



São Paulo, 20 de julho de 2021

Ao

**Google Brasil**

Avenida Brigadeiro Faria Lima, 3477

Itaim Bibi, São Paulo - SP

04538-133

**Government Affairs & Public Policy**

**Flávia Annenberg**

**Alana Rizzo**

**Managing Director Brazil**

**Fábio Coelho**

**Ref.: Solicitação de informações sobre as políticas de privacidade e monetização da plataforma YouTube e a segurança de crianças e adolescentes usuárias.**

Prezados(as) Senhores(as),

Prezados(as) Senhores(as),

O Instituto **Alana**, por meio de seu programa **Criança e Consumo**, vem, respeitosamente, à presença de de V. Sas., solicitar informações à empresa **Google Brasil**. para que apresentem esclarecimentos sobre as plataformas YouTube e YouTube Kids, de sua titularidade, no tocante ao seu impacto nos direitos de crianças e adolescentes.

## **I. Instituto Alana e o programa Criança e Consumo.**

O **Instituto Alana**<sup>1</sup> é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, que aposta em programas que buscam a garantia de condições para a vivência plena da infância. Criado em 1994, o **Instituto Alana** é mantido pelos rendimentos de um fundo patrimonial desde 2013 e tem como missão “honrar a criança”.

Para divulgar e debater ideias sobre as questões relacionadas aos direitos da criança no âmbito das relações de consumo e perante o consumismo ao qual são expostas, assim como para apontar meios de minimizar e prevenir os prejuízos decorrentes de todo e qualquer tipo de comunicação mercadológica<sup>2</sup> e exploração comercial do público infantil, criou o programa **Criança e Consumo**<sup>3</sup>, em 2006.

Por meio do programa **Criança e Consumo**, o **Instituto Alana** procura disponibilizar instrumentos de apoio e informações sobre os direitos do consumidor nas relações de consumo que envolvam crianças e adolescentes e acerca do impacto do consumismo e da exploração comercial na sua formação, fomentando a reflexão a respeito da força que a mídia, a publicidade e a comunicação mercadológica dirigidas ao público infanto-juvenil, inclusive no âmbito digital, possuem na vida, nos hábitos e nos valores dessas pessoas ainda em formação.

## **II. Solicitação de informações relativas às políticas do YouTube e YouTube Kids no tocante aos direitos de crianças e adolescentes**

---

<sup>1</sup> <http://www.alana.org.br>.

<sup>2</sup> O termo ‘comunicação mercadológica’ compreende toda e qualquer atividade de comunicação comercial para a divulgação de produtos e serviços independentemente do suporte ou do meio utilizado. Além de anúncios impressos, comerciais televisivos, spots de rádio e banners na internet, podem ser citados como exemplos: embalagens, promoções, merchandising, disposição de produtos nos pontos de venda, etc.

<sup>3</sup> [criancaeconsumo.org.br](http://criancaeconsumo.org.br).

A presente comunicação tem como fundamentos o princípio da transparência (artigo 6º, VI), o respeito à privacidade, à autodeterminação informativa e à inviolabilidade da intimidade (artigo 2º), todos dispostos na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018), bem como o direito à informação previsto no art. 6º, inciso II do Código de Defesa do Consumidor. Considera, ainda, o Comentário Geral nº 25 do Comitê dos Direitos da Criança da ONU, que estabelece o conteúdo do melhor interesse de crianças e adolescentes no universo digital.

Considerando as recentes alterações nas políticas de monetização do YouTube, bem como as mudanças que a plataforma vem promovendo desde o início de 2020 no que diz respeito a sua utilização por crianças e adolescentes, o **Instituto Alana**, por meio do programa **Criança Consumo**, vem, respeitosamente, apresentar os questionamentos formais adiante elencados:

- 1) Até janeiro de 2020, a política de uso do YouTube deixava explícito que a plataforma não foi desenvolvida para o uso de crianças e adolescentes. Contudo, os Termos de Serviço do YouTube foram alterados após acordo com o FTC (Federal Trade Commission) para incluir pessoas com mais de 13 anos dentre os seus usuários legítimos. Sabe-se, contudo, que crianças com idade inferior a 13 anos utilizam o YouTube massivamente, até porque o próprio aviso de privacidade da plataforma admite essa utilização desde que haja permissão dos pais, mães ou responsáveis para tanto. Dessa forma, questiona-se:
  - 1.1) Quais os mecanismos adotados para a aplicação dos Termos de Serviço atuais do YouTube com relação à idade dos usuários livres e administradores de canais? O YouTube usa sistemas de inteligência artificial para identificar a idade dos usuários?
  - 1.2) De que forma o YouTube garante que os usuários crianças da plataforma obtiveram a permissão de seus pais para utilizá-la? Quais os mecanismos de verificação adotados, se houverem?
  - 1.3) Considerando que, a despeito dos Termos de Serviço do YouTube, é massiva a presença de usuários crianças na plataforma, de que forma são tratados os dados pessoais desses indivíduos? Como se de adultos fossem ou conforme sua eventual identificação enquanto crianças?
  - 1.4) Com relação ao anúncio acerca do estabelecimento de um fundo global de US\$ 100 milhões, a ser utilizado ao longo de três anos, "dedicado à criação de conteúdo infantil original e inteligente", há atualizações, incluindo a previsão de que recursos sejam aportados no Brasil?

- 2) Conforme mencionado, os Termos de Serviço do YouTube admitem a participação de maiores de 13 anos na plataforma, de modo que incluem os adolescentes dentre os seus usuários legítimos. Esses, porém, gozam de proteção especial no que diz respeito ao tratamento de seus dados pessoais, por força do art. 14 da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Desse modo, questiona-se:
- 2.1) Os dados pessoais de adolescentes entre 13 e 18 anos incompletos possuem diferenciações de tratamento? Se sim, quais?
  - 2.2) É permitido o direcionamento de publicidade segmentada, direcionada com base em perfis comportamentais traçados a partir do tratamento de dados dos usuários, para adolescentes na faixa etária dos 13 aos 18 anos incompletos, por parceiros de publicidade, na plataforma?
  - 2.3) Quais as bases legais, nos termos da LGPD, que estão sendo utilizadas para o tratamento de dados dos adolescentes entre 13 e 18 anos? Há relatório de impacto a respeito desses tratamentos de dados pessoais de adolescentes entre 13 e 18 anos no país? Quais são as medidas, salvaguardas e mecanismos de mitigação de risco adotados?
  - 2.4) Há transferência internacional de dados de adolescentes entre 13 e 18 anos e, em caso positivo, sob qual fundamento dentre aqueles previstos na LGPD?
  - 2.5) De que maneira a empresa cumpre o artigo 14, § 6º da LGPD, que prevê o dever de fornecimento de informações em linguagem simples, clara e acessível a respeito do tratamento de dados de crianças e adolescentes?
- 3) Em 1 de junho de 2021, a plataforma YouTube teve seus Termos de Serviço alterados, tendo sido atualizada a sua política de monetização, por meio da qual passou-se a veicular a informação de que os seus usuários concedem ao YouTube “o direito de monetização sobre seu Conteúdo no Serviço”. A propósito dessa nova política, questiona-se:
- 3.1) Com a referida alteração, o YouTube passa a ter o direito de monetizar todos os conteúdos produzidos pelos usuários, ainda que não esteja habilitada a ferramenta de monetização quando do upload do arquivo na plataforma?
  - 3.2) Há alguma diferenciação relativa aos canais com conteúdo direcionado a crianças (pessoas com até 12 anos de idade incompletos), no que diz respeito à nova política de monetização da plataforma? E com relação aos canais com conteúdo produzido por crianças e adolescentes, esses também terão necessariamente o seu conteúdo monetizado?
  - 3.3) Em que termos a referida alteração repercute no YouTube Kids?

4) Os Termos de Serviço do YouTube esclarecem que crianças de qualquer idade podem acessar o YouTube Kids, caso este tenha sido ativado pelos familiares ou responsáveis legais. Embora admita-se o uso do serviço por crianças de qualquer idade, porém, a plataforma também possui anúncios em sua versão gratuita - inclusive anúncios publicados por contas vinculadas a empresas, os quais, segundo os termos da política de publicidade da plataforma, não são considerados 'anúncios pagos' para os fins ali estabelecidos. Ante o exposto, questiona-se:

4.1) É possível que a família ou responsável legal, ainda na versão gratuita, desabilite os anúncios pagos?

4.2) Como a inserção de anúncios pagos na plataforma se harmoniza com a vedação legal à publicidade dirigida às crianças de até 12 anos de idade no Brasil?

4.3) Considerando que conteúdos veiculados por empresas usuárias não são considerados anúncios pagos, tais empresas podem publicar conteúdos publicitários livremente na plataforma YouTube Kids? Se não, quais os mecanismos adotados pelo Google para coibir essas práticas no Youtube Kids?

4.4) Considerando que o YouTube geral identifica também os canais e conteúdos voltados para crianças, tais canais e conteúdos seguem as mesmas regras de publicidade do YouTube Kids?

5) O fenômeno da protagonização de vídeos por crianças no YouTube é uma realidade que há muito se consolidou no Brasil e no mundo. A atividade desempenhada por influenciadores digitais consiste na produção de vídeos nos quais essas crianças e adolescentes se manifestam de diversas formas: atuando como apresentadoras, cantando, fazendo piadas, artesanato, atividades científicas ou peças manuais, brincando, cozinhando e, entre outras ações, protagonizando peças publicitárias. As atividades desempenhadas por essas crianças, portanto, podem ser equiparadas ao trabalho infantil artístico, na medida em que caracterizam-se pela periodicidade, monetização, exigência de cumprimento de agenda, performance voltada às expectativas alheias etc. A respeito desses chamados influenciadores digitais mirins, questiona-se:

5.1) Quais são as políticas adotadas pelo Youtube para a presença de influenciadores digitais mirins na plataforma que exercem trabalho infantil artístico?

5.2) O Google, por meio do Youtube, realiza formações, auxílio estratégico ou intermediação com anunciantes de canais com influenciadores mirins?

5.3) Ao identificar crianças em situação de trabalho infantil artístico, quais as medidas tomadas? O Google encaminha tais informações para as autoridades responsáveis, como Ministério Público do Trabalho, Conselho Tutelar ou Vara de Infância e Juventude?

## **I. Conclusão**

Os questionamentos aqui veiculados têm como finalidade solicitar informações em relação ao uso da plataforma digital YouTube por crianças e adolescentes, nos termos acima expostos.

Diante disso, o **Criança e Consumo**, programa do **Instituto Alana**, vem, respeitosamente, requerer a apresentação de respostas às questões suscitadas e informações sobre as ações que poderão ser desenvolvidas pela empresa e suas marcas com relação aos pontos acima destacados.

O **Criança e Consumo**, por fim, coloca-se à inteira disposição para esclarecer quaisquer eventuais pontos de dúvida e aprofundar o diálogo quanto a todo o suscitado.

Atenciosamente,

**Instituto Alana**  
**Criança e Consumo**

**Pedro Hartung**  
**Diretor de Políticas e Direitos da Criança**

**Maria Mello**  
**Coordenadora do Programa Criança e**  
**Consumo**

**João Francisco de Aguiar Coelho**  
**Advogado do Programa Criança e**  
**Consumo**

**Thaís Roberta Rugolo**  
**Acadêmica de Direito e Estagiária**  
**do Programa Criança e Consumo**