

[Tradução para o português da carta originalmente escrita em inglês, que está disponível [aqui](#).]

18 de setembro, 2020

Prezados Google, Facebook, Apple, Amazon e Microsoft,

Nós representamos uma coalizão de diversos grupos de interesses e indivíduos que vêm pedir para que parem com a prática da publicidade ‘comportamental’ direcionada ao público infantil nos seus sites, assim como o rastreamento que sustenta esta prática.

Reconhecemos que a maioria dos sites e aplicativos mais populares são financiados através da publicidade comportamental. Porém, estes produtos, na sua maioria criados por e para adultos, são acessados por um grande e crescente número de crianças; crianças que são rastreadas, perfiladas e a quem é direcionada publicidade ao ponto que sua atenção pode ser monetizada de forma mais efetiva.

A publicidade comportamental fere a privacidade da criança. Para jovens com menos de 13 anos, ela nem deveria ser feita: a não ser que tenha o consentimento informado dos pais, leis de proteção de dados proíbem expressamente a coleta de dados de crianças pequenas, da qual a publicidade comportamental depende. O fato de que empresas de *ad-tech* coletam 72 milhões de pontos de dados sobre uma criança até ela chegar aos 13 anos de idade demonstra a dimensão do desrespeito por essas leis, e o nível assustador de monitoramento imposto sobre as crianças.

Mas as nossas preocupações vão além das crianças pequenas, e além de questões de privacidade. Crianças de qualquer idade são mais suscetíveis às pressões da publicidade, menos propensas a identificar conteúdo patrocinado, e têm menos capacidade para compreender como e quais tipos de dados são utilizados para esses fins comparado com adultos.

Por isso pedimos o fim do uso da publicidade comportamental direcionada a indivíduos que as plataformas sabem - ou que tenham identificado - ter menos de 18 anos. Não há justificativa para direcionar publicidade personalizada para adolescentes, assim como não há essa justificativa para crianças de 12 anos.

Vocês, as empresas mais poderosas da internet, têm a responsabilidade de proteger seus usuários. Com crianças usando a internet mais ainda no mundo pós-Covid, pedimos que levem essa responsabilidade a sério e se comprometam a acabar com a prática da publicidade comportamental infantil.

Assinado:

- 5Rights Foundation
- Action For Happiness
- Adblock Brum
- Instituto Alana - programa Criança e Consumo
- Jon Alexander, New Citizenship Project*
- Campaign for a Commercial-Free Childhood
- Caroline Lucas MP

- Demos
- Professora Angela Druckman, Centre for the Understanding of Sustainable Prosperity
- Foxglove
- Friends of the Earth England, Wales and Northern Ireland
- Global Action Plan
- Dr Elly Hanson, Clinical Psychologist
- Roger Higman, Network of Wellbeing
- Tim Kasser, Ph.D., Emeritus Professor of Psychology, Knox College
- Professor Sonia Livingstone OBE, Dept of Media & Communications, LSE
- Duncan McCann, Representative Claimant in £2.5bn *McCann v Google* lawsuit
- New Economics Foundation
- Open Rights Group
- Privacy International
- Eren Sözüer, PhD Candidate and Lecturer, Istanbul University Faculty of Law
- Dr Mimi Tatlow-Golden, Senior Lecturer, Developmental Psychology & Childhood, Open University
- Dr Michael Veale, Faculty of Laws, University College London

*A título pessoal

FIM