



Anais do 3º Encontro da Rede de Pesquisa em Governança da Internet

Manaus, 01 de outubro de 2019

ISSN: 2675-1690 v.3, 2020

PROTEÇÃO DE DADOS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES: UM ESTUDO DO CASO YOUTUBE KIDS

Elora Raad Fernandes¹

RESUMO

Apesar dos grandes avanços sociais possibilitados pela Internet e pelas novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), estas têm se mostrado um grande desafio à proteção da privacidade e à proteção de dados de seus usuários. O modelo de negócios da Internet, baseado na economia da atenção e financiado por publicidade, utiliza dados de seus usuários para a criação de perfis, que são utilizados para técnicas de *targeting*, bem como para a manipulação social. Isso é especialmente perigoso no que toca às crianças e aos adolescentes, pessoas vulneráveis e em desenvolvimento, que, dada essa condição, são mais afetadas por essas condutas. Com o objetivo de contribuir com essa discussão, o presente estudo busca compreender como a aplicação YouTube Kids tem tratado os dados de crianças e adolescentes. Como referencial teórico, adota-se a interpretação ontológica da privacidade informacional, formulada por Luciano Floridi. Metodologicamente, utiliza-se a pesquisa empírica, baseada nas regras de inferência de Lee Epstein e Gary King, bem como as técnicas de estudo de caso e de análise documental, baseadas em Robert Yin e André Cellard. Conclui-se que o YouTube Kids tem falhado em proteger os dados desse público e, conseqüentemente, em concretizar o princípio do melhor interesse da criança e do adolescente. Isso ocorre, principalmente, devido à “datificação” e à desconsideração das características dos menores, que demandam um tratamento especial, bem como da necessidade de se reforçar estruturas que permitam aos usuários moldarem suas identidades como agentes informacionais.

PALAVRAS-CHAVE: Proteção de Dados; Crianças e Adolescentes; YouTube Kids.

¹ Doutoranda em Direito Civil da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Mestra em Direito e Inovação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e graduada em Direito pela mesma instituição. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (Capes). E-mail: elorafernandes@live.com

ABSTRACT:

Despite the great social advances made possible by the Internet and the new Information and Communication Technologies (ICTs), they have been a major challenge to protect the privacy and the data of its users. The business model on the Internet, based on the attention economy and funded by advertising uses user data for profiling that is used for targeting techniques as well as for social manipulation. This is especially dangerous for children and adolescents, vulnerable and developing people who, given this condition, are most affected by these behaviors. In order to contribute to this discussion, this study seeks to understand how the YouTube Kids application process children's. As a theoretical framework, it adopts the ontological interpretation of informational privacy formulated by Luciano Floridi. Methodologically, empirical research based on the rules of inference by Lee Epstein and Gary King is used, as well as the case study and document analysis techniques based on Robert Yin and André Cellard. It concludes that YouTube Kids fails to protect the data from this public and, consequently, to implement the principle of best interests. This is mainly due to the datafication and the disregard of the characteristics of minors, which require special treatment, as well as the need to reinforce structures that allow users to shape their identities as informational agents.

KEY WORDS: Data Protection; Children and Adolescents; YouTube Kids.

INTRODUÇÃO

A Internet representa, hoje, uma mudança paradigmática para a humanidade. Seus efeitos exponenciais afetam todas as áreas do conhecimento e trazem diversos benefícios socioeconômicos. Todavia, essa mesma ferramenta pode ser considerada um espelho de nosso mundo atual e possui uma fluidez tamanha capaz de gerar diversas oportunidades, mas, também, diversos desafios.

Especialmente no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais, com o aumento da produção e da capacidade de processamento de informações, a partir da manipulação do *big data* por algoritmos, garantir a segurança dos dados e proteger a privacidade dos indivíduos é uma tarefa cada vez mais difícil. O produto de uma constante interação das pessoas com as tecnologias são grandes rastros digitais, que podem ser utilizados para a criação de perfis individuais ou de grupos. Isso acaba por gerar efeitos quantitativos e qualitativos diversos, pois estruturas de poder vinculadas a essa nova arquitetura informacional são modificadas (DONEDA, 2006).

Quando se trata de crianças e adolescentes, pessoas em desenvolvimento e, portanto, mais vulneráveis, a questão se apresenta ainda mais grave. Os nativos

digitais serão a primeira geração a ter uma grande quantidade de dados coletados desde sua concepção, o que pode gerar consequências sociais graves.

Primeiramente, destaca-se que esse grande arsenal de informações é extremamente valioso para o modelo de negócios baseado em publicidade direcionada, de forma que, quanto mais tempo os menores permanecem *online*, melhor. Em segundo lugar, a personalização do conteúdo presente na rede por algoritmos gera a chamada bolha dos filtros, o que tem a potencialidade de engessar o desenvolvimento social, discriminar comportamentos destoantes e gerar falhas de cognição e de relacionamento social em crianças e adolescentes. Os encontros aleatórios e as discussões a partir de ideias diferentes são cada vez mais raros, minando a capacidade criativa e a possibilidade de lidar com a complexidade do mundo (PARISER, 2012). Crescer em um espaço plural é a “premissa básica para garantir a liberdade de crítica e pensamento, o livre desenvolvimento da personalidade, das representações subjetivas e identitárias e, até mesmo, a igualdade de oportunidades” (HARTUNG; PITA, 2018).

Por fim a quantidade de informação sobre um mesmo indivíduo ou grupos de indivíduos, juntamente com a falta de transparência no tratamento de dados, gera situações de disparidade de poder, nas quais a vigilância passa a ser uma constante. Assim, a vivência em sociedade passa a ser cada vez mais orquestrada, através da previsibilidade dos atos da vida humana, no que tem sido chamado de capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2019).

Nesse sentido, a maior parte das aplicações utilizadas hoje não apresentam proteções especiais para os menores, mesmo sendo estes parte importante dos usuários da Internet.² Por outro lado, algumas das maiores empresas de tecnologia já vêm desenvolvendo alternativas específicas para esse público, como é o caso do YouTube Kids³. Essa plataforma faz parte do que tem sido chamado de “*digital*

² Ao utiliza-las, portanto, os menores acabam fazendo cálculos de privacidade diferentes daqueles que fariam em uma situação não mediada pelas redes sociais (BOYD, 2014). Assim, “ao invés de se perguntarem se a informação a ser compartilhada é significativa o suficiente para ser publicizada de maneira ampla, eles se perguntam se é íntima o suficiente para requerer proteção especial” (BOYD, 2014, p. 62, tradução nossa). Em outras palavras, quando participam dessas redes, os usuários acabam por adotar o lema “público-por-padrão, privado-por-esforço” (BOYD, 2014, p. 62, tradução nossa), o que gera uma sensação perigosa de que a privacidade é apenas necessária quando se tem algo a esconder (BOYD, 2014).

³ No Brasil, em pesquisa realizada pelo Nic.br (2019), 83% das crianças e adolescentes entrevistados utilizavam a Internet para assistir a vídeos, programas, filmes ou séries.

playgrounds”, que seriam espaços digitais, onde os dados dos menores são tratados para fins comerciais. Estes incluem mídias sociais, aplicativos e brinquedos conectados (SMITH; SHADE, 2018).

A partir do surgimento dessas novas alternativas, para contribuir com a discussão em curso, o presente trabalho tem como objetivo, a partir de uma perspectiva empírica, realizar um estudo de caso do YouTube Kids, com o objetivo de se verificar como a aplicação tem tratado os dados de crianças e adolescentes.

Para tal, após a presente introdução, a primeira seção aborda as estratégias metodológicas que guiarão a investigação. Em seguida, discute-se o referencial teórico adotado, apresentando-se a teoria da interpretação ontológica da privacidade informacional, de Luciano Floridi. A terceira seção discorre sobre o caso do YouTube Kids e como essa aplicação trata dados de crianças e adolescentes, a partir da análise de sua política de privacidade. Na quarta seção, discute-se os resultados apresentados pela coleta empírica e, por fim, conclui-se o artigo ao se realizar uma retomada de suas principais contribuições, apresentando as considerações finais.

METODOLOGIA

O presente estudo de caso caracteriza-se como empírico e segue as regras de inferência propostas por Epstein e King (2013), com o objetivo de trazer maior confiabilidade e validade às conclusões aqui traçadas. Segundo Machado, um caso, dentro do estudo empírico do Direito, é “uma construção intelectual que busca oferecer uma representação de um fenômeno jurídico, em um contexto específico, a partir de um leque amplo de dados e informações” (MACHADO, 2017, p. 357). Trata-se de uma estratégia de pesquisa abrangente, que permite uma investigação mais holística, preservando as características significativas dos acontecimentos (YIN, 2015). Em geral, essa técnica deve ser adotada quando se investiga um fenômeno contemporâneo, de maneira contextualizada, uma vez que os limites entre ele e seu contexto não são tão evidentes, isto é, o pesquisador não tem controle pleno sobre o objeto em estudo (YIN, 2015).

A partir de um estudo de caso único, holístico e descritivo do YouTube Kids, esse trabalho terá como unidade de análise a sua Política de Privacidade. Ao se

descrever o caso, a partir da unidade de análise selecionada, as conclusões serão realizadas a partir do referencial teórico adotado.

Segundo Yin (2015), uma questão frequente que surge de um estudo de caso, principalmente estudos de caso único, diz respeito à sua capacidade de generalizar teorias. Quanto a isso, o autor explica que os estudos de caso são, na verdade, generalizáveis a proposições teóricas (generalização analítica) e não a populações ou universos (generalização estatística) (YIN, 2015). Isso quer dizer que o *corpus* empírico observado no caso deve ser utilizado para a criação de uma teoria e essa mesma teoria ajudará a identificar outros casos aos quais os resultados são generalizáveis (YIN, 2015). Essa teoria deverá ser, portanto, replicada e confirmada em outros casos, a fim de fortalecê-la e ajustá-la à realidade.

A partir de uma análise documental (CELLARD, 2008), será analisado nesta pesquisa o Aviso de Privacidade do YouTube Kids, que é um adendo à Política de Privacidade da *Google*, específica para esse aplicativo.

REFERENCIAL TEÓRICO

Como marco teórico, utiliza-se a teoria da interpretação ontológica da privacidade informacional, a partir de Floridi (2005), que defende a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) digitais com o objetivo de reontologizar a infosfera e proteger seus agentes através de um maior atrito ontológico.

Segundo Floridi (2005) a privacidade informacional é uma função da fricção ontológica da infosfera, construída a partir da arquitetura da tecnologia. A fricção ontológica está ligada às características do ambiente que determinam o fluxo de informação dentro de um sistema (FLORIDI, 2005).

Nesse sentido, as TIC são um dos fatores que mais afetam o atrito ontológico. Todavia, as TIC digitais, ao contrário das analógicas, são interativas, de forma que elas também podem aumentar a privacidade informacional ou até mesmo alterá-la, na medida em que re-ontologizam a própria infosfera (FLORIDI, 2005).

A partir dessas considerações, Floridi (2005) defende que a privacidade informacional requer uma reinterpretação radical, que leve em conta a natureza

essencialmente informacional dos seres humanos e de suas operações como agentes sociais. Essa reinterpretação é obtida considerando cada indivíduo como constituído por suas informações e, portanto, entendendo a violação de sua privacidade informacional como uma forma de agressão à sua identidade pessoal, o que vai ao encontro da definição de privacidade e de seus efeitos no direito (FLORIDI, 2005).

Essa interpretação é consistente com o fato de as TIC digitais poderem tanto erodir quanto reforçar a privacidade informacional, e, portanto, um esforço positivo precisa ser feito para apoiar não apenas as *Privacy Enhancing Technologies* (PET), mas também as aplicações estruturantes, que permitem aos usuários projetar, moldar e manter suas identidades como agentes informacionais (FLORIDI, 2005).

Uma forma de proteger dados a partir da arquitetura advém do *privacy by design* e do *privacy by default*, conceitos essenciais que devem ser aplicados em ambientes utilizados por crianças e adolescentes. O fluxo de informações requer algum atrito para manter firme a distinção entre o sistema multiagente (a sociedade) e a identidade dos agentes (os indivíduos) que a constituem (FLORIDI, 2005). Isso é especialmente verdade quando se fala em agentes como crianças e adolescentes, pessoas vulneráveis e em desenvolvimento, que necessitam de uma tutela especial.

A PROTEÇÃO DE DADOS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO YOUTUBE KIDS

Segundo a Google LLC (2019j), o YouTube Kids foi criado em 2015 com a intenção de trazer uma maior segurança no uso da aplicação por crianças e adolescentes. Além de apresentar um *design* mais apelativo e fácil de usar pelos menores,⁴ são utilizados filtros automatizados, revisão humana e *feedback* dos pais para determinar qual conteúdo permanece na plataforma (não se sabe qual a extensão da intervenção humana sobre o conteúdo). A empresa afirma que desenvolveu uma política de conteúdo que realiza esse filtro juntando informações das três fontes citadas. Nesse sentido, “por exemplo, se uma miniatura de vídeo

⁴ “*The design and ease of usage is not by accident and can be categorized as a form of ‘ludic capitalism’ where labor is play, and play is increasingly laborious*” (GALLOWAY, 2012 *apud* BURROUGHS, 2017).

apresentar alguma imagem imprópria, o título do vídeo incluir palavrões ou se o conteúdo do vídeo tiver um tema mais apropriado para maiores de idade, eles não serão adequados para o YouTube Kids” (GOOGLE LLC, 2019j). O algoritmo que junta essas informações e realiza a filtragem não está disponível ao público, mas sabe-se que o mecanismo de indicação que está por trás dessa filtragem é o mesmo utilizado no YouTube (FERREIRA; AGANTE, 2020).

Além disso, os pais ou responsáveis também têm a prerrogativa de utilizar ferramentas que modificarão a experiência da criança ou do adolescente no aplicativo (GOOGLE LLC, 2019c). Os adultos poderão limitar o tempo de uso da plataforma, bloquear vídeos ou canais, pré-aprovar conteúdos, selecionar níveis de conteúdo com base na idade do menor, aprovar coleções de “parceiros confiáveis”⁵, sinalizar conteúdo considerado impróprio e assinar o YouTube Premium para que a plataforma fique livre de anúncios (GOOGLE LLC, 2019c). Por fim, a Google também disponibiliza duas ferramentas de educação digital com o fim de ajudar as famílias a discutir melhor o tema: o aplicativo Family Link⁶ e o programa Seja incrível na Internet⁷ (GOOGLE LLC, 2019c).

Inicialmente, o YouTube Kids podia ser apenas acessado via aplicativo, porém se tornou disponível na versão *web* depois de um acordo realizado com a Federal Trade Commission (FTC), nos Estados Unidos da América. Segundo a FTC (2019), o YouTube teria violado o Children's Online Privacy Protection Act (COPPA) ao coletar informações pessoais de usuários de canais direcionados para crianças, através de *cookies*, sem antes notificar os pais e obter seu consentimento. Essas informações estariam sendo utilizadas para exibir anúncios direcionados aos

5 A aplicação não informa quais são os parceiros confiáveis ou o método de escolha desses parceiros.

6 Segundo a Google, o “Family Link permite que você estabeleça regras digitais e oriente seus filhos enquanto eles aprendem, brincam ou jogam, sejam eles crianças ou adolescentes” (GOOGLE LLC, 2019d). A partir desse aplicativo, pais e responsáveis podem verificar quais aplicativos e por quanto tempo o menor utiliza, bloquear o dispositivo utilizado por ele, saber sua localização etc. A partir do Family Link é possível criar contas Google para menores de 13 anos (ou da idade mínima permitida no país), que será vinculada à conta do adulto responsável. Após a idade mínima, a conta é transformada em uma conta comum (GOOGLE LLC, 2019d).

7 O programa Seja incrível na Internet busca ensinar “às crianças os conceitos básicos de segurança e cidadania digital para que elas possam explorar o mundo on-line com confiança” (GOOGLE LLC, 2019h).

espectadores desses canais e a aplicação YouTube regular acabou se tornando um dos principais meios de se direcionar anúncios para crianças⁸.

Além de uma multa de 170 milhões de dólares, que, apesar de recorde, muitos especialistas têm julgado baixa, pois equivaleria a aproximadamente 37 horas de lucro da plataforma (NEWTON, 2019), o YouTube se comprometeu a realizar algumas mudanças em seu sistema⁹.

Apesar de poder ser considerado um avanço importante, igualar os conteúdos considerados infantis do YouTube ao tratamento dos dados de crianças e adolescentes no YouTube Kids não necessariamente é suficiente para que se esteja em conformidade com o melhor interesse da criança e do adolescente, o que se discutirá na próxima seção.

Antes, porém, é necessário contextualizar a importância que o público infantil representa para o modelo de negócios do YouTube como um todo. Vale lembrar que o *youtuber* mais bem pago do mundo em 2018 e em 2019 é Ryan Kaji, de 8 anos, cujo canal Ryan ToysReview é voltado para a apresentação e publicidade de brinquedos para crianças (JOHNSTON, 2018; BERG, 2019). Além disso, em mapeamento realizado pelo ESPM Media Lab, em 2016, dos 100 canais de maior audiência do YouTube, 48 eram direcionados a crianças (CORREA, 2016). Dos 230 canais analisados pelo mapeamento, os 110 infantis somavam quase 50 bilhões de visualizações, contra pouco mais de 2 bilhões dos 120 canais restantes (CORREA, 2016), o que demonstra o grande peso que os canais infantis tem no funcionamento da aplicação.

A política de privacidade do YouTube Kids

⁸ Exemplo paradigmático é a boneca *LOL Surprise*, sucesso de vendas dos últimos anos, que foi criada a partir da observação do grande interesse de crianças por vídeos de *unboxing* no YouTube. A estratégia de marketing do brinquedo foi completamente focada nos meios digitais (INSTITUTO ALANA, 2019).

⁹ Em primeiro lugar, segundo a plataforma (WOJCICKI, 2019), os dados de qualquer pessoa que assista conteúdo considerado infantil no YouTube seriam tratados como se provenientes de uma criança, independentemente da idade do usuário, o que significa que apenas os dados necessários para rodar a aplicação serão coletados. Além disso, anúncios personalizados deixariam de ser vinculados a estes conteúdos, recursos como comentários e notificações seriam desabilitados e os criadores teriam de identificar o conteúdo criado para crianças. Técnicas de *machine learning* também seriam utilizadas para encontrar vídeos que claramente visam o público infantil, como aqueles que têm ênfase em crianças, personagens, brinquedos etc. Por fim, uma versão *web* do aplicativo YouTube Kids seria lançada e um fundo de 100 milhões seria criado para a geração de conteúdo infantil original para o YouTube e para o YouTube Kids.

No que se refere à política de privacidade, o YouTube Kids possui um documento específico que a descreve, qual seja, o Aviso de Privacidade do YouTube Kids. Segundo a Google, o aviso busca ajudar pais e responsáveis a entenderem quais os dados coletados, por que são coletados, o que é feito com esses dados e o controle da Google em relação a eles. O aviso fornece informações específicas para o YouTube Kids e resume as partes mais importantes da Política de Privacidade da Google, que “descreve de maneira mais geral o tratamento que damos às informações do usuário nos produtos e serviços da Google”. Nesse sentido, presume-se que, quando o Aviso de Privacidade do YouTube Kids for omissivo, a política de Privacidade da Google deverá ser utilizada subsidiariamente. Ainda, quando o Aviso for conflitante com a Política geral, aquele prevalecerá (GOOGLE, 2019a).

Além dos documentos citados, a fim de utilizar o YouTube Kids, o usuário deverá concordar, também, com os Termos de Uso (GOOGLE LLC, 2019i) e as Diretrizes da comunidade do YouTube (GOOGLE LLC, 2019e). Como já aclarado na metodologia deste trabalho, o documento principal de análise é, portanto, o Aviso de Privacidade do YouTube Kids.

O Aviso de Privacidade do YouTube Kids inicia descrevendo quais as informações coletadas pela aplicação quando esta é utilizada. O aviso elenca alguns dados a serem coletados, mas não é taxativo, isto é, através da linguagem utilizada¹⁰ percebe-se que são fornecidos apenas alguns exemplos. Assim, algumas informações coletadas podem ficar de fora desse rol. Os exemplos fornecidos são:

- tipo de dispositivo e configurações, como modelo de hardware e versão do sistema operacional;
- informações de acesso, inclusive detalhes sobre como o nosso serviço é utilizado, informações de eventos do dispositivo e o endereço IP (protocolo da internet) do dispositivo;
- números exclusivos do aplicativo, como o número da versão do aplicativo; e
- identificadores exclusivos, que são usados para coletar e armazenar informações sobre um aplicativo ou dispositivo, como idioma preferencial, atividade de aplicativo e outras configurações (GOOGLE LLC, 2019a).

10 “Essas informações incluem.” (GOOGLE LLC, 2019a, grifo nosso).

A plataforma afirma, também, que não coleta informações pessoais como nome, endereço ou informações de contato da criança ou adolescente (GOOGLE LLC, 2019a).

Em seguida, é descrito como esses dados são utilizados pela Google. Além de utilizá-los para fins operacionais internos, para que a aplicação funcione normalmente, também são base para a oferta de conteúdo personalizado aos usuários, através de recomendação de conteúdo e publicidade contextual. O YouTube Kids não permite que os usuários compartilhem informações pessoais com terceiros, nem que as disponibilize publicamente através de comentários, por exemplo.

No Aviso de Privacidade do YouTube Kids também é descrito como informações adicionais são coletadas através da associação das contas Google dos pais ou responsáveis às atividades dos menores na plataforma. Através dessa associação é possível ativar controles parentais e personalizar a experiência do menor na aplicação, como dito anteriormente. Ademais, nesse caso, informações como nome e data de nascimento são coletadas, caso o adulto consinta em fornecê-las.

Os dados coletados pela Google são compartilhados com terceiros em determinadas situações, como quando há obrigações legais; cumprimento de legislação e dos termos de serviço; detecção, prevenção e solução de problemas técnicos e de segurança; “proteção contra danos a direitos, propriedade ou segurança da Google, dos nossos usuários ou do público, conforme determinado ou permitido por lei” e para processamento externo, isto é, para que afiliadas, outras empresas ou pessoas de confiança processem as informações, conforme as instruções fornecidas (GOOGLE LLC, 2019a).

Além disso, através da autorização dos pais, a Google compartilha “informações de usuários individuais com empresas, organizações e pessoas físicas fora da Google” (GOOGLE LLC, 2019a). A companhia também afirma que podem compartilhar “informações agregadas sobre o uso do aplicativo com terceiros, por exemplo, para apresentar tendências de uso do aplicativo ou cumprir nossa obrigação de apresentação de relatórios aos nossos parceiros” (GOOGLE LLC, 2019a).

O aviso informa, ainda, que o adulto responsável poderá ter acesso ao histórico de visualizações e de busca do menor, bem como poderá pausá-lo ou apagá-lo (GOOGLE LLC, 2019a). Destaca-se que

enquanto o histórico está em pausa, o aplicativo não usa as visualizações do vídeo nem os termos de busca para recomendar conteúdo. Quando o histórico dos vídeos assistidos e busca é apagado, o aplicativo reprograma os vídeos Recomendados e Assistir de novo (GOOGLE LLC, 2019a).

Por fim, a companhia informa que esse aviso se aplica apenas para a utilização do YouTube Kids, sem que esteja associada a uma conta do menor. Em alguns países a Google permite que o menor de 13 anos crie uma conta para si através do “Family Link” e, por isso, tem um aviso de privacidade separado. Nesse sentido ela alerta que “as informações que coletamos, inclusive histórico de pesquisa e visualizações, bem como registros de pesquisa de voz, podem ser armazenadas na conta Google da criança e usadas para aperfeiçoar a experiência do seu filho no Google” (GOOGLE LLC, 2019a).

Apesar de o uso do YouTube Kids, através desse tipo de conta, modificar a forma como os dados de crianças e adolescentes são coletados, a análise da política de privacidade do Family Link foge ao escopo deste artigo. Isso demonstra, porém, que pais e responsáveis devem estar atentos a diversas especificidades no tratamento de dados dos menores, tendo em vista que o controle sobre esses dados se torna cada vez mais difícil.

Importante salientar, ainda, que o Aviso de Privacidade do YouTube Kids possui uma versão a ser lida pelos menores que utilizam o YouTube Kids - Aviso do YouTube Kids para crianças (GOOGLE LLC, 2019b) - com uma linguagem mais fácil e direta, que facilita o entendimento por parte desse público.

DISCUSSÃO DE RESULTADOS

A partir da descrição da política de privacidade, algumas considerações podem ser realizadas. Em primeiro lugar, percebe-se a falta de transparência em relação aos dados que são coletados a partir do YouTube Kids. Uma vez que apenas um rol exemplificativo é fornecido aos pais ou responsáveis, não é possível saber se

dados além daqueles serão coletados e para qual finalidade¹¹, o que pode vir a ferir o princípio da transparência, disposto no art. 7º, VI, da LGPD (BRASIL, 2018). Ao não saber exatamente quais dados são coletados, o indivíduo também acaba sendo privado de concretizar outros direitos como os princípios do livre acesso, da finalidade, da adequação, da não discriminação (BRASIL, 2018) etc. Por fim, isso prejudica enormemente o consentimento livre, informado e inequívoco¹².

Em segundo lugar, a Google afirma utilizar os dados para oferecer conteúdo personalizado¹³, seja recomendando conteúdo que o usuário possa gostar, seja oferecendo publicidade contextual (apesar de afirmar não utilizar dados do aplicativo para publicidade baseada em interesses¹⁴). Além da publicidade contextual explícita, o algoritmo utilizado, baseado nos interesses do menor, continua a recomendar vídeos que podem conter publicidade embutida, como os de *unboxing*. Por não considerar as práticas dos influenciadores como publicidade em sua política de privacidade, estes vídeos continuariam aparecendo para os menores mesmo quando os pais pagam o YouTube Premium (FERREIRA; AGANTE, 2020).

De Fato, o aplicativo do YouTube Kids foi criado como uma resposta à preocupação dos pais acerca do acesso a conteúdo impróprio por seus filhos no YouTube. Contudo, o resultado acabou sendo a possibilidade de uma segmentação direta de crianças dentro do aplicativo, que está sendo utilizada para *marketing* (BURROUGHS, 2017). No que tange ao Brasil, em pesquisa realizada pelo Nic.br (2019), verificou-se que 67% das crianças e adolescentes que entraram em contato com publicidade, o fizeram através de *sites* de vídeos.

11 Salienta-se que, nos Termos de Serviço do YouTube, isso é reforçado com a seguinte chave de interpretação: “nestes termos, ‘inclusive’ ou ‘incluindo’ significa ‘incluindo, mas sem se limitar a’, e quaisquer exemplos fornecidos servem para fins ilustrativos” (GOOGLE LLC, 2019i).

12 Destaca-se que a situação se torna um pouco mais complicada quando a família utiliza de recursos como o Family Link, que acaba por modificar a política de privacidade a ser consultada, o que pode gerar confusão nos usuários.

13 O histórico de visualização utilizado para essas recomendações, como visto na seção 3.1, pode ser pausado ou apagado pelo maior responsável. Todavia, uma vez que esta não é uma configuração padrão, poucos são aqueles que se atentariam para essa particularidade.

14 A publicidade contextual é baseada, inicialmente, no contexto em que o conteúdo se encontra. Segundo a Google, analisa-se “o conteúdo de cada página da Web para determinar seu tema central. Então é feita a correspondência entre esse tema e seu anúncio usando suas escolhas de palavras-chave e tópicos, seu idioma e local de destino, o histórico de navegação recente de um visitante e outros fatores” (GOOGLE LLC, 2019g). Por outro lado, a publicidade personalizada ou baseada em interesses funciona “utilizando dados on-line dos usuários para segmentá-los com um conteúdo de publicidade mais relevante” (GOOGLE LLC, 2019f)

Como se sabe, a publicidade direcionada a crianças e adolescentes no Brasil não é permitida, uma vez que estes são considerados hipervulneráveis nas relações de consumo. A partir da interpretação dos artigos 36, 37 e 39, do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), e da Resolução 163, do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA, 2014), o direcionamento de privacidade a este público é considerado abusivo,

pois tal prática tira proveito de sua peculiar condição de desenvolvimento para persuadi-la e seduzi-la ao consumo de produtos ou serviços. Tendo em vista as técnicas sofisticadas de micro-direcionamento customizado de publicidade e a aplicação de métodos psicológicos e comportamentais para seduzir internautas, o uso de dados de crianças para fins comerciais tem potencial ainda mais nocivo (INSTITUTO ALANA, 2018, p. 3).

Assim, uma vez que essa prática atenta contra direitos fundamentais garantidos a crianças e adolescentes, o tratamento não estaria sendo realizado em seu melhor interesse, conforme o caput do art. 14, da LGPD (BRASIL, 2018).

Nesse sentido, destaca-se, ainda, que a empresa, além de utilizar os dados para publicidade, afirma compartilhá-los com terceiros, seja para o uso dos dados em si, seja para apresentar tendências de uso do aplicativo, cumprindo sua obrigação de apresentação de relatórios a seus parceiros (GOOGLE LLC, 2019a). Percebe-se, a partir dessa etapa, que o mínimo controle que os pais ou responsáveis têm em relação aos dados do menor é perdido, uma vez que não são fornecidas informações acerca de quem são esses parceiros, quais dados são compartilhados e a finalidade para a qual serão utilizados, prejudicando a concretização de diversos princípios presentes no art. 7º, da LGPD (BRASIL, 2018).

Além de compartilhar dados com terceiros, estes são também compartilhados com afiliadas e parceiros da empresa. Como se sabe, a Alphabet, holding da Google criada em 2015, é uma das gigantes digitais atuais (junto com outras como Amazon, Apple, Microsoft, Facebook etc.). Até 2019, a Alphabet tinha feito 234 aquisições e

atua em setores tão diversos como biotecnologia, plataformas de *blogging*, *e-mail*, mecanismos de busca, *streaming* de vídeo etc. (ZANATTA; ABRAMOVAY, 2019).

Assim, mesmo que a empresa não compartilhasse os dados com terceiros ou os utilizasse para publicidade, não se pode esquecer que ela mesma pode fazer uso deles para fins secundários, a fim de dar suporte a outros serviços, como seu aplicativo de empregos, ou mesmo para fidelizar consumidores desde cedo. Isso, porém, não é visto como um problema na política de privacidade da plataforma, que possui uma narrativa focada na proteção dos menores em relação ao contato com conteúdo impróprio, pessoas desconhecidas e acesso indesejado a dados¹⁵. Isso é o que Lindh e Nolin (2016) denominam de “*benefiting rhetoric*”.

Apesar de o YouTube Kids ser vendido como uma opção repleta de possibilidades de personalização, em que os pais ou responsáveis terão mais controle e, por isso, mais tranquilidade em relação ao uso pelo menor da Internet, percebe-se que essas configurações não passam da superfície. Não obstante elas serem importantes, não alteram a problemática que gira em torno do uso massivo de dados de crianças e adolescentes.

Nesse sentido, Burrough (2017) aponta duas estratégias por parte do YouTube Kids. Primeiramente, os menores são tidos como população alvo, sendo posicionados como meros consumidores. Em segundo lugar, os algoritmos da aplicação são utilizados para impactar o público por meio de recomendações e filtros. Assim, o posicionamento discursivo da audiência através de algoritmos gera o que o autor chama de “*algorithmic infants*”. Isso é problemático, pois os pais e responsáveis hoje têm utilizado essa aplicação como forma de manter os menores entretidos. E quanto mais jovem a criança, mais os algoritmos funcionam para guiar sua visualização, realizando a escolha do conteúdo por ela. A esse respeito, em pesquisa realizada pelo Pew Research Center (SMITH; TOOR; KESSEL, 2018), demonstrou-se que o sistema algorítmico da plataforma encoraja os usuários a visualizarem cada vez mais vídeos mais longos e conteúdos mais populares.

Dessa forma, os mecanismos de privacidade por padrão e por *design*, trazidos pela LGPD em seu art. 46, §2º (BRASIL, 2018), são essenciais para a

15 O aviso foca no fato de que YouTube Kids não permite que os usuários compartilhem informações pessoais com terceiros, nem as disponibilize publicamente através de comentários, por exemplo. Ele não informa, porém, qual seu conceito de informação pessoal ou então um rol de informações que não poderiam ser compartilhadas.

proteção dos dados desse público, principalmente daqueles que, de acordo com a LGPD, já poderiam dar seu consentimento sem a ajuda dos pais (maiores de 12 anos), mas que ainda são vulneráveis e estão em desenvolvimento.

Isso está relacionado com a capacidade das TIC digitais de aumentar a privacidade informacional ou, até mesmo, de alterar seu significado, visto que podem reontologizar a própria natureza da infosfera (FLORIDI, 2005). Esses mecanismos são também essenciais para que a criança ou o adolescente não seja privado de ter acesso a esses serviços sem que haja o consentimento necessário, o que determina o §4º, do art. 14, da LGPD (BRASIL, 2018).

A partir de uma proteção dos direitos das crianças e dos adolescentes por *design*, será possível deixar que estes experimentem aprender através dos erros e acertos na Internet, sem que isso deflagre todas as consequências discutidas na Introdução deste artigo. Assim, focar os esforços na construção de aplicações que minimizem a coleta de dados e levem em conta os direitos fundamentais deste público seria mais eficaz do que pensar tardiamente na proteção de dados no futuro.

Outro ponto de destaque é o fato de que, estando o uso da plataforma por crianças vinculado à autorização legal de seus pais ou responsáveis, ela não menciona qualquer mecanismo de checagem acerca da veracidade desse consentimento. Isso acabaria por contrariar o art. 14 §1º, da LGPD, que exige um consentimento específico e em destaque dado pelo responsável legal (BRASIL, 2018), bem como o §5º, que traz a necessidade dessa verificação, por meio de todos os esforços razoáveis (BRASIL, 2018).

Salienta-se, por fim, o esforço válido e necessário pelo YouTube de se criar um documento com uma linguagem voltada a crianças e adolescentes, como é o caso do Aviso do YouTube Kids para crianças¹⁶. A participação de crianças e adolescentes nas decisões que dizem respeito aos seus direitos de maneira paulatina, a partir de documentos redigidos de acordo com o seu grau de entendimento, é imprescindível para uma educação digital de qualidade, que prepare essas pessoas para uma vida cada vez mais conectada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

¹⁶ Isso é, inclusive, algo determinado pela LGPD em seu art. 14, §6º (BRASIL, 2018).

Uma análise da Política de Privacidade do YouTube Kids traz à discussão diversos pontos controversos em relação à atuação do YouTube em seu aplicativo voltado para menores. Percebe-se que, apesar de grandes avanços em relação à experiência de crianças e adolescentes no uso da Internet, a companhia falha em diversos pontos na proteção de dados de deste público e, conseqüentemente, na concretização do princípio do melhor interesse da criança e do adolescente. Isso ocorre, principalmente, devido a uma “datificação” da infância e da desconsideração das características desse público, que demandam um tratamento especial, bem como da necessidade de se reforçar estruturas que permitam aos usuários moldarem suas identidades como agentes informacionais.

Em um ordenamento que tem como prioridade absoluta a proteção dos direitos da criança e do adolescente, consagrada no art. 227 da Constituição (BRASIL, 1988), a participação de todos os atores da sociedade é fundamental, de maneira que uma discussão mais aprofundada acerca da responsabilidade das empresas de tecnologia, bem como da ingerência estatal nesses casos é imperativa. Nesse sentido, uma atuação ativa para proteger os direitos de crianças e adolescentes no ambiente *online* será essencial por parte da Autoridade Nacional de Proteção de Dados.

A privacidade e a proteção de dados são direitos fundamentais das crianças e dos adolescentes, que devem ser garantidos desde a sua concepção, não devendo ser endereçado apenas quando estes se tornam adultos. Violar esses direitos é violar sua segurança, comprometer sua reputação, favorecer a discriminação e prejudicar seu livre desenvolvimento. Percebe-se, portanto, que o Brasil terá um grande desafio pela frente na aplicação e interpretação da LGPD, a fim de que esses direitos sejam, de fato, concretizados.

REFERÊNCIAS

ALEXANDER, Julia. YouTube creators have begun shifting channels after FTC fine leaves futures in jeopardy. **The Verge**. Manhattan, 11 set. 2019. Disponível em: <https://www.theverge.com/2019/9/11/20856715/youtube-creators-channel-pivot-demonetization-ftc-fine-google-childrens-content-toys-games>. Acesso em: 20 dez. 2019.

BERG, Madeline. The Highest-Paid YouTube Stars of 2019: The Kids Are Killing It. **Forbes**. Nova York, 18 dez. 2019. Disponível em: [https://www.forbes.com/sites/maddieberg/2019/12/18/the-highest-paid-youtube-stars-of-2019-the-kids-are-killing-it/?](https://www.forbes.com/sites/maddieberg/2019/12/18/the-highest-paid-youtube-stars-of-2019-the-kids-are-killing-it/?utm_source=TWITTER&utm_medium=social&utm_content=2960210666&utm_campaign=sprinklrForbesMainTwitter#41bd395e38cd)

[utm_source=TWITTER&utm_medium=social&utm_content=2960210666&utm_campaign=sprinklrForbesMainTwitter#41bd395e38cd](https://www.forbes.com/sites/maddieberg/2019/12/18/the-highest-paid-youtube-stars-of-2019-the-kids-are-killing-it/?utm_source=TWITTER&utm_medium=social&utm_content=2960210666&utm_campaign=sprinklrForbesMainTwitter#41bd395e38cd). Acesso em: 20 dez. 2019.

BOYD, Danah. **It's complicated**: the social lives of networked teens. New Haven: Yale University Press, 2014.

BURROUGHS, Benjamin. Youtube kids: The app economy and mobile parenting. **Social Media and Society**, [s.l.], v. 3, n. 2, p.1-8, 2017.

BRASIL. **Constituição** (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília 1988.

BRASIL. Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília, 1990b. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/l8078.htm. Acesso em: 10 dez. 2019.

BRASIL. Lei n.º 13.709, de 14 de agosto de 2018. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei n.º 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet). **Lei Geral de Proteção de Dados**. Brasília. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm. Acesso em: 10 ago. 2019.

CELLARD, André. A análise documental. In: POUPART, Jean et. al. (Org). **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes.

CONANDA - CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE. Resolução n.º 163, de 13 de março de 2014. Brasília, Disponível em: http://www.crianca.mppr.mp.br/pagina-1635.html#resolucao_163. Acesso em: 10 dez. 2019.

CORREA, Luciana. **Geração YouTube**: Um mapeamento sobre o consumo e a produção de vídeos por crianças. São Paulo: ESPM Media Lab, 2016. Disponível em: https://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2018/09/Media-Lab_Luciana_Correa_2016.pdf. Acesso em: 30 dez. 2019.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

EPSTEIN, Lee; KING, Gary. **Pesquisa Empírica em Direito**: as regras de inferência. São Paulo: Direito GV, 2013. 253 p. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/11444>. Acesso em: 10 dez. 2019.

FEDERAL TRADE COMMISSION. **Google and YouTube Will Pay Record \$170 Million for Alleged Violations of Children's Privacy Law**. 2019. Disponível em:

<<https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2019/09/google-youtube-will-pay-record-170-million-alleged-violations>>. Acesso em: 20 dez. 2019.

FERREIRA, Michelly; AGANTE, Luísa. The Use of Algorithms to Target Children while Advertising on YouTube Kids Platform: A reflection and analysis of the existing regulation. **International Journal of Marketing, Communication and New Media**, [s.l.], special issue 8, p. 29-53, 2020.

FLORIDI, Luciano. The Ontological Interpretation of Informational Privacy. **Ethics And Information Technology**, [s.l.], v. 7, n. 4, p.185-200, dez. 2005. Springer Nature.

GOOGLE LLC. **Aviso de privacidade do YouTube Kids**. 2019a. Disponível em: <https://kids.youtube.com/t/privacynotice>. Acesso em: 27 dez. 2019.

GOOGLE LLC. **Aviso do YouTube Kids para crianças**. 2019b. Disponível em: <https://kids.youtube.com/t/noticeforchildren>. Acesso em: 27 dez. 2019.

GOOGLE LLC. **Dicas e ferramentas para sua família**. 2019c. Disponível em: <https://www.youtube.com/kids/parent-resources/>. Acesso em: 27 dez. 2019.

GOOGLE LLC. **Family Link**. 2019d. Disponível em: <https://families.google.com/intl/pt-BR_ALL/familylink/#>. Acesso em: 30 dez. 2019.

GOOGLE LLC. **Políticas e segurança**. 2019e. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/about/policies/#community-guidelines>. Acesso em: 27 dez. 2019.

GOOGLE LLC. **Publicidade Personalizada**. 2019f. Verbete do "Ajuda do Políticas do Google Ads". Disponível em: <https://support.google.com/adspolicy/answer/143465?hl=pt-BR>. Acesso em: 31 dez. 2019.

GOOGLE LLC. **Segmentação Contextual**. 2019g. Verbete do "Ajuda do Políticas do Google Ads". Disponível em: <https://support.google.com/adspolicy/answer/143465?hl=pt-BR>. Acesso em: 31 dez. 2019.

GOOGLE LLC. **Seja incrível na internet**. 2019h. Disponível em: <https://beinternetawesome.withgoogle.com/pt-br_br>. Acesso em: 30 dez. 2019.

GOOGLE LLC. **Termos de Serviço**. 2019i. Disponível em: <https://kids.youtube.com/t/terms>. Acesso em: 27 dez. 2019.

GOOGLE LLC. **Uma experiência mais segura**. 2019j. Disponível em: <https://www.youtube.com/kids/safer-experience/>. Acesso em: 27 dez. 2019.

HARTUNG, Pedro; PITA, Marina. Proteger dados de crianças e adolescentes é garantir a liberdade. **Estadão**. São Paulo. 30 jun. 2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/proteger-dados-de-criancas-e-adolescentes-e-garantir-a-liberdade/>. Acesso em: 06 nov. 2019.

INSTITUTO ALANA. **Manifesto pela proteção de dados com prioridade absoluta de crianças e adolescentes.** São Paulo, 2018. Disponível em: <http://prioridadeabsoluta.org.br/wp-content/uploads/2018/06/manifesto-pl-protecao-de-dados.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2019.

INSTITUTO ALANA. **Representação – estratégias abusivas de publicidade e comunicação mercadológica dirigidas a crianças realizadas pela empresa Candide para a promoção de sua linha de bonecas colecionáveis LOL.** [s.l.], 2019. Disponível em: https://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2019/03/Representação_siteCeC.pdf. Acesso em: 30 dez. 2019.

JOHNSTON, Chris. Youtuber Ryan, de 7 anos, ganha US\$ 22 milhões e é o mais bem pago do mundo em 2018. **BBC News.** Londres. 4 dez. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-46435004>. Acesso em: 20 dez. 2019.

LINDH, Maria; NOLIN, Jan. Information We Collect: Surveillance and Privacy in the Implementation of Google Apps for Education. **European Educational Research Journal**, [s.l.], v. 15, n. 6, p.644-663, 24 jul. 2016. SAGE Publications.

MACHADO, Maira Rocha. O estudo de caso na pesquisa em direito. In: MACHADO, Maira Rocha (Org.). **Pesquisar empiricamente o direito.** São Paulo: Rede de Estudos Empíricos em Direito, 2017. p. 357-389.

NEWTON, Casey. YouTube's FTC settlement won't end its problems with regulators. **The Verge.** Manhattan, 5 set. 2019. Disponível em: <https://www.theverge.com/interface/2019/9/5/20850287/youtube-ftc-settlement-google-antitrust-investigation>. Acesso em: 20 dez. 2019.

NIC.BR - NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR. **TIC Kids Online Brasil 2018:** pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.BR), 2019. Disponível em: https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/216370220191105/tic_kids_online_2018_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 14 mai. 2020.

PARISER, Eli. **O filtro invisível:** o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. 287 p.

SMITH, Aaron; TOOR, Skye; KASSEL, Patrick van. Many Turn to YouTube for Children's Content, News, How-To Lessons. **Pew Research Center.** [s.l.]. 7 nov. 2018. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/07/many-turn-to-youtube-for-childrens-content-news-how-to-lessons/>. Acesso em: 14 jul. 2020.

SMITH, Karen Louise. SHADE, Leslie Regan. Children's digital playgrounds as data assemblages: Problematics of privacy, personalization, and promotional culture. **Big Data & Society**, [s.l.], v. 5, n. 2, p.1-12, 2018.

WOJCICKI, Susan. **An update on kids and data protection on YouTube.** 2019. YouTube Official Blog. Disponível em: <https://youtube.googleblog.com/2019/09/an-update-on-kids.html>. Acesso em: 20 dez. 2019.

YIN, Robert. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZANATTA, Rafael; ABRAMOVAY, Ricardo. Dados, vícios e concorrência: Repensando o jogo das economias digitais. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 33, n. 96, p. 421-446, 2019.

ZUBOFF, Shoshana. **The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power**. New York: Publicaffairs, 2019.