, a janela é um bom motivo para revisar. A Cofator faz o marketing da sua escola, da campanha ao atendimento. Fale com a gente e conte como funciona hoje.

Fontes

- 1 Lei 15.211, de 17/09/2025 (Estatuto Digital da Criança e do Adolescente), arts. 2º, V, 22 e 41-A, texto atualizado no portal da Câmara dos Deputados: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2025/lei-15211-17-setembro-2025-797997-normaatualizada-pl.html>
- 2 Senado Federal, Consultoria Legislativa, Sumário Executivo da Medida Provisória 1.319/2025, 18/09/2025: https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/sumarios-de-proposicoes/mpv1519/@download/file/Sumario_Executivo_MP1319.pdf
- 3 Agência Gov, "ECA Digital: conheça as regras de proteção de crianças e adolescentes no ambiente online", 21/08/2026: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202608/eca-digital-conheca-as-regras-de-protecao-de-criancas-e-adolescentes-no-ambiente-online>
- 4 Meta, "Continuando a criar experiências de anúncios adequadas para adolescentes", 10/01/2023: <https://about.fb.com/br/news/2023/01/continuando-a-criar-experiencias-de-anuncios-adequadas-para-adolescentes/>
- 5 Ajuda das Políticas do Google Ads, "Segmentação restrita na publicidade personalizada": <https://support.google.com/adspolicy/answer/143465?hl=pt-br>
- 6 YouTube, blog oficial, "Estendendo nossas proteções integradas para mais adolescentes no YouTube", 23/01/2026: <https://blog.youtube/intl/pt-br/news-and-events/estendendo-nossasprotecoes-para-adolescente-brasil/>
- 7 Google, blog oficial, "Como o Google está protegendo crianças e adolescentes no Brasil", 17/03/2026: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/como-o-google-esta-protetendo-criancas-e-adolescentes-no-brasil/>
- 8 Lei 13.709, de 14/08/2018 (LGPD), arts. 5º, I, e 14, texto no portal da Câmara dos Deputados: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2018/lei-13709-14-agosto-2018-787077-publicacaooriginal-156212-pl.html>

 **Próximo passo**

Quer aplicar isso no seu negócio?

A Cofator faz o marketing do seu negócio, da campanha ao atendimento. Conte como funciona hoje e a gente mostra por onde começar.

Falar com a Cofator: cofator.com.br/contato

Natan Lima Paracampos Barroso, Sócio fundador da Cofator. MBA em Gestão Operacional das Organizações pela FGV e MBA em Gestão de Tráfego Pago