

# **IV ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

**DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS I**

**JOSÉ RENATO GAZIERO CELLA**

**AIRES JOSE ROVER**

**ALEXANDRE MORAIS DA ROSA**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

#### **Diretoria - CONPEDI**

**Presidente** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

**Diretora Executiva** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

**Vice-presidente Sudeste** - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

**Vice-presidente Nordeste** - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

**Representante Discente:** Prof. Dra. Sinará Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

#### **Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

#### **Secretarias**

##### **Relações Institucionais:**

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

##### **Comunicação:**

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

##### **Relações Internacionais para o Continente Americano:**

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

##### **Relações Internacionais para os demais Continentes:**

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

##### **Eventos:**

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

**Membro Nato** - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

---

D597

Direito, governança e novas tecnologias I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Aires Jose Rover; Alexandre Moraes da Rosa; José Renato Gaziero Cella – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-406-8

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Constitucionalismo, desenvolvimento, sustentabilidade e smart cities.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Governança. IV Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2021 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



## **IV ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

### **DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS I**

---

#### **Apresentação**

No IV Encontro Virtual do CONPEDI, realizado de 09 a 13 de novembro de 2021, o grupo de trabalho “Direito, Governança e Novas Tecnologias I”, que teve lugar na manhã de 09 de novembro de 2021, destacou-se no evento não apenas pela qualidade dos trabalhos apresentados, mas pelos autores dos artigos, que são professores pesquisadores acompanhados de seus alunos pós-graduandos e um graduando. Foram apresentados 24 artigos objeto de um intenso debate presidido pelos coordenadores e acompanhado pela participação instigante do público presente na sala virtual.

Esse fato demonstra a inquietude que os temas debatidos despertam na seara jurídica. Cientes desse fato, os programas de pós-graduação em direito empreendem um diálogo que suscita a interdisciplinaridade na pesquisa e se propõe a enfrentar os desafios que as novas tecnologias impõem ao direito. Para apresentar e discutir os trabalhos produzidos sob essa perspectiva, os coordenadores do grupo de trabalho dividiram os artigos em cinco blocos, quais sejam a) inteligência artificial; b) mídias sociais; c) tratamento de dados pessoais; d) governança, sociedade e poder judiciário; e e) mundo do trabalho e novas tecnologias.

A inteligência artificial foi objeto do primeiro bloco de trabalhos, com as exposições e debates sobre os seguintes artigos: 1. A inteligência artificial nos tribunais brasileiros, de Danilo Serafim e Julio Cesar Franceschet; 2. A responsabilidade penal por fatos típicos derivados de sistemas de inteligência artificial: uma análise a partir da teoria da ação significativa, de Airto Chaves Junior e Bruno Berzagui; 3. Inteligência artificial (ia) e responsabilidade civil: desafios e propostas em matéria da responsabilização por danos provenientes de ações de sistemas inteligentes, de Erika Araújo de Castro, Danilo Rinaldi dos Santos Jr. e Clarindo Ferreira Araújo Filho; 4. O algoritmo da fraternidade: entre os excessos da política e os déficits da democracia, de Francisco Gerlandio Gomes Dos Santos e Carlos Augusto Alcântara Machado; 5. Protagonismo tecnológico sem delay democrático: inteligência artificial e a administração pública digital, de Bárbara Nathaly Prince Rodrigues Reis Soares e Ubirajara Coelho Neto; e 6. “Justiça artificial”: uma análise acerca da proficuidade da inteligência artificial no judiciário brasileiro, de Stéphaney Cindy Costa Baptistelli.

As mídias sociais foram o pano de fundo do segundo bloco de artigos apresentados, em que os problemas decorrentes de sua utilização foram apresentados e debatidos a partir dos

seguintes trabalhos: 1. A importância da regulamentação de mídias sociais em estados democráticos: uma análise de direito comparado entre o projeto de lei nº 2630/2020 e a legislação portuguesa, de Lucas Nogueira Holanda e Felipe Coelho Teixeira; 2. Fake news e (des)informação: a democracia em risco por um clique, de José Araújo de Pontes Neto; 3. A Liberdade de expressão e o papel das big techs, de Mariana Mostagi Aranda e Zulmar Antonio Fachin; e 4. Governança digital, regulação de plataformas e moderação de conteúdo, de Leonel Severo Rocha e Ariel Augusto Lira de Moura.

As discussões acerca do tratamento de dados pessoais congregaram as apresentações dos seguintes trabalhos: 1. Federal trade commission como standard transnacional de proteção de dados de crianças no brasil, de Ana Luiza Colzani; 2. Proteção de dados pessoais e práticas esg: compliance como ferramenta de concretização de direitos fundamentais, de Núbia Franco de Oliveira e Samuel Rodrigues de Oliveira; e 3. Tecnologias de reconhecimento facial no transporte público: uma análise do decreto 13.171/2018 de juiz de fora (mg), de Samuel Rodrigues de Oliveira e Núbia Franco de Oliveira.

Os temas de governança, sociedade e poder judiciário foram objeto de discussão dos seguintes artigos: 1. A estatística aplicada ao direito, de Carlos Alberto Rohrmann, Ivan Ludovice Cunha e Sara Lacerda de Brito; 2. Aprimoramento tecnológico no sistema de justiça brasileiro na sociedade da informação, de Devanildo de Amorim Souza, Luis Delcides R. Silva e Ana Elizabeth Lapa Wanderley Cavalcanti; 3. Comunicação institucional do poder judiciário: reflexões sobre a normatização da presença de tribunais e juízes nas redes sociais pelo conselho nacional de justiça, de Ítala Colnaghi Bonassini Schmidt, Marcela Santana Lobo e Rosimeire Ventura Leite; 4. Do valor jurídico dos contratos eletrônicos sob uma perspectiva tecnológica, de Eduardo Augusto do Rosário Contani e Murilo Teixeira Rainho; 5. Sociedade contemporânea: empresas virtuais e as perspectivas da função social da empresa, de Stéphaney Cindy Costa Baptistelli; e 6. Tabelionato de notas e registro de imóveis na quarta revolução industrial: impactos da digitalização, smart contracts e blockchain, de Geovana Raulino Bolan, Dionata Luis Holdefer e Guilherme Masaiti Hirata Yendo.

Por fim, o quinto bloco trouxe para a mesa o debate sobre o mundo do trabalho e as novas tecnologias, com os seguintes artigos: 1. A quarta revolução industrial e os impactos no judiciário brasileiro, de Jéssica Amanda Fachin e Brenda Carolina Mugnol; 2. A reconfiguração do trabalho pela tecnologia: críticas à precarização laboral, de Isadora Kauana Lazaretti e Alan Felipe Provin; e 3. “Compliceando” no âmbito trabalhista: uma mudança de paradigma, de Aline Letícia Ignácio Moscheta e Manoel Monteiro Neto.

Os artigos que ora são apresentados ao público têm a finalidade de fomentar a pesquisa e fortalecer o diálogo interdisciplinar em torno do tema “Direito, Governança e Novas Tecnologias”. Trazem consigo, ainda, a expectativa de contribuir para os avanços do estudo desse tema no âmbito da pós-graduação em direito brasileira, apresentando respostas para uma realidade que se mostra em constante transformação.

Os Coordenadores

Prof. Dr. Aires José Rover

Prof. Dr. José Renato Gaziero Cella

Prof. Dr. Alexandre Morais da Rosa

## **FEDERAL TRADE COMMISSION COMO STANDARD TRANSNACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS DE CRIANÇAS NO BRASIL**

### **FEDERAL TRADE COMMISSION AS A TRANSNACIONAL STANDARD OF CHILDREN'S DATA PROTECTION IN BRAZIL**

**Ana Luiza Colzani <sup>1</sup>**

#### **Resumo**

O presente trabalho tem como objeto de estudo a Federal Trade Commission (FTC), enquanto standard transnacional de proteção de dados de crianças no Brasil. Para tal construção utilizou-se da teoria de Frydman sobre standards e a análise do caso FTC e Youtube, de 2019. A especial relevância do caso se dá por ser um caso com efeitos pragmáticos transnacionais, apesar de o acordo, baseado na lei de proteção de dados de crianças norte-americana, não fazer qualquer menção à necessidade de extraterritorialidade. O relato dos resultados foi metodologicamente composto na base lógica-indutiva.

**Palavras-chave:** Standard transnacional, Federal trade commission, Proteção de dados, Crianças

#### **Abstract/Resumen/Résumé**

The present work has as its object of study the Federal Trade Commission (FTC), as a transnational standard for the protection of children's data in Brazil. For this construction, Frydman's theory on standards and the analysis of the FTC and Youtube case of 2019 were used. The special relevance of the case is that it is a case with transnational pragmatic effects, despite the agreement, based on the protection law American children's data, make no mention of the need for extraterritoriality. The report of the results was methodologically composed on the logical-inductive basis.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Transnational standard, Federal trade commission, Data protection, Children

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Ciência Jurídica pela UNIVALI e pela Widener University (EUA), em programa de dupla titulação, com bolsa (PROSUC), na linha de pesquisa Globalização, Comparativismo e Transnacionalidade. Itajaí-SC. Advogada. lucolzani@gmail.com

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objeto de estudo a agência regulatória norte-americana, *Federal Trade Commission* (FTC), enquanto standard transnacional de proteção de dados de crianças no Brasil.

Para tal construção, o trabalho é dividido em três itens. A partir da teoria de Frydman, no primeiro, é delimitado o conceito de *standards*, enquanto derivados de normas técnicas produzidas por um crescente número de fontes; bem como sua relação com as regras jurídicas.

O item dois aborda as características que tornam a *Federal Trade Commission* um standard de proteção de dados de crianças enquanto responsável pela regulamentação da *Children's Online Privacy Protection Act* (COPPA), nos Estados Unidos.

Por fim, o terceiro item analisa o acordo estabelecido entre esta e o Youtube, em 2019. A especial relevância do caso se dá por diferentes aspectos: primeiro, a plataforma é hoje a mais acessada por crianças no mundo, inclusive pelas brasileiras; segundo, foi a maior multa até hoje arbitrada em descumprimento à lei de proteção de dados de crianças norte-americana (COPPA); e, ainda, trata-se de um caso com efeitos pragmáticos transnacionais, apesar de o acordo não fazer qualquer menção à necessidade de extraterritorialidade.

Assim, o relato dos resultados é metodologicamente composto na base lógica-indutiva, enquanto, para a pesquisa, são utilizadas as técnicas do Referente, da Categoria, do Conceito Operacional e da Pesquisa Bibliográfica.

## 1 STANDARDS EM FRYDMAN

A tradução da palavra “*standard*” para a língua portuguesa é ampla. Pode significar, padrão, norma, nível, qualidade, critério, medida, classe, protótipo, modelo a seguir e até grau de conhecimento.

Para este trabalho, optou-se por utilizar, para o termo, o mesmo referencial que Frydman (2018, p. 19-20) traz em sua obra “O fim do Estado de Direito: governar por standards e indicadores”, o qual “designa, ao mesmo tempo, tanto a norma técnica, como a norma ISO, por exemplo, como o modelo (de comportamento ou de um objeto, de padrão (de medida) ou de benchmark (nível de referência)”.

Assim, diferentemente das regras, sendo àquelas fontes jurídicas clássicas, os *standards* são derivados de normas técnicas produzidas por um crescente número de fontes, públicas e privadas, nacionais, regionais e globais.

Por vezes, o Direito, acaba por recorrer às normas técnicas de forma auxiliar à normatividade. Como exemplo, o autor cita a definição de um limite tolerável em matéria de ruído, em que o próprio legislador ou as autoridades reguladoras integram referências às normas técnicas a fim de complementar ou detalhar a regulamentação jurídica (FRYDMAN, 2018, p. 20-21).

No entanto, a dicotomia aparentemente existente de que as normas técnicas normatizam as coisas, enquanto as normas jurídicas determinam o comportamento e as relações entre pessoas, não resiste ao apuro teórico e

torna-se insustentável quando as ‘coisas’ que se pretende administrar não são mais produtos, mas serviços, ou seja, atividades humanas e que as normas técnicas se transformam em normas de gestão e em ferramentas de administração” (FRYDMAN, 2018, p. 25).

Assim, no campo normativo classifica o autor a padronização das coisas e dos processos (e mediante à obediência a esses standards) como normas técnicas e normas voltadas à conduta das pessoas como normas de gestão (FRYDMAN, 2018, p. 17-28); que se entrelaçam e se confundem entre si.

As normas técnicas não deixam de ser “normas do tipo jurídico, pelas quais a autoridade política impõe certo comportamento aos destinatários” (FRYDMAN, 2018, p. 25), no entanto, sua fonte de derivação é principalmente a observação científica de experimentos. Sendo, portanto, “uma espécie de legislação híbrida, que asseguram uma forma de mediação entre as leis científicas e as regras jurídicas”(FRYDMAN, 2018, p. 24).

Estas sobreviveram às ideias liberais decorrente da revolução industrial do século XIX, em que se passou a não aceitar dirigismos do Estado na economia (FRYDMAN, 2018, p. 31-35). Por quanto eram consideradas de interesse bilateral, no sentido de que, por exemplo, engenheiros se dirigem à engenheiros, estipulando critérios e melhores formas de desempenho. Ou seja, confia-se no apuro da técnica para além da questão política.

E ainda, em decorrência da mesma revolução têm-se a embrionária “sociedade de risco”<sup>1</sup> advinda da massificação da produção e a necessidade de se estipular normas técnicas que não só protegem a própria indústria, mas que informam ao consumidor a forma de uso, cuidados e outras prescrições necessárias.

---

<sup>1</sup> Termo cunhado por Ulrich Beck.



As regras jurídicas clássicas operam em crescente concorrência com as normas técnicas e de gestão, tanto no âmbito interno dos Estados como no contexto transnacional.

Especialmente nas últimas décadas, a globalização trouxe uma “irresistível extensão do domínio da norma técnica” (FRYDMAN, 2018, p. 26), observada através do “laboratório de globalização” que é a União Europeia. As normas ganham sistematização nesse novo estado de coisas. Superadas as barreiras aduaneiras, o próximo foi remoção de obstáculos técnicos, por meio de padronizações e diretivas a suprimir e a padronizar procedimentos, técnicas e visões postas juridicamente e de modo díspar, até então, pelos estados-membros.

Assim, produtos e serviços, para circularem no bloco, passaram a atender às exigências essenciais em matéria de saúde, segurança, meio ambiente, dentre outros critérios definidos nas normas.

Desta nova abordagem, fica claro que são, a partir daí, as normas técnicas europeias ou internacionais, e não mais as legislações nacionais, nem mesmo o direito da União Europeia, no sentido estrito, que fixam, na prática e concretamente, as prescrições a serem respeitadas em matéria de saúde, segurança e meio ambiente, pela quase totalidade dos produtos e dos serviços que circulam e são comercializados na União Europeia”(FRYDMAN, 2018, p. 59).

Não se trata meramente da troca de regras jurídicas por normas técnicas, mas de uma mudança estrutural de domínio de produção da normatividade, saindo do império do Direito para o domínio da padronização; visto que as normas não são elaboradas pelas instâncias políticas tradicionais, "mas no seio do CEN, da ISO, ou dos organismos setoriais especializados” (FRYDMAN, 2018, p. 59).

No atual cenário global, regras sobre a **proteção de dados**, meio ambiente, propriedade industrial, contratos internacionais, investimentos, sistemas de justiça, funcionamento dos mercados de capitais e financiamentos internacionais com base em levantamento de riscos por agências especializadas, são apenas alguns exemplos da inter-relação entre esses dois grandes grupos de regramentos: as normas técnicas e de gestão, de um lado, e os ordenamentos jurídicos estatais, de outro.

São questões complexas que exigem regramento imediato em temas altamente especializados e que colocam em xeque a capacidade do Estado de trazer respostas dentro de seus processos legislativos.

Soluções para a necessária agilidade e especialidade foram implementadas pela Federal Trade Commission norte-americana, como se verá a seguir.

## 2 FEDERAL TRADE COMMISSION E A PROTEÇÃO DE DADOS DE CRIANÇA

A *Federal Trade Commission* (FTC) foi estabelecida pelo *Federal Trade Commission Act* (FTCA) em 1914. Originalmente com o objetivo de eliminar e prevenir práticas comerciais anticompetitivas, ampliou sua responsabilidade para promover a proteção dos consumidores a partir de uma grande variedade de normas específicas (FEDERAL TRADE COMMISSION, 2018).

A FTCA autoriza a FTC a prevenir "atos injustos ou enganosos" que afetem o comércio. Por meio desta cláusula, a Comissão está autorizada a impor e processar sanções, bem como regulamentar normas (O'REILLY, 2006).

A Comissão aborda questões de privacidade relacionadas ao comércio online desde o início desse tipo de atividade, com o objetivo de

*encourage and facilitate effective self-regulation as the preferred approach to protecting consumer privacy online. These efforts have been based on the belief that greater protection of personal privacy on the Web will not only protect consumers, but also increase consumer confidence and ultimately their participation in the online marketplace (LANDESBERG; LEVIN; CURTIN; LEV, 1998).*

Nos anos de 1998 a agência encaminhou ao Congresso norte-americano um relatório apresentando a então situação das práticas de privacidade, em especial no que concerne a proteção da privacidade infantil online.

Por temer que os pais estivessem perdendo o papel tradicional de guardiões das crianças pela exposição direta a predadores físicos e ao *marketing*, recomendou ao Congresso o desenvolvimento de legislação que “*placing parents in control of the online collection and use of personal information from their children*”<sup>2</sup>.

Os estudos trazidos no relatório apontaram que mais de 85% dos sites amostrados faziam algum tipo de coleta de informações pessoais dos consumidores, sendo que apenas 14% forneciam algum tipo de aviso a respeito de suas práticas e apenas 2% detinham uma política de privacidade (LANDESBERG; LEVIN; CURTIN; LEV, 1998).

---

<sup>2</sup> “*In the specific area of children’s online privacy, however, the Commission now recommends that Congress develop legislation placing parents in control of the online collection and use of personal information from their children. Such legislation would require Web sites that collect personal identifying information from children to provide actual notice to parents and obtain parental consent*”. (LANDESBERG; LEVIN; CURTIN; LEV, 1998).

O relatório identificou, ainda, “*core principles of fair information practice*” (LANDESBURG; LEVIN; CURTIN; LEV, 1998), extraídos de estudos nos Estados Unidos e no exterior, que seriam amplamente aceitos como essenciais para garantir a coleta, uso e disseminação de dados pessoais de forma justa e compatível com o resguardo da privacidade dos consumidores.

Esses princípios básicos exigem que os consumidores sejam avisados sobre as práticas de informação; que os consumidores tenham escolha no que diz respeito ao uso e disseminação das informações coletadas deles ou sobre eles; que os consumidores tenham acesso às informações sobre eles coletadas e armazenadas por uma entidade e que o coletor de dados tome as medidas adequadas para garantir a segurança e integridade de todas essas informações.

Aqui se identifica o tear entre as normas técnicas e de gestão com as regras jurídicas. Os princípios norteadores, extraídos de diferentes fontes (internas e comparadas), serviram de standard para a concepção da regra jurídica que os incorpora.

No mesmo ano (1998) foi então promulgada pelo Congresso a *Children’s Online Privacy Protection Act* (COPPA). A única lei federal de privacidade amplamente aplicável nos Estados Unidos, que tem como objetivo proteger a segurança e a privacidade de crianças contra a coleta de dados pessoais desnecessário ou não autorizados, por operadores de websites e serviços online.

As preocupações iniciais da Comissão, de reestabelecer o controle dos guardiões tornaram-se a base legal da lei, a partir do “consentimento verificável dos pais”.

Como já ressaltado no tópico anterior, a questão temporal e especificidade técnica são dois pontos frágeis às regras jurídicas e seu processo legislativo burocrático que acabam por recorrer às normas técnicas.

No entanto, a redação dessa lei foi feita de modo a torná-la especialmente flexível à regulamentação, como forma de não a tornar obsoleta ou em constante alteração legislativa, visto relacionar-se diretamente às tecnologias e inovações. Coube a *Federal Trade Commission* o papel de regulamentar, então, os parâmetros de implementação da norma.

Um benefício dado a regulamentação dos dados de criança é o procedimento de exceção denominado APA. De acordo com o *Administrative Procedure Act* (APA), o processo de regulamentação se torna mais simplificado, pelo qual a agência publiciza uma regra proposta, aceita comentários público e, em seguida, publica a versão final.

Essa agilidade propicia a constante atualização das normas técnicas, como foi feita em 2010 em resposta as novas realidades de uso das redes sociais e dos aplicativos (FEDERAL TRADE COMMISSION, 2013). Considerou-se, a partir da revisão, uma amplificação do conceito de “informação pessoal”, para incluir os nomes ou apelidos usados para identificação, endereços individualizados de computadores (como IPs), geolocalização, fotos, vídeos e gravação de áudio, por exemplo.

A norma revisada reconheceu que, embora nos anos 90 não era possível contatar uma pessoa apenas pela divulgação da foto dela, hoje, claramente, o é.

Há ainda modos mais informais pelos quais a agência atualiza as interpretações dadas a norma, como o “*Online FAQs*”: uma espécie de organização de perguntas e respostas que trazem um guia para pais e para empresas sobre as práticas esperadas para melhor adequação à COPPA. Postagem em blogs, workshops entre outros métodos são também considerados adequados e permitem que a Comissão seja mais ágil em termos de atualização das orientações, apesar de questionáveis a capacidade de coação destes parâmetros informais<sup>3</sup>.

A *Federal Trade Commission* também permite a autorregulação através da provisão de “*safe harbor*” (porto seguro)<sup>4</sup>. Neste, empresas privadas encaminham para aprovação junto ao órgão as suas diretrizes internas de proteção aos dados das crianças. Desenvolvedores de websites, de aplicativos, criadores de conteúdo em diversas plataformas ou qualquer outra entidade que publique conteúdos para crianças de forma online podem receber orientação regulatória sem estarem sujeitos à fiscalização no mesmo ato.

Para tanto, é necessário atingir um padrão mínimo de proteção, igual ou superior à COPPA. Children Advertising Review Unit (CARU), Entertainment Software Rating Board (ESRB), Privacy Vaults Online (PRIVO, e TRUTE, são algumas das companhias que aderiram à provisão e receberam o selo de aprovação do órgão de “*COPPA-compliant*” (COPPA-compatível). Ao descumprirem o proposto na autorregulação, as empresas estão igualmente sujeitas às sanções previstas pelo órgão.

---

<sup>3</sup> Alguns workshops, como o “Putting Disclosures to the Test”, ocorrido em 2016, foram duramente criticados por reforçarem ao invés de esclarecem as dúvidas existentes sobre os parâmetros de aplicação da norma. Vários painelistas apresentaram diferentes métodos, de qualitativos a quantitativos, mas sem consenso em relação aos critérios adotados. Ainda, para grande parte das empresas seriam inaplicáveis pelo custo e tempo envolvidos (CUNNINGHAM; ADENDORFF; DUVALL; REZABEK, 2020).

<sup>4</sup> 16 C.F.R. § 312.11 (2020).

Este modelo de autorregulação não é uma inovação trazida pela FTC, e existia, entre os anos 2000 até 2016, em relação à Diretiva de Proteção de Dados Europeia. Denominado como “Safe Harbor Framework EUA-UE” (U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE, 2017), emitido pelo Departamento de Comércio norte-americano, para possibilitar as transferências de dados pessoais com a União Europeia a partir de um nível "adequado" de proteção de privacidade.

O selo gerado pelo “*Safe Harbor Framework EUA-UE*” servia como um standard de presunção de adequação. No entanto, a falha na renovação da certificação, a distribuição de informações enganosas sobre a certificação e, principalmente, a dificuldade de estabelecer mecanismos de fiscalização, levou ao questionamento se, de fato, estar-se-ia protegendo os dados ou apenas agindo com protecionismo às empresas. Em análise feita até o ano de 2008, por exemplo, apenas 348 de 1109 organizações registradas sob o *Safe Harbor* haviam cumprido, minimamente, os mais básicos requisitos de conformidade (CONNOLLY, 2008).

Em 2015, foi, então, derrubada pela Corte Europeia de Justiça, “*in the wake of the revelation of U.S. government surveillance programs following public of classified material by former N.S.A. contractor Edward Snowden*” (ALVAREZ, 2016).

Em fevereiro de 2016, acordou-se entre a Comissão Europeia e o Departamento de Comércio um novo modelo autorregulatório denominado *EU-U.S. Privacy Shield* (“*Privacy Shield*”), com a possibilidade, inclusive de auto-certificação. Restou igualmente invalidado pela Corte Europeia de Justiça, através do caso *Data Protection Commissioner contra Facebook Ireland Ltd* (Caso C-311/18), por haverem considerado que as leis de vigilância dos Estados Unidos não oferecem aos titulares de dados da União Europeia níveis adequados de proteção de acordo com a Carta de Direitos Fundamentais da União Europeia e o Regulamento Geral de Proteção de Dados.

Apesar de serem modelos autorregulatórios, é preciso evidenciar a diferença entre o proposto pela FTC em relação à COPPA para o modelo do Departamento de Comércio em relação à União Europeia.

Enquanto o segundo se propõe a proteger as empresas nacionais em relação ao comércio internacional sobre as regras de proteção de dados dos europeus, a primeira objetiva à proteção de crianças norte-americanas. Há, nessa perspectiva, maior motivação de fiscalização da primeira, para que não seja somente um selo simbólico, mas uma chance de contribuição para a efetividade da norma a partir de critérios preventivos.

No entanto, ao que interessa o teor desta análise, é que os modelos autorregulatórios são normas técnicas que visam criar o que Frydman denominou de “label” de adequação dos produtos ou serviços, que servem especialmente para comunicar aos consumidores a conformidade à um standard.

A comunicação da norma não é dirigida ao especialista, mas ao público, ao consumidor, a quem ele tem como objetivo indicar que o produto é bom e seguro, pois ele responde a certo número de condições que o destinatário não conhece, mas aos quais se poderá, contudo, recorrer em caso de problemas (FRYDAMN, 2019, p. 36).

Assim, a *Federal Trade Commission* acaba por delimitar os standards das empresas norte-americanas em relação à proteção de dados de crianças de até 13 anos, quando submetidas à *Children's Online Privacy Protection Act* (COPPA).

No entanto, os reflexos desses standards ultrapassam o território norte-americano, como será abordado a seguir.

### **3 CASO FTC X YOUTUBE COMO STANDARD TRANSNACIONAL DO DIREITO À PROTEÇÃO DE DADOS E DE CRIANÇAS NO BRASIL**

Como alertou Frydman, "não é preciso tratar o standard como uma fonte formal do Direito, que ele não é, mas considerar mais, de um ponto de vista pragmático, os efeitos de regulamento que ele produz" (FRYDAMN, 2019, p. 83).

Assim, não é preciso discutir a obrigatoriedade ou a coercibilidade de um standard, quando, ele, de fato, produz efeitos por razões distintas às das regras jurídicas.

É o que aconteceu no caso a seguir, em relação à proteção de dados de crianças no Brasil, a partir de um caso restrito, *a priori*, à territorialidade norte-americana.

A FTC processou o YouTube (Google LLC and Youtube, LLC) pela coleta indevida de dados em vídeos feitos para crianças, no intuito de oferecer propagandas e anúncios especificamente direcionados ao público infantil, e, assim, infringindo à COPPA. A coleta de informações só seria permitida mediante permissão expressa dos pais ou guardiões legais, o que o YouTube falhou em obter.

A defesa insistiu que a plataforma se destinada a um público geral e não às crianças, e, portanto, não exigiria o cumprimento da COPPA. No entanto, provas levantadas pela agência demonstraram que, em apresentações direcionadas aos anunciantes, a empresa se posicionava

como: *“today's leader in reaching children age 6-11 against top TV channels”*; *“unanimously voted as the favorite website of kids 2 – 12”*; *“93% of tweens visit YouTube to watch videos”*; *“it's the #1 website regularly visited by kids”*; *“#1 source where children discover new toys+ games”*; *“The new "Saturday Morning Cartoons": “41% of parents watch family content on YouTube together with their children”*.<sup>5</sup>

Assim, ainda que não fosse destinada ao público infantil, por ter conhecimento da utilização por crianças menores de 13 anos, o YouTube estaria sim submetido às regras da lei específica (FEDERAL TRADE COMMISSION, Youtube Complaint for Permanent Injunction).

Em 4 de setembro de 2019 foi anunciado (FEDERAL TRADE COMMISSION, Press Conference on Settlement with Google/YouTube) que o Google acordou em pagar a multa arbitrada em USD 170 milhões (sendo USD 136 milhões para o Tesouro dos EUA e USD 34 milhões para o estado de Nova York) (FEDERAL TRADE COMMISSION, Permanent Injunction and Civil Penalty Judgment), sendo então o maior valor já arbitrado por violação à COPPA.

Outros mecanismos de atuação, para além do pagamento de multa, também foram utilizados pela agência no acordo, como proibir o YouTube de continuar a coletar informações pessoais de crianças sem o consentimento dos pais, exigir que a empresa desenvolva, implemente e mantenha um sistema para que os proprietários do canal determinem se seu conteúdo é direcionado a criança e ainda proibir a plataforma e os criadores de conteúdo de usar as informações pessoais que já haviam sido coletadas (FEDERAL TRADE COMMISSION, Permanent Injunction and Civil Penalty Judgment).

A a partir do acordo, o YouTube conta com uma política específica para tratamento de dados de crianças que se **estende internacionalmente, inclusive ao Brasil** (YOUTUBE, Perguntas frequentes).

---

<sup>5</sup> “Atual líder em alcançar crianças de 6-11 anos contra os principais canais de TV”; “Votado por unanimidade como o site favorito das crianças de 2 a 12 anos”; “93% dos pré-adolescentes visitam o YouTube para assistir a vídeos”; “É o site nº 1 visitado regularmente por crianças”; “Fonte nº 1 onde as crianças descobrem novos brinquedos + jogos”; “O novo "Saturday Morning Cartoons": 41% dos pais assistem a conteúdo familiar no YouTube junto com seus filhos. Anexo ao acordo, como prova documental. FEDERAL TRADE COMMISSION. **Complaint Exhibits A - C**. Case 1:19-cv-02642 Document 1-1 Filed 09/04/19.

Há críticas nos termos de acordo, desde ao valor arbitrado da multa, já que a Alphabet Inc. (controladora do Google empresa – responsável pelo YouTube), no ano de 2018, acumulou US \$136,819 bilhões em receita e seu lucro líquido foi de \$ 30,736 bilhões - acima dos \$ 12,662 bilhões de 2017. Sendo a maior parte deste com publicidade.

Passando ainda para o fato de que o acordo evitou um processo judicial, em que, possivelmente, haveria uma sentença condenatória à empresa, com consequências ao seu valor de mercado. Pelo contrário, no período do acordo as ações da empresa subiram<sup>6</sup>. Ainda, em sendo um acordo, a empresa não precisou admitir ou negar as acusações de lucro com a coleta ilegal e utilizou do mesmo como um “*label*” para se reposicionar no mercado a favor da proteção de dados.

Outras críticas remontam ao fato de que não foram de fato aprofundadas questões fundamentais e que colocam, ainda, em vulnerabilidade os dados das crianças (FERREIRA, 2020, p. 29-53). Por exemplo, as métricas utilizadas pelos algoritmos não eram, e continuam não sendo claras. E, ainda que os dados, de forma geral não sejam mais coletados, os necessários ao processo das operações ainda o são. No entanto, não resta claro saber aos quais se referem.

A reclamação inicial da FTC listou vários exemplos de canais<sup>7</sup> da plataforma, claramente direcionados a crianças, que usavam a publicidade comportamental (*target ads ou behavioral advertising*). Ou seja, publicidade baseada na coleta de dados para criação de um perfil de comportamento específico e posterior entrega de publicidade direcionada e individualizada.

Apesar de serem categorizados por idade na plataforma, os canais não tinham qualquer requisito de adequação de idade, tampouco exigiam o consentimento dos pais antes da coleta por meio dos algoritmos e cookies.

A partir de janeiro de 2020, os vídeos dirigidos a crianças foram limitados em suas funcionalidades: comentários; curtidas; *live chat*; *stories*; guia comunidade; notificação; a

---

<sup>6</sup> “Both the Class A and Class C stock rose in value steadily throughout September, 145 closing on September 30, 2019, with values of \$1221.14 per share and \$1219 per share, respectively. While stock markets are volatile, reflecting a seemingly endless number of factors, it is plausible that if the public perceives the settlement to be negative, Google's stock price would have fallen” (O'DONNELL, 2020, p. 490).

<sup>7</sup> “Mesmo que você já tenha uma Conta do Google, precisará criar um canal do YouTube para enviar vídeos, criar playlists ou deixar comentários. É possível criar seu canal no site do **YouTube** em um computador ou dispositivo móvel”. YOUTUBE, **Central de ajuda**..



capacidade dos espectadores de salvar vídeos, assisti-los mais tarde ou salvá-los em uma lista de reprodução foram removidos. As alterações dizem respeito ao vídeo e não ao telespectador. Desta forma, mesmo adultos não podem comentar, curtir ou acessar as notificações dos conteúdos direcionados às crianças (YOUTUBE, Perguntas frequentes sobre conteúdo para crianças).

A autodeclaração de que o conteúdo é para crianças ou não, segue parâmetros impostos pela FTC e atualizados por ela conforme necessidade, em seu website. O entendimento atual é de que a decisão deve basear-se na inclusão de atores, personagens, atividades, jogos, música ou histórias com conteúdo intencionados ao público infantil.

Ainda que a plataforma faça uso de inteligência artificial para identificar o direcionamento da audiência, foi dado aos criados de conteúdo a responsabilidade de autodeclarar quando, e se, o vídeo é direcionado às crianças.

Este foi o primeiro caso que a FTC abriu contra uma plataforma, abrangendo a responsabilidade pelo conteúdo gerado pelos seus usuários. Não limitando, no entanto, a possibilidade de investigar ou processar individualmente os criados de conteúdos por infrações ao acordo.

Este ponto, em especial, gerou muitas dúvidas quanto à implementação do acordo, na prática. Criadores de conteúdo tinham incertezas quando o conteúdo era de cunho infantil, ou misto, por exemplo.

No entanto, desde julho do mesmo ano, a agência havia aberto uma consulta pública para comentários à implementação da COPPA, como destacado no tópico anterior. Dentre elas, o item 25 questionava se, em caso de público misto, a audiência deveria ser considerada como infantil, e, portanto, seguir estritamente as regras impostas, ou, se deveriam, nesse caso, ser flexibilizadas (FEDERAL TRADE COMMISSION, Request for Public Comment on the Federal Trade Commission's Implementation of the Children's Online Privacy Protection Rule, 84 Fed. Reg. 35842, 35843-44).

Questionamentos derivados a este estenderam-se para a presunção ou não do público infantil para conteúdo para eles direcionados, implicando, por exemplo, na restrição tanto para adultos quanto para crianças. Bem como os riscos ao permitir que sites de público em geral refutem a presunção de que todos os usuários de conteúdo direcionado a crianças são crianças (25-e).

A resposta mudaria substancialmente o impacto do acordo tanto para a plataforma quanto para seus usuários. Assim, o Google respondeu à chamada (YOUTUBE. Our comment on COPPA), bem como políticos, advogados, associações industriais e comerciais, YouTubers (e seus exército de fãs), dentre outros, que geraram quase 175 mil comentários em geral, até o prazo limite de 11 de dezembro de 2019.

Como conclusão, entendeu-se que, se mantivessem as arestas, não seria possível criar pela plataforma nenhum tipo de conteúdo para crianças, o que não era, de fato, o propósito da lei, que visa a segurança das crianças e seu bem-estar e não a sua retirada do invólucro tecnológico as quais estão já submersas.

Assim, a partir do diálogo entre as partes interessadas, houve melhor compreensão de como deveria ser a aplicação da norma. A interpretação de “direcionada a crianças” foi flexibilizada pela *Federal Trade Commission* através de seu *FAQ*, para inclusão dos “conteúdos mistos”, não considerando, portanto, a presunção de público infantil.

Se um conteúdo, por exemplo, tem enfoque familiar, mas não é, diretamente, intencional aos menores, pode ser considerada de “audiência geral” e não será impactado pelas mudanças, ainda que a plataforma tenha capacidade técnica declarada para identificar quando a utilização é feita pela criança.

Os vídeos infantis perderam, por conta da nova regra, os “*target ads*”, mas não as publicidades contextuais, sendo aquelas direcionadas pelo conteúdo do vídeo e não pelo perfil individualizado de quem o está assistindo. Assim, o anunciante **continua podendo inserir uma publicidade de brinquedos em um vídeo voltado a criança**, por entender que aquele conteúdo combina com o perfil que busca, sem, no entanto, ter especificidade de quem o está assistindo e suas preferências individuais.

Nessa nova abordagem, alguns canais foram impactados diretamente em sua monetização (YOUTUBE, YouTube Help), uma vez que não são mais exibidos anúncios personalizados – e mais rentáveis. Em um experimento não oficial, ao ser desativada a possibilidade dos “anúncios com base em interesses”, ou seja, os “*target ads*”, os vídeos apresentaram uma perda de receita entre 60% e 90% (KATZ, FENER, 2019).

Uma possibilidade é de que grandes anunciantes procurem por canais já consolidados para terem maior segurança de retorno do investimento, conectando sua marca ao nome do Youtuber. Anteriormente, o critério de envio de publicidades se dava, como destacado, pelo usuário que estava assistindo (*target ads*), e não pelo canal em que estava (contextual). Ou

seja, a interpretação do melhor anúncio agora, deve ser feita a partir das informações coletadas do produtor do vídeo e de seu conteúdo e não do usuário final, no caso, a criança.

Se, por um lado, protege as crianças de terem seus dados rastreados e entregue aos anunciantes, de outro, mantém o risco de as expor a diferentes estratégias publicitárias. Um exemplo são as publicidades forjadas de conteúdo jornalístico, conhecidas na plataforma como “recebidos”, “*review*”, “*unboxing*” ou similares.

Nestes, o produtor de conteúdo insere, porque pago para isso pela marca, um produto publicitário sem declará-lo como tal, o incorporando ao contexto do vídeo.

Prática que continua muito usual na plataforma, inclusive no Brasil, ainda que vedada pelo Código de Defesa do Consumidor brasileiro, que exprime em seu art. 36, que “a publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal”.

Derivado desta norma, e em razão da dificuldade da criança em distinguir publicidade de conteúdo – ainda que não propositalmente misturado como, é que adveio a resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), de 2014, em que se considera abusiva a publicidade infantil e toda forma de comunicação mercadológica direcionada a crianças, com intenção de persuadi-las ao consumo de produtos e serviços a partir da utilização de linguagem, músicas, personagens ou desenhos direcionados ao público.

A referida resolução baseia-se nos artigos 86 e 87, incisos I, III, V, também do Código de Defesa do Consumidor e no Estatuto da Criança e do Adolescente, em que se proíbe a prática de publicidades abusivas.

Esse é um exemplo de especial importância por tratar-se da aplicação atualmente mais acessada por crianças, tanto no Brasil<sup>8</sup> quanto nos Estados Unidos<sup>9</sup>, em que as normas nacionais brasileiras são ignoradas pelo YouTube no Brasil, assim como por outros websites e aplicações que claramente disponibilizam publicidade para crianças, ainda que de forma não direcionada a partir da coleta de dados.

---

<sup>8</sup> Quanto ao uso de aplicativos por idade. Youtube Kids: 0-3 anos 69%, 4-6 anos 71%, 7-9 anos 55% e 10-12 anos 34%. Youtube 0-3 anos 59%, 4-6 anos 63%, 7-9 anos 77% e 10-12 anos 82% das crianças acessas o aplicativo. (PANORAMA MOBILE TIME/OPINION BOX, 2019)

<sup>9</sup> Dentre as provas apresentadas no processo, a FTC utilizou apresentações de executivos do Google a clientes da indústria de brinquedos em que o Youtube é considerado o “website número 1 regularmente visitado por crianças”.

Nesse sentido, a globalização traz a mudança de poder a novos atores. “Poder ideológico, institucional e normativo, com as respectivas interações sociais que a todo momento encontram novos arranjos” (STAFFEN, p. 23). Em que

[a]gentes transnacionais lançam instrumentos jurídicos cogentes que incidem sobre a máquina estatal e as pessoas diretamente, no qual o devido processo legislativo é acessório ou, até mesmo, desnecessário, instalando um panorama complexo e ambíguo. Ambíguo em razão de proceder na produção normativa sobre bases contratualísticas, mixando público e privado na circulação de modelos jurídicos (STAFFEN, p. 30).

Assim como ocorreu no acordo entre a autoridade norte-americana e o YouTube, “o primado da lei é em certa medida deslocado para funções de justificações das decisões consensuais prévias celebradas em cenários transnacionais” (STAFFEN, p. 30).

Assim, o acordo traçado entre a *Federal Trade Commission* e o YouTube se impõe como **um standard na proteção de dados de crianças transnacional**. A própria empresa, ao compor o acordo, o aplica para fora da territorialidade imposta pelo mesmo, como estratégia mercadológica de cumprir os mais “altos requisitos”. Não se trata de uma imposição necessariamente estatal, mas de uma análise da “melhor qualidade” a ser empregada nas ações de proteção de dados, conforme a padrões estabelecidos.

O direito interno é afastado quando não condiz com a o standard proposto. Provando, pois, o império dos standards sobre à regra, no caso concreto, trazido por novos atores globais, que delimitam, na prática, como os dados de milhões de crianças são tratados.

A coercibilidade e a legitimidade da fonte normativa estatal parecem não ter importância prática quando se compara as duas situações: de um lado a efetividade sem coercibilidade e legitimidade de um acordo oriundo de outra nação, e do outro, e ineficácia com coercibilidade e legitimidade de uma resolução baseada em lei federal brasileira.

A partir de Cassesse (2013), em sua indagação que faz título à obra “Chi governa il mondo?”, é possível entender o cenário diluído globalmente em que predomina a cooperação entre agentes, e que vence quem domina a *network* e estabelece conexão direta com a sociedade civil, rompendo o monopólio do Estado (CASSESSE, p. 35), neste caso, claramente o YouTube.

O papel das empresas transnacionais<sup>10</sup>, especialmente na categoria de proteção de dados, é crucial. Isto pois, são esses atores, privados, os que detém maior poder sobre as tecnologias que coletam e tratam informações sobre o comportamento dos indivíduos na internet, a partir de modelos de negócios que pressupõem a monetização de dados e de modulação comportamental, com finalidade comercial.

A partir desses pressupostos, o Direito à proteção de dados e à privacidade das crianças precisa ser analisado para além dos sistemas tradicionais de promoção da lei, a fim de que se possa investigar quais são os critérios dominantes que influenciam a efetividade para o Direito.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho debruçou-se sobre um acordo implementado por uma agência reguladora norte-americana (FTC), com uma empresa também norte-americana (YouTube), em descumprimento da legislação igualmente norte-americana (COPPA); em que houve uma chamada pública com participação popular de quase 175 mil pessoas, com grande relevância dos próprios usuários na tomada de decisão.

Este, como consequência, modificou a forma de tratamento de dados de milhões de crianças em todo o mundo, pela plataforma líder de visitas regulares infantis, incluindo de brasileiros, mostrando-se um “standard transnacional” em relação à temática.

No entanto a plataforma continua a ignorar o direito brasileiro que proíbe a vinculação de publicidade direcionadas a crianças pelo menos desde 2014, impondo, claramente, as suas regras ao jogo.

Nesse sentido, a proteção de dados de criança precisa ser debatida a partir da perspectiva de que standards oriundos de diferentes atores, como no caso a *Federal Trade Commission* em sua interpretação à *Children's Online Privacy Protection Act*, que geram efeitos de regulamento ao Direito interno, ainda que não sejam uma fonte formal.

Diversas críticas a este respeito podem ser formuladas. No que diz respeito ao caso, os standards, enquanto normas técnicas produzidas por diferentes fontes, careceriam da

---

<sup>10</sup> Apesar de não haver uma delimitação pacífica na doutrina sobre o conceito operacional da Empresa Transnacional, será aqui adotada a obra de ZUBIZARRETA, Juan Hernández. **Las empresas transnacionales frente a los derechos humanos**: história de una asimetría normativa. Bilbao: Hegoa, 2009.

legitimidade ou coercibilidade pautadas nas regras jurídicas e são desprovidos de responsabilidade política (*accountability*). Motivo este, provavelmente, que leva à empresa a desconsiderar a proibição da publicidade às crianças no Brasil em detrimento ao lucro.

Por derradeiro, apesar de serem desprovidos de responsabilidade política, não estão necessariamente desprovidos de interesses políticos. Normas técnicas são, por fim, ainda que baseadas na cientificidade da pesquisa, uma escolha de padrão que pode ter interferências das mais diversas, inclusive de ideologias políticas ou econômicas.

Independente das críticas, é evidente a pluralidade de fontes normativas Estaduais e transnacionais que se fundem nas relações contemporâneas de poder, já que ponto de vista pragmático, os efeitos existem, como no caso analisado.

Bem como a assimetria de forças entre elas. Se, por um lado, os standards careceriam de legitimidade ou coercibilidade, por outro, regras jurídicas parecem sofrer do mesmo problema em relação a atores globais que se recusam à subordinação da soberania nacional.

O exemplo do caso Youtube revela, na prática, o diagnóstico prescrito por Frydman ao apontar a necessidade do olhar para além das fontes clássicas do direito nacional ou internacional, e voltar atenção às novas fontes, como os standards gerados por novos atores que ditam, de fato, as regras do jogo.

## REFERÊNCIAS DAS FONTES CITADAS

ALVAREZ, Daniel. Safe Harbor is Dead; Long Live the Privacy Shield? **Business Law Today**. American Bar Association: May 20, 2016. Disponível em: [https://www.americanbar.org/groups/business\\_law/publications/blt/2016/05/09\\_alvarez/](https://www.americanbar.org/groups/business_law/publications/blt/2016/05/09_alvarez/) Acesso em: 01 set. 2021.

BECK, Ulrich. **Sociedade de Risco**: Rumo a uma outra modernidade. São Paulo: Editora: 34, 2010; e que dá ensejo também à teoria do risco aplicada às relações de consumo e concretizada através do Código de Defesa do Consumidor.

BRASIL, Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente. **Resolução nº 163 de 13 de março de 2014**. Disponível em: [https://crianca.mppr.mp.br/pagina-1635.html#resolucao\\_163](https://crianca.mppr.mp.br/pagina-1635.html#resolucao_163). Acesso em: 06 set. 2021.

CASSESE, Sabino. **Chi governa il mondo?** Bologna: Il Mulino, 2013.

CONNOLLY, Chris. **The US Safe Harbor**: fact or fiction? Galexia: 2008. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009\\_2014/documents/libe/dv/08\\_galexia\\_safe\\_harbor\\_08\\_galexia\\_safe\\_harbor\\_en.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/libe/dv/08_galexia_safe_harbor_08_galexia_safe_harbor_en.pdf) Acesso em 01 set. 2021.

CUNNINGHAM, Richard; ADENDORFF, Olivia; DUVALL, Lucie; REZABEK, Rachael. The Other Tech-Focused Initiative: The FTC's Expanding Consumer Protection Efforts Targeting e-Commerce. **Antitrust**, vol. 34, no. 3, Summer 2020, p. 51-57. HeinOnline, p. 52

Data Protection Commissioner contra Facebook Ireland Ltd e Maximilian Schrems. Acórdão do Tribunal de Justiça (Grande Secção) de 16 de julho de 2020. **Caso C-311/18**. Disponível em: <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-311/18>. Acesso em: 08 set. 2021.

ELECTRONIC PRIVACY INFORMATION CENTER. **The Administrative Procedure Act (APA)**. Disponível em: <https://www.justice.gov/sites/default/files/jmd/legacy/2014/05/01/act-pl79-404.pdf> Acesso em: 09 jul. 2021

FEDERAL TRADE COMMISSION. **A Brief Overview of the Federal Trade Commission's Investigative, Law Enforcement, and Rulemaking Authority**. July 2018. Disponível em: A Brief Overview of the Federal Trade Commission's Investigative, Law Enforcement, and Rulemaking Authority | Federal Trade Commission (ftc.gov) Acesso em: 09 jul. 2021.

FEDERAL TRADE COMMISSION. **Complaint Exhibits A - C**. Case 1:19-cv-02642 Document 1-1 Filed 09/04/19. Disponível em: [https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/youtube\\_complaint\\_exhibits.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/youtube_complaint_exhibits.pdf). Acesso em 06 ago. 2021.

FEDERAL TRADE COMMISSION. **Google LLC and YouTube, LLC**. Disponível em: <https://www.ftc.gov/enforcement/cases-proceedings/172-3083/google-llc-youtube-llc> Acesso em: 29 jun. 2021

FEDERAL TRADE COMMISSION. **Statement of Basis and Purpose on Children's Online Privacy Protection Rule Final Rule**, 78 Fed. Reg. No. 12 3972-2996 (Jan. 17, 2013). Disponível em: <https://www.ftc.gov/system/files/2012-31341.pdf> Acesso em: 09 jul. 2021.

FEDERAL TRADE COMMISSION. 2021 Order for **Permanent Injunction and Civil Penalty Judgment**, Fed. Trade Comm'n v. Google, LLC, No. 1:19-cv-2642. Disponível em: [https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/172\\_3083\\_youtube\\_coppa\\_consent\\_order.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/172_3083_youtube_coppa_consent_order.pdf). Acesso em 06 ago.

FEDERAL TRADE COMMISSION. **FTC Press Conference on Settlement With Google/YouTube**. Disponível em: <https://www.ftc.gov/news-events/audio-video/video/ftc-press-conference-settlement-google-youtube>. Acesso em 06 ago. 2021.

FEDERAL TRADE COMMISSION. **Request for Public Comment on the Federal Trade Commission's Implementation of the Children's Online Privacy Protection Rule**, 84 Fed. Reg. 35842, 35843-44. Disponível em: <https://www.federalregister.gov/documents/2019/07/25/2019-15754/request-for-public-comment-on-the-federal-trade-commissions-implementation-of-the-childrens-online>. Acesso em 06 ago. 2021.

FEDERAL TRADE COMMISSION. **YouTube Complaint for Permanent Injunction**. Disponível em: [https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/youtube\\_complaint.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/youtube_complaint.pdf), item 15. Acesso em 06 ago. 2021

FERREIRA, Michelly Rosa; 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 Midia, Special Issue 8 - Social Media Marketing**, may 2020, p. 29-53.

FRYDMAN Benoit. **O fim do Estado de Direito**. Governar por standards e indicadores. Tradução de Jânia Saldanha. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2018;

KATZ, Jonathan; FENER, Victoria. Is a YouTube COPPAocalypse Coming? FTC Rules Could Start Demonetizing Creators in 2020, **TUBEFILTER**. Nov. 5, 2019. Disponível em: <https://perma.cc/D6CL-WGQR>. Acesso em 06 ago. 2021.

LANDESBURG, Martha K., LEVIN, Toby Milgrom; CURTIN, Caroline G.; LEV, Ori., **Federal Trade Commission, Privacy Online**: a report to congress (1998), iii. Disponível em: [https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public\\_events/exploring-privacy-roundtable-series/priv-23a\\_0.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_events/exploring-privacy-roundtable-series/priv-23a_0.pdf) Acesso em: 10 ago. 2021.

O'DONNELL, Anna. Why the VPPA and COPPA Are Outdated: how Netflix, YouTube, and Disney+ can monitor your family at no real cost. **Georgia Law Review**, vol. 55, no. 1, Fall 2020, p. 490.

O'REILLY, James. **FEDERAL PREEMPTION OF STATE AND LOCAL LAW**: legislation, regulation, and litigation 8 (2006), Disponível em: [http://apps.americanbar.org/abastore/products/books/abstr\\_acts/5010047samplechpabs.pdf](http://apps.americanbar.org/abastore/products/books/abstr_acts/5010047samplechpabs.pdf) Acesso em 09 jul. 2021.

STAFFEN, Márcio Ricardo. **Interfaces do Direito Global**. 2. ed. ampl. atual. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.

U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE. **Welcome to the U.S.-EU Safe Harbor**. 2017. Disponível em: [http://2016.export.gov/safeharbor/eu/eg\\_main\\_018475.asp](http://2016.export.gov/safeharbor/eu/eg_main_018475.asp). Acesso em: 01 set. 2021.

YOUTUBE. **Central de ajuda**. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/1646861?hl=pt-BR#:~:text=Mesmo%20que%20voc%C3%AA%20j%C3%A1%20tenha,um%20computador%20ou%20dispositivo%20m%C3%B3vel>. Acesso em 06 jun. 2021.

YOUTUBE. **Our comment on COPPA**. Dec.09.2019. Disponível em: <https://blog.youtube/news-and-events/our-comment-on-coppa/>. Acesso em: 06 ago. 2021.

YOUTUBE. **Perguntas frequentes sobre conteúdo para crianças**. Disponível em: [https://support.google.com/youtube/answer/9684541?hl=pt-BR&ref\\_topic=9689353#zippy=%2Cquais-recursos-n%C3%A3o-est%C3%A3o-dispon%C3%ADveis-em-conte%C3%ADdo-para-crian%C3%A7as-por-que-essas-funcionalidades-foram-removidas](https://support.google.com/youtube/answer/9684541?hl=pt-BR&ref_topic=9689353#zippy=%2Cquais-recursos-n%C3%A3o-est%C3%A3o-dispon%C3%ADveis-em-conte%C3%ADdo-para-crian%C3%A7as-por-que-essas-funcionalidades-foram-removidas). Acesso em: 08 mar. 2021.

YOUTUBE. **YouTube Help**: Set Your Channel or Video's Audience, GOOGLE. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/9527654>. Acesso em 06 ago. 2021.



ZUBIZARRETA, Juan Hernández. **Las empresas transnacionales frente a los derechos humanos**: historia de una asimetría normativa. Bilbao: Hegoa, 2009.