

**EXCELENTÍSSIMA SENHORA DOUTORA JUÍZA DE DIREITO DA
VARA DA INFÂNCIA E JUVENTUDE DO FORO CENTRAL DA
COMARCA DE SÃO PAULO**

Ref.: IC nº 37/17

O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO,
pelo Promotor de Justiça que esta subscreve, integrante da Promotoria de Justiça dos Interesses Difusos e Coletivos da Infância e Juventude, no uso de suas atribuições legais e legitimado pelos artigos 127, *caput*, e 129, inciso III, da Constituição Federal, artigos 201, inciso V, e 210, inciso I, do Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA (Lei nº 8.069/90), artigos 1º, incisos II e IV, e 5º, inciso I, da Lei da Ação Civil Pública (Lei nº 7.347/85), vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência, propor a presente

**AÇÃO CIVIL PÚBLICA DE OBRIGAÇÃO DE FAZER COM PEDIDO DE
TUTELA ANTECIPADA**

em face de **GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA.**, sociedade empresária limitada, devidamente constituída com base na legislação brasileira, inscrita no CNPJ/MP nº 06.990.590/0001-23, com sede social na Avenida Brigadeiro Faria Lima, nº 3.477, 18º andar, São Paulo/SP, CEP nº 04538-133, pelos fatos e fundamentos jurídicos a seguir expostos.

I – DOS FATOS

Instaurou-se nesta Promotoria de Justiça o inquérito civil nº 37/17 a partir de representação ofertada pelo “Instituto Alana – Projeto Criança e Consumo”, noticiando possível publicidade abusiva feita e promovida pela empresa “*Mattel do Brasil Ltda.*” ao público infantil.

Segundo constou, a representada estaria fazendo uso de estratégias abusivas de comunicação mercadológica dirigida ao público infantil por meio da ação denominada “Você *Youtuber* Escola Monster High”.

A campanha consistiu na produção de 12 (doze) vídeos pela *Youtuber* mirim Júlia Silva, em que eram lançados desafios aos seguidores de Júlia relacionados aos personagens da “Monster High”, *fashion dolls* da representada que deram ensejo a um desenho conhecido do público infantil. A cada desafio era escolhida uma vencedora e, ao final, as vencedoras dos 12 (doze) desafios foram convidadas para um evento com participação da *Youtuber* Júlia Silva na sede da empresa “*Mattel do Brasil Ltda.*”, evento este que representaria a graduação das participantes como *youtubers*.

Logo que a representação aportou nesta Promotoria de Justiça, determinou-se a expedição de ofício a 1ª Câmara da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão do Rio de Janeiro para que informasse o objeto do procedimento que ali tramita acerca dos mesmos fatos (procedimento preparatório nº 1.30.001.001561/2016-5 – fls. 14 e 226).

Em resposta, a Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão do Rio de Janeiro informou que referido procedimento preparatório teve início a partir de representação do “Instituto Alana – Projeto Criança e Consumo” e visava “*apurar eventual abusividade na estratégia de publicidade e comunicação mercadológica dirigida às crianças, realizada por empresas através de canais de*

‘youtubers mirins’”, tendo as seguintes empresas como investigadas: *“Arcos Dourados Comércio de Alimentos Ltda.”* (McDonald’s), *“Long Jump – Representações de Brinquedos e Serviços Ltda.”*, *“Tuner International do Brasil”* (Cartoon Network), *“C&A Modas Ltda.”*, *“Bic Graphic Brasil Ltda.”*, *“Biotropic Cosmética Licensing”*, *“Ri Happy Brinquedos S.A.”*, *“Sestini Mercantil Ltda.”*, *“Foroni Indústria Gráfica Ltda.”*, *“Tilibra Produtos de Papelaria Ltda.”*, *“Lojas Puket Ltda.”*, *“Mattel do Brasil Ltda.”*, *“TVSBT Canal 4 de São Paulo S.A.”* e *“Pampili Produtos para Meninas Ltda.”* (fls. 229/230).

Diante deste cenário, esta Promotoria de Justiça suscitou conflito positivo de atribuições em relação ao Ministério Público Federal, devidamente encaminhado ao Procurador-Geral de Justiça (fls. 468/474). Contudo, o Ministério Público Federal promoveu o arquivamento do inquérito civil nº 1.30.001.001561/2016-05 (fls. 716/720).

Em razão disso, a Procuradoria-Geral de Justiça encaminhou decisão prolatada concluindo pela inexistência de conflito de atribuições entre o Ministério Público do Estado de São Paulo e o Ministério Público Federal (Procurador da República do 48º Ofício de Tutela da Cidadania e Minorias da Procuradoria da República do Rio de Janeiro), ressaltando que este, inclusive, já arquivou a investigação a seu cargo para encaminhá-la ao Ministério Público Paulista (fls. 774/775).

O Ministério Público Federal (Procurador da República do 48º Ofício de Tutela da Cidadania e Minorias da Procuradoria da República do Rio de Janeiro), considerando a homologação do declínio de atribuição proposto pelo Núcleo de Apoio Operacional da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão – 2ª Região, encaminhou para esta Promotoria de Justiça os autos do inquérito civil nº 1.30.001.001561/2016-05 e a inicial e a sentença do processo judicial nº

0054856-33.2016.4.01.3800, movido pelo Ministério Público Federal em face da União (Conanda) e do Google Brasil Internet Ltda. (fls. 888/1070).

Assim, aditou-se a portaria do inquérito civil nº 37/17, determinando-se a inclusão das seguintes empresas, com sede no Estado de São Paulo, como investigadas:

CNPJ	NOME	MUNICÍPIO SEDE
42.591.651/0001-43	Arcos Dourados Comércio de Alimentos Ltda. (McDonald's)	Barueri
45.242.914/0001-05	C&A Modas Ltda.	Barueri
44.990.901/0001-43	Tilibra Produtos de Papelaria Ltda.	Bauru
56.794.084/0001-37	Pampili Produtos para Meninas Ltda.	Birigui
05.726.275/0001-20	Bic Graphic Brasil Ltda. - Bic Amazônia S.A.	Cajamar
00.501.618/0001-35	Sestini Mercantil Ltda.	Guarulhos
45.039.237/0001-14	TVSBT Canal 4 de São Paulo S.A.	Osasco
06.990.590/0001-23	GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA	São Paulo
08.788.740/0001-46	Long Jump – Representações de Brinquedos e Serviços Ltda.	São Paulo
31.433.592/0001-69	Topsports Venture Ltda. , sucessora por incorporação de Tuner International do Brasil (Cartoon Network)	São Paulo
58.731.662/0001-11	Ri Happy Brinquedos S.A.	São Paulo
61.283.636/0001-82	Indústria Gráfica Foroni Ltda.	São Paulo
13.885.746/0001-71	Lojas Puket Ltda.	São Paulo
54.558.002/0001-20	Mattel do Brasil Ltda.	São Paulo

No curso do procedimento, o Núcleo de Assessoria Técnica Psicossocial – NAT do Ministério Público, em análise técnica sobre a campanha “Você Youtuber Escola Monster High”, que deu ensejo à instauração deste procedimento, apontou que “a campanha ‘Você Youtuber Escola Monster High’, veiculada no canal da influenciadora digital Julia Silva, embora não ofereça diretamente as bonecas da linha ‘Monster High’ como produto a ser adquirido, a

todo o momento as utiliza como tema dos vídeos, gerando e reforçando a adesão e identificação no público alvo da companhia. Embora contratada pela empresa Mattel, nos vídeos da campanha a informação de que se trata de promoção paga e de que o patrocínio da campanha era daquela empresa aparecem de forma não destacada. A primeira informação aparece no canto do vídeo, por alguns segundos, em inscrições pequenas. A segunda é visível apenas quando se abre a opção ‘mostrar mais’ disposta abaixo dos vídeos. Ambos podem passar despercebidos para um adulto, quanto mais por uma criança. Portanto, não se pode considerar acessível ao público infantil, desde o início, a informação de que tais vídeos tratam de uma campanha minuciosamente planejada por uma grande empresa com o fim de impactar seu mercado consumidor. Daí a marcante desproporcionalidade de ‘armas’ entre os dois polos desta relação comunicacional” (grifo nosso) (fls. 690/697).

Após a ampliação do objeto do inquérito civil, o NAT encaminhou novo relatório, sobre o qual se destaca a seguinte citação, extraída do artigo “Publicidade Dirigida à Criança na Rede: Ilegalidade nos Canais de Youtubers Mirins”: “A intensidade com que crianças acessam e se apropriam da Internet em seu dia a dia, conforme tem apontado a pesquisa TIC Kids Online Brasil ao longo dos últimos anos (CGI.br, 2016b), a crescente popularidade dos youtubers mirins perante sua audiência e o impacto que exercem entre seus pares, por meio da construção de uma relação de proximidade e intimidade, atraíram a atenção do mercado, que vê esse espaço como facilitador do direcionamento de publicidade ao público infantil. **Diversas empresas, aproveitando-se da hipervulnerabilidade – tanto da criança youtuber como da criança espectadora – passaram a enviar seus produtos a esses influenciadores digitais para que eles os desembrulhassem, apresentassem, como verdadeiros promotores de vendas, que influenciam outras crianças por meio de publicidade disfarçada de programação.** (Strasburger, Wilson, & Jordan, 2011; Fontenelle,

2015. *Apud Livia Cattaruzzi Gerasimczuk e Ekaterine Karageorgiadis*)” (grifo nosso) (fls. 1815/1824).

Ressalta-se, ainda, outra citação referida no mesmo relatório, extraída do artigo “As Redes Sociais Como Campo de Pesquisa da Infância e o Caso das Youtubers Mirins”: *“As crianças usuárias dos canais, por sua vez, se posicionam socialmente, ao assistirem a vídeos que mostram bonecas caras, viagens para o exterior, comemorações de aniversário em casas de festa e hábitos de lazer das youtubers. Algumas buscam demonstrar que têm uma vida semelhante, ainda que se valham de um pouco de ficção (‘também já fui nesse hotel’, ‘vou a Disney todo sábado e domingo, e nas férias claro’, ‘tenho um tênis igual o seu, Manu’, ‘eu sou rica também’; ‘cheguei nesse parque quando você tinha acabado de sair’). Outras, entretanto, mostram que vivem em uma realidade social diferente (‘queria muito essa boneca, mas meus pais não têm condição’; ‘meu sonho é ir na Disney, mas sou pobre’, ‘queria muito uma festa assim’, ‘queria ter sua vida’). (Renata Tomaz. 2017)”*.

Em atenção a ofício expedido por esta Promotoria de Justiça, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR instaurou a Representação Ética nº 214/17 em face da empresa **“Mattel do Brasil Ltda.”** e da Youtuber mirim Júlia Silva, com o seguinte objeto: *“ausência de identificação do Anunciante responsável e indução a erro quanto à natureza publicitária das mensagens, pelo uso de personalidade conhecida do público infantil, que possui canal com audiência expressiva em rede social, confundindo-se com os outros vídeos postados pela Youtuber, levando a crianças a crer tratar-se de programa ou conteúdo de entretenimento sem a intenção de venda dos produtos, o que poderia infringir o disposto nos artigos 9º, 28 e 30 do CBAP”*; *“cumpre registrar que a inserção de anúncio em meio à conteúdo editorial – acerca da temática ‘dicas de como se tornar um youtuber’ – possivelmente infringe o disposto nos*

itens IV e V do artigo 37 do CBAP”; e “denúncia de irregularidade ao dirigir apelo direto ao público infantil, vocalizado por criança, em infração ao disposto no artigo 37, caput, e item I, letra ‘f’, do CBAP” (fls. 769/772).

Posteriormente, o CONAR encaminhou decisão proferida pela 7ª Câmara do Conselho de Ética no curso da referida Representação, que concluiu, por unanimidade, *“pela recomendação de alteração ou correção dos anúncios da campanha ‘Você Youtuber – Escola Monster High – Julia Silva’, nos termos do artigo 50, b, do CBAP, de maneira a ficar claro que se trata de campanha publicitária patrocinada pela Denunciada, tudo de forma acessível a crianças e adolescentes, cabendo a Mattel definir fraseologia, tamanho de letras e / ou locução, pelo tempo e pela forma que permita crianças e adolescentes identificarem fácil e imediatamente que todos os vídeos são materiais promocionais patrocinados pela Mattel para anunciar produtos Monster High”* (fls. 842/853). Referida decisão foi mantida em 2ª instância (fls. 1711/1721).

Em virtude do aditamento à portaria efetuado no inquérito civil em apreço, o CONAR ainda instaurou as seguintes representações para exame das ações publicitárias (fls. 1426/1584): **Representação Ética nº 32/18** - anúncio “Presente **Mc Donald’s** – Youtuber Felipe Calixto” (fls. 1492/1503); **Representação Ética nº 44/18** - anúncio “**Tilibra** – material escolar 2018 – Youtuber Manoela Antelo” (fls. 1555/1564); **Representação Ética nº 36/18** - anúncio “**Pampili** / Tricae - Youtuber Manoela Antelo e **Pampili** – Youtuber Julia Silva” (fls. 1516/1526); **Representação Ética nº 34/18** - anúncio “Youtuber Manoela Antelo – pré material escolar – 2016 recebidos acumulados e Youtube Vida de Amy – comprinhas, recebidos e presentes – janeiro 2016” (fls. 1504/1510); **Representação Ética nº 42/18** - anúncio “Carrossel O Filme – Youtuber Julia Silva e Carrossel – O Filme – Youtuber Felipe Calixto” (fls. 1541/1554); **Representação Ética nº 31/18** - anúncio “Encontrinho Youtubers –

Ri Happy – Long Jump” (fls. 1446/1491); **Representação Ética nº 41/18** - anúncio “Encontro com Personagens do **Cartoon Network** - Youtubers” (fls. 1527/1540); **Representação Ética nº 45/18** - anúncio “Desafio **Foroni** - Youtubers” (fls. 1565/1584); e **Representação Ética nº 35/18** - anúncio “Festa do Pijama Youtubers mirins – Carol Santana – **Puket**” (fls. 1511/1515).

Assim como na Representação Ética em face da empresa “**Mattel do Brasil Ltda.**” e da *Youtuber* mirim Júlia Silva, nas demais Representações, o CONAR também reconheceu a ausência de clareza quanto à natureza publicitária da comunicação promovida pelos *Youtubers* mirins em seus vídeos, determinando a adequação destes vídeos, produzidos em desacordo com as normas do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (fls. 23/39 do apenso V; fls. 1759/1775 dos autos principais; fls. 74/91 do apenso V; fls. 40/56 do apenso V; fls. 110/126 do apenso V; fls. 03/22 do apenso V; fls. 92/109 do apenso V; fls. 127/143 do apenso V; e fls. 57/73 do apenso V).

Com exceção da Representação Ética em face da empresa “**Mattel do Brasil Ltda.**”, nas demais Representações, também constou como denunciada a empresa **Google Brasil Internet Ltda.**, responsável pela plataforma *Youtube*, local digital de veiculação dos vídeos produzidos pelos *Youtubers* mirins. Nesse sentido, de acordo com as decisões do CONAR: “*Com relação à denunciada Google, e sua participação no polo passivo desta demanda, entendo que há dois viés diferentes a serem tratados: (i) seu papel de plataforma digital para a veiculação de conteúdos por youtubers mirins e (ii) como empresa que promove a reunião e encontros de youtubers. Quanto ao seu papel como plataforma digital entendo se tratar de matéria regulada pelo Marco Civil da internet, pela política e termos de uso da plataforma, não sendo o caso de pronunciamento deste órgão a esse respeito nestes autos, em relação aos fatos apresentados. Por outro lado, quanto à realização do evento para youtubers*

realizado em 15/12/2014, conforme vídeos que puderam ser assistidos nos links indicados no doc. 02 mencionado no ato de instauração deste procedimento, verificamos que a comunicação acerca deste evento replicada pelos youtubers mirins no Youtube, do mesmo modo em que exposto acima, divulga e propaga a plataforma e o êxito desses influencers ao dela se utilizarem, tornando-a uma aplicação de internet desejável por todos aqueles que queiram atingir sucesso similar. Portanto, recomendo a aplicação de advertência para que em encontros similares, preste expressa, clara e adequada orientação aos influenciadores acerca da responsabilidade com relação ao material de cunho publicitário divulgado em seu canal, informando-o como tal e respeitando as regras e princípios do CBAP”.

O CONAR ainda informou que não houve manifestação da empresa **Google Brasil Internet Ltda.** no curso das nove representações instauradas (fls. 1670). No bojo do inquérito civil, entretanto, a empresa em apreço apresentou esclarecimentos e juntou documentos, dentre eles, o Termos de Serviço da plataforma *Youtube* (fls. 1591/1610).

Consoante o Termos de Serviço da plataforma *Youtube* (fls. 1601/1608): **“Quanto à capacidade para aceitar os Termos de Uso, Você afirma ser maior de 18 anos ou ser menor emancipado, ou estar de posse de autorização legal dos pais ou de tutores, e plenamente capaz de consentir com os termos, condições, obrigações, afirmações, representações e garantias descritas nestes Termos de Uso, e obedecê-los e cumpri-los. Em qualquer circunstância, Você afirma ter mais de 18 anos, visto que o website do YouTube não é projetado para jovens menores de 18 anos. Se Você tiver menos de 18 anos, não deverá utilizar o website do YouTube. Você deverá conversar com seus pais sobre quais sites são apropriados para ele”** (grifo nosso).

Sobre as políticas de uso da plataforma *Youtube*, em reunião realizada neste Promotoria de Justiça no curso do inquérito civil nº 237/15, consignou-se o seguinte: “O Sr. Roberto, Diretor de Políticas de Segurança da América Latina do Google, mencionou que sua equipe tem por responsabilidade: *i) criar e definir as políticas de uso do Google (no caso as ‘Diretrizes de Uso’ da empresa), ii) fazer com que as políticas definidas sejam observadas e iii) programas de educação na internet – promovem ações voltadas para a segurança na internet. Do ponto de vista de políticas, disse que há preocupação com transparência, com a relevância e observância às regras e atualização das mesmas. Nesse sentido, a Google busca deixar as regras de uso dos produtos publicadas para que sejam transparentes e a retirar da plataforma de materiais infringentes à sua política. Essas políticas são constantemente atualizadas visando a adequação às novas formas de abuso. A intenção de ter essas políticas é garantir o uso saudável da plataforma*” (grifo nosso) (fls. 1728/1733).

Tratando o inquérito civil em análise de apuração de prática de publicidade indireta (merchandising) dirigida a crianças e adolescentes por meio da ação de *Youtubers* mirins, inegável o prejuízo de tal prática ao público infanto-juvenil, uma vez que, dotado de hipervulnerabilidade, acaba sendo receptor de publicidade disfarçada de programação de entretenimento, o que consubstancia uma comunicação mercadológica abusiva.

Nesse sentido, diversas matérias jornalísticas colecionadas aos autos denotam o crescimento da prática de publicidade indireta por empresas, que, por exemplo, enviam os seus produtos a *Youtubers* mirins para que sejam divulgados em seus canais, atingindo diversas crianças e adolescentes que não fazem ideia de que o produto apresentado é, na verdade, uma publicidade patrocinada (fls. 444/464; fls. 809/812; fl. 1707; fls. 1840/1844).

Diante do abuso propiciado pela publicidade indireta por meio da ação de *Youtubers* mirins, a plataforma *Youtube*, que não é destinada a menores de 18 (dezoito) anos, consoante os seus Termos de Uso, mantém-se inerte em relação às comunicações mercadológicas abusivas praticadas em face do público infanto-juvenil, deixando diversas crianças e adolescentes expostas a estratégias abusivas de venda ao não adequar suas políticas de uso.

Em que pese constar no Termos de Uso que a plataforma *Youtube* não deve ser utilizada por menores de 18 (dezoito) anos, o que se percebe, de fato, é que não apenas a plataforma é utilizada por crianças e adolescentes, como virou palco de violação de direitos, como no caso em apreço em que crianças e adolescentes são expostas a comunicações mercadológicas abusivas através dos *Youtubers* mirins.

Desse modo, considerando as violações aos direitos inerentes a diversas crianças e adolescentes, expectadoras dos *Youtubers* mirins, em iminente desrespeito aos ditames constitucionais e aos preceitos do Estatuto da Criança e do Adolescente e do Código de Defesa do Consumidor, necessária se faz a adequação das políticas de uso da plataforma *Youtube* a fim de se coadunar com a legislação infanto-juvenil, especialmente, no que tange à publicidade infantil.

II – DO DIREITO

II.1 DO CABIMENTO DA PRESENTE AÇÃO

De acordo com a Lei nº 7.347/85 – que dispõe sobre a Ação Civil Pública – em seu artigo 1º, inciso IV, a Ação Civil Pública terá por objeto a responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados “*a qualquer outro interesse difuso ou coletivo*”.

Nessa toada, o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/90) preconiza que, para a proteção dos interesses individuais, difusos ou coletivos à infância e à adolescência, este veículo será o cabível, consoante o artigo 201, inciso V.

Destarte, não há como olvidar ser a Ação Civil Pública o instrumento indicado para pleitear a proteção aos direitos aqui violados, tendo em vista serem estes fundamentais às crianças e aos adolescentes transindividualmente considerados.

II.2 DA LEGITIMIDADE ATIVA DO MINISTÉRIO PÚBLICO PARA A PROPOSITURA DA PRESENTE AÇÃO

A Constituição Federal, em seu artigo 129, inciso III, prescreve ser função institucional do Ministério Público a promoção da ação civil pública para proteção de interesses difusos e coletivos.

Do mesmo modo, a Lei nº 7.347/85 – Lei da Ação Civil Pública, em seu artigo 5º, inciso I, dita ter o Ministério Público legitimidade para a propositura da Ação Civil Pública.

Por fim, o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/90), neste mesmo íterim, define como competência do Ministério Público a promoção da Ação Civil Pública para a proteção de interesses individuais, difusos ou coletivos relativos à infância e à adolescência.

Assim, é indubitável a legitimidade ativa do *Parquet* para a presente Ação Civil Pública.

II.3 DA VIOLAÇÃO A DIREITOS FUNDAMENTAIS DAS CRIANÇAS E DOS ADOLESCENTES

O Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA (Lei nº. 8.069/90), calcado na Constituição Federal e na Convenção sobre os Direitos da Criança (promulgada pelo Decreto nº. 99.710/90), é regido pela doutrina da proteção integral de crianças e de adolescentes.

Em contraposição à antiga doutrina da situação irregular, a doutrina da proteção integral alça as crianças e os adolescentes à situação de sujeito de direitos - de todos os direitos, principalmente fundamentais - a serem garantidos integralmente e com absoluta prioridade pela família, pela sociedade e pelo Estado, conforme mandamento constitucional expreso, *in verbis*:

“Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão”.

Um dos fundamentos da doutrina da proteção integral é a atuação preventiva (Título III, Capítulo I, do Estatuto da Criança e do Adolescente). É pela prevenção que se faz valer a dignidade às crianças e aos adolescentes, possibilitando o desenvolvimento pleno e saudável, permitindo a formação da melhor pessoa que puderem ser.

A prevenção, como mandamento legal, é destinada a todos, consoante artigo 70 do Estatuto da Criança e do Adolescente:

“Art. 70. É dever de todos prevenir a ocorrência de ameaça ou violação dos direitos da criança e do adolescente.”

Em vistas disso, o Estatuto da Criança e do Adolescente trouxe um amplo sistema de proteção, formado por atores atuantes de forma integrada e articulada para otimizar e garantir a consecução de direitos infanto-juvenis.

Dentre os direitos relacionados às crianças e aos adolescentes que o Estatuto da Criança e do Adolescente dispensou preocupação em garantir está a dignidade e o respeito, inclusive considerando sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento, conforme exposto a seguir:

“Art. 3º. A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facilitar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade” (grifo nosso).

“Art. 4º. É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária” (grifo nosso).

“Art. 5º. Nenhuma criança ou adolescente será objeto de qualquer forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão, punido na forma da lei qualquer atentado, por ação ou omissão, aos seus direitos fundamentais”.

“Art. 15. A criança e o adolescente têm direito à liberdade, ao respeito e à dignidade como pessoas humanas em processo de desenvolvimento e como sujeitos de direitos civis, humanos e sociais garantidos na Constituição e nas leis” (grifo nosso).

“Art. 17. O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, idéias e crenças, dos espaços e objetos pessoais”.

“Art. 18. É dever de todos velar pela dignidade da criança e do adolescente, pondo-os a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor” (grifo nosso).

“Art. 71 - A criança e o adolescente têm direito a informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento” (grifo nosso).

Diante deste cenário, é inegável que a comunicação mercadológica como a propiciada pelas empresas através dos *Youtubers* mirins é abusiva, uma vez que desrespeita a condição peculiar de pessoa em desenvolvimento atinente a crianças e adolescentes, expectadores dos *Youtubers* mirins, desrespeitando, assim, este mercado consumidor ao valer-se de sua hipervulnerabilidade para realizar venda de produtos.

Sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor, cumpre destacar as seguintes normas relacionadas à publicidade abusiva:

“Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

(...)

IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

(...)

VI – a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos” (grifo nosso).

“Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal”.

“Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

(...)

§ 2º. É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de

induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança” (grifo nosso).

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

(...)

IV – prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhes seus produtos ou serviços” (grifo nosso).

Patente a abusividade da publicidade promovida pelas empresas através dos *Youtubers* mirins, uma vez que se aproveitam da deficiência de julgamento e da inexperiência das crianças e dos adolescentes, expectadores dos *Youtubers* mirins, para empurrar os seus produtos de forma velada, como se fossem do gosto dos *Youtubers* e não uma publicidade patrocinada.

A Resolução nº 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – CONANDA, ao dispor sobre publicidade infantil, considerou abusiva a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com a intenção de persuadi-la ao consumo de produto e serviço, conforme abaixo exposto:

“Art. 2º. Considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos:

I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;

II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;

III - representação de criança;

IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;

V - personagens ou apresentadores infantis;

VI - desenho animado ou de animação;

VII - bonecos ou similares;

III - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e

IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

§ 1º. O disposto no caput se aplica à publicidade e à comunicação mercadológica realizada, dentre outros meios e lugares, em eventos, espaços públicos, páginas de internet, canais televisivos, em qualquer horário, por meio de qualquer suporte ou mídia, seja de produtos ou serviços relacionados à infância ou relacionados ao público adolescente e adulto” (grifo nosso).

Desse modo, as empresas que utilizam da ação de *Youtubers* mirins para divulgar a sua marca e os seus produtos encontram-se em desacordo com o estabelecido na referida Resolução, inclusive ao se valer de crianças e de adolescentes que são celebridades com forte apelo ao público infantil, como é o caso dos *Youtubers* mirins.

Quanto à publicidade direcionada aos adolescentes, a Resolução nº 163/2014 do CONANDA estabeleceu princípios gerais, além do previsto na Constituição Federal, no Estatuto da Criança e do Adolescente e no Código de Defesa do Consumidor, podendo-se destacar o respeito à dignidade da pessoa humana e a atenção à sua condição de pessoa em desenvolvimento:

Art. 3º São princípios gerais a serem aplicados à publicidade e à comunicação mercadológica dirigida ao adolescente, além daqueles previstos na Constituição Federal, na Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, Estatuto da Criança e do Adolescente, e na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor, os seguintes:

I - respeito à dignidade da pessoa humana, à intimidade, ao interesse social, às instituições e símbolos nacionais;

II - atenção e cuidado especial às características psicológicas do adolescente e sua condição de pessoa em desenvolvimento;

III - não permitir que a influência do anúncio leve o adolescente a constranger seus responsáveis ou a conduzi-los a uma posição socialmente inferior;

IV - não favorecer ou estimular qualquer espécie de ofensa ou discriminação de gênero, orientação sexual e identidade de gênero, racial, social, política, religiosa ou de nacionalidade;

V - não induzir, mesmo implicitamente, sentimento de inferioridade no adolescente, caso este não consuma determinado produto ou serviço;

VI - não induzir, favorecer, enaltecer ou estimular de qualquer forma atividades ilegais.

VII - não induzir, de forma alguma, a qualquer espécie de violência;

VIII - a qualquer forma de degradação do meio ambiente; e

IX - primar por uma apresentação verdadeira do produto ou serviço oferecido, esclarecendo sobre suas características e funcionamento, considerando especialmente as características peculiares do público-alvo a que se destina.

Além dos diplomas legais mencionados, o Marco Civil da Primeira Infância (Lei nº 13.257/16), que dispõe sobre as políticas públicas para a primeira infância, também dispõe sobre o direito do consumidor sob o viés da criança e do adolescente, conforme abaixo exposto:

Art. 5º. Constituem áreas prioritárias para as políticas públicas para a primeira infância a saúde, a alimentação e a nutrição, a educação infantil, a convivência familiar e comunitária, a assistência social à família da criança, a cultura, o brincar e o lazer, o espaço e o meio ambiente, bem como a proteção contra toda forma de violência e de pressão consumista, a prevenção de acidentes e a adoção de medidas que evitem a exposição precoce à comunicação mercadológica.

Por fim, o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária estabeleceu diversas normas com vistas à regulamentação da publicidade em respeito aos consumidores, sendo certo que muitas delas foram desrespeitadas com a prática de publicidade indireta, conforme decisões do CONAR já expostas. Assim, destaca-se as seguintes normas:

“Artigo 9º - A atividade publicitária de que trata este Código será sempre ostensiva.

§ 1o – A alusão à marca de produto ou serviço, razão social do anunciante ou emprego de elementos reconhecidamente a ele associados atende ao princípio da ostensividade”.

“Artigo 10 - A publicidade indireta ou “merchandising” submeter-se-á igualmente a todas as normas dispostas neste Código, em especial os princípios de ostensividade (art. 9o) e identificação publicitária (artigo 28)”.

“Artigo 28 - O anúncio deve ser claramente distinguido como tal, seja qual for a sua forma ou meio de veiculação”.

“Artigo 30 - A peça jornalística sob a forma de reportagem, artigo, nota, texto-legenda ou qualquer outra que se veicule mediante pagamento, deve ser apropriadamente identificada para que se distinga das matérias editoriais e não confunda o Consumidor”.

“Artigo 37 - Os esforços de pais, educadores, autoridades e da comunidade devem encontrar na publicidade fator coadjuvante na formação de cidadãos responsáveis e consumidores conscientes. Diante de tal perspectiva, nenhum anúncio dirigirá apelo imperativo de consumo diretamente à criança. E mais:

I – Os anúncios deverão refletir cuidados especiais em relação a segurança e às boas maneiras e, ainda, abster-se de:

(...)

f. empregar crianças e adolescentes como modelos para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de uso ou consumo, admitida, entretanto, a participação deles nas demonstrações pertinentes de serviço ou produto;

(...)

III – Este Código condena a ação de merchandising ou publicidade indireta contratada que empregue crianças, elementos do universo infantil ou outros artifícios com a deliberada finalidade de captar a atenção desse público específico, qualquer que seja o veículo utilizado.

IV – Nos conteúdos segmentados, criados, produzidos ou programados especificamente para o público infantil, qualquer que seja o veículo utilizado, a publicidade de produtos e serviços destinados exclusivamente a esse público estará restrita aos intervalos e espaços comerciais”.

Ante o exposto, a prática de publicidade indireta por meio da ação de *Youtubers* mirins viola diversos direitos atinentes às crianças e aos adolescentes na condição de consumidores, cabendo a toda a sociedade zelar para que tais violações cessem, de forma a efetivamente propiciar proteção integral, em respeito à Constituição Federal, ao Estatuto da Criança e do Adolescente e ao Código de Defesa do Consumidor.

II.4 DO MEIO DE VIOLAÇÃO AOS DIREITOS E DA NECESSIDADE DE MEDIDAS RESPONSABILIZATÓRIAS E PREVENTIVAS

Tratando-se de publicidade indireta promovida por empresas através da ação de *Youtubers* mirins, o meio de propagação da publicidade é, evidentemente, a internet e, no caso específico, a plataforma digital *Youtube*, de responsabilidade da empresa demandada.

Nessa toada, cabe, *a priori*, consignar que o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/14) prescreve a necessidade de que o uso da internet tenha como fundamento os direitos humanos e o desenvolvimento da personalidade (artigo 2º, inciso II), assim como a defesa do consumidor (inciso V).

Assim, a publicidade indireta por meio da ação dos *Youtubers* mirins vai de encontro aos fundamentos destacados acima, uma vez que lesa diversos direitos previstos na Constituição Federal, no Estatuto da Criança e do Adolescente e no Código de Defesa do Consumidor.

Ademais, viola a própria política de uso da plataforma *Youtube* na medida em que é previsto, nos Termos de Serviço, que o website *Youtube* não é projetado para jovens menores de 18 anos e que seus usuários devem ter capacidade para aceitar os Termos de Uso (fls. 1601/1608).

Considerando toda a normativa prevista na Constituição Federal e no Estatuto da Criança e do Adolescente, inegável o dever de prevenção que a família, a sociedade e o Estado devem ter em relação aos direitos das crianças e dos adolescentes (artigos 4º e 70, ECA e artigo 227, da CF).

É inconcebível, assim, que a plataforma *Youtube*, como provedor de aplicações de internet, fique à margem da prevenção exigida a todos, permitindo que direitos atinentes às crianças e aos adolescentes sejam violados (artigos 3º, 4º, 5º, 15, 17, 18 e 71, ECA, artigos 6º, inciso IV e VI, 36, 37, § 2º e 39, inciso IV, CDC, artigos 2º e 3º, Resolução nº 163/2014 - CONANDA, artigo 5º da Lei nº 13.257/16 e artigos 9º, 10, 28, 30, 37 do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária).

O artigo 19 do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/14) estabelece que os provedores de aplicações de internet somente podem ser responsabilizados civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as devidas providências.

“Art. 19 - Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário”.

O Tribunal de Justiça de São Paulo, no entanto, já entendeu ser cabível a provedores de internet o dever de diligência e de proteção preventiva dos próprios usuários, em atenção à legislação consumerista e às garantias fundamentais da Constituição Federal, independentemente de decisão judicial.

Obrigação de fazer. Provedor de hospedagem de vídeos (Youtube). Fornecimento de IP e remoção de vídeo ofensivo. Conteúdo ofensivo incontroverso. Ciência inequívoca, do provedor, a respeito do material ilícito. Inércia. Alegação de que a remoção deve ser precedida de decisão judicial. Art. 19, caput da Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da Internet). Interpretação literal afastada. Necessária leitura sistemática da legislação específica, sobretudo à luz da legislação consumerista e das garantias fundamentais da Constituição Federal. Dispensabilidade de decisão judicial para remoção do material ofensivo. Precedentes do STJ. Inexistente qualquer ofensa à liberdade de expressão. Provedor desobrigado de analisar o teor da denúncia recebida em prazo extingo. Controle e remoção perfunctórios. Dever de diligência. Proteção preventiva dos próprios usuários. Análise posterior para apreciar a veracidade das alegações, de modo que, confirmando-as, exclua definitivamente o perfil ou, tendo-as por infundadas, restabeleça o seu livre acesso. Medidas tendentes a coibir a divulgação de conteúdos depreciativos. Provedores de internet não respondem objetivamente pela inserção no site, por terceiros, de informações ilegais. Devem, porém, assim que tiverem conhecimento inequívoco da existência material aviltante, removê-los imediatamente, sob pena de responderem pelos danos respectivos. Atividade de hospedar informações na WEB que não deve render isenção de responsabilidade civil, sobretudo na quadra dos direitos de personalidade. Culpa in omittendo. Dano moral configurado. Apelante que, apesar a desídia que já enseja reparação moral, também descumpriu ordem judicial para remoção do conteúdo. Quantum indenizatório fixado em R\$ 7.000,00. Quantia que cumpre a dupla função da reparação. Montante proporcional e compatível com a extensão do dano (art. 944 do CC). Sentença reformada. Recurso provido. (TJ-SP - APL: 11080155220148260100 SP 1108015-52.2014.8.26.0100, Relator: Rômulo Russo, Data de Julgamento: 15/12/2016, 7ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 15/12/2016) (grifo nosso).

Apesar de todas as infringências às normativas infanto-juvenis sobre publicidade infantil através da prática de publicidade indireta por meio de ação dos Youtubers mirins, a demandada, após oficiada por esta Promotoria de Justiça, permaneceu inerte, sem tomar qualquer providência.

A plataforma *Youtube*, embora alegue que não realiza análise prévia do conteúdo (fls. 1591/1610), viabiliza a seus usuários a possibilidade de remuneração, mediante cadastro junto ao programa de parceria do *Youtube*, ocasiões em que há efetiva análise prévia de conteúdo.

Nesse sentido, cumpre ressaltar as orientações constantes no site do *Youtube*¹ sobre a possibilidade de usuários obterem remuneração através dos seus vídeos:

Como gerar receita com seus vídeos

Para ganhar dinheiro no YouTube, você precisa fazer parte do Programa de Parcerias do YouTube. [Saiba mais](#) sobre como se qualificar e consulte as perguntas frequentes.

Com o Programa de Parcerias do YouTube, os [criadores qualificados](#) podem gerar receita com o próprio conteúdo na plataforma. É possível ganhar dinheiro com a veiculação de anúncios nos vídeos, as visualizações de assinantes do YouTube Premium e, em alguns casos, com as compras dos espectadores de [Super Chats](#), [produtos oficiais](#) e [assinaturas dos Clubes dos canais](#).

Conclua as quatro etapas abaixo para gerar receita com seus vídeos. Saiba mais sobre [a qualificação e o limite mínimo do programa](#).

Configurar seu canal para gerar receita

Etapa 1: ler e aceitar os termos do Programa de Parcerias do YouTube

1. Faça login no YouTube.
2. No canto superior direito, selecione o ícone da conta > **Estúdio de Criação**.
3. No menu à esquerda, selecione **Canal** > **Status e recursos**.
4. Em "Geração de receita", clique em **Ativar**.
5. Siga as instruções na tela para aceitar os termos do Programa de Parcerias do YouTube.

Etapa 2: inscrever-se no Google AdSense

Crie uma nova conta do Google AdSense ou vincule uma existente ao seu canal. Ela é necessária para gerar receita com seus vídeos e receber pagamentos. Siga estas etapas para [configurar uma conta do Google AdSense](#).

Para receber pagamentos, você precisa fazer login na sua conta do Google AdSense e resolver todas as [retenções de pagamento](#). Quando todas as retenções estiverem resolvidas, você será pago assim que seus ganhos alcançarem o [limite mínimo de pagamento local](#) (desde que a geração de receita do seu canal não esteja suspensa e que você esteja em conformidade com nossas políticas).

¹ https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=pt-BR&ref_topic=9153826

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA INFÂNCIA E DA JUVENTUDE DA CAPITAL
SETOR DE INTERESSES DIFUSOS E COLETIVOS

Etapa 3: configurar as preferências de geração de receita ^

Defina quais tipos de anúncios você quer incluir nos seus vídeos e ative automaticamente a geração de receita para todos os seus vídeos existentes e futuros.

Com essa configuração, você começará a ganhar dinheiro assim que seu canal for aprovado.

1. Confirme que você quer gerar receita com todos os seus vídeos atuais e futuros.
2. Marque as caixas em "Formatos de anúncio" para escolher quais tipos de anúncio você quer exibir.
3. Clique em "Salvar".

Você pode alterar essa configuração no seu padrão de geração de receita a qualquer momento. Assim, esse recurso é ativado ou não automaticamente para cada envio. Também é possível [escolher com quais vídeos específicos você quer gerar receita](#).

Etapa 4: ter o canal analisado ^

Quando seu canal alcançar o [limite mínimo do programa](#), analisaremos sua inscrição para garantir que a atividade do seu canal está de acordo com as [políticas do Programa de Parcerias do YouTube](#), os [Termos de Serviço](#) e as [diretrizes da comunidade](#) do YouTube. Quando esse processo for concluído, enviaremos notificações por e-mail, na versão clássica do Estúdio de Criação e no YouTube Studio Beta.

Caso ainda não tenha visualizações suficientes para que seu canal seja analisado, continue [criando conteúdo original](#) e [desenvolvendo seu público](#).

O limite mínimo de visualizações fornece informações suficientes para determinar a validade de um canal. Ele também permite confirmar se o canal segue as diretrizes da comunidade e as políticas de publicidade do YouTube.

Confira dicas de especialistas sobre como [ganhar dinheiro no YouTube](#) com publicidade.

Diante das instruções acima expostas, é possível perceber que a plataforma *Youtube* avalia o canal para saber se o seu conteúdo se encontra de acordo com as políticas do Programa de Parcerias do *Youtube*, os Termos de Serviço e as diretrizes da comunidade.

Desse modo, se há efetiva análise prévia do conteúdo pela plataforma, impossível ela não constatar as diversas infringências às normativas infanto-juvenis sobre publicidade infantil cometidas nos vídeos dos *Youtubers* mirins, inclusive, infrações às próprias políticas de uso da plataforma.

Uma vez que os *Youtubers* mirins são menores de 18 (dezoito) anos, é inconcebível que a plataforma, ao analisar o canal, não tenha observado esta infringência; do mesmo modo, em relação ao conteúdo, já que *Youtubers* mirins monetizam os seus vídeos.

A plataforma do *Youtube* ainda concede “selos de autenticidade” aos canais dos *Youtubers* mirins, de forma a convalidar, novamente, a ciência do conteúdo infringente a partir de uma nova análise do canal quanto às diretrizes da comunidade e os Termos de Serviço do *Youtube*².

Selos de autenticidade nos canais

Um ícone de selo de autenticidade  ou  é exibido quando um canal do YouTube pertence a um criador de conteúdo famoso ou é o canal oficial de uma marca, empresa ou organização.

Os selos de autenticidade não concedem acesso a recursos adicionais no YouTube.

Como receber um selo de verificação

Critérios de qualificação

Quando seu canal alcançar 100.000 inscritos, você estará qualificado para solicitar um selo de verificação do YouTube. Fizemos alterações nesse processo ao longo do tempo, então você pode ver diversos tipos de canais com selos de verificação no YouTube. **Observação:** se você é um anunciante interessado em um selo de verificação, entre em contato com seu gerente de vendas para mais informações.



Verificar sua qualificação

Para saber se seu canal se qualifica para solicitar um selo de autenticidade, clique em [Fazer login](#) no canto superior direito e atualize essa página.

Manter seu selo de verificação

Depois de receber o selo de verificação, ele ficará no canal mesmo que o número de inscritos do seu canal varie. No entanto, se o nome do canal for alterado, o selo de verificação será removido.

O YouTube se reserva o direito de revogar o selo de autenticidade ou encerrar seu canal em caso de violação das [diretrizes da comunidade](#) ou dos [Termos de Serviço do YouTube](#).



Se alguém está se fazendo passar por você ou pelo seu canal, [informe-nos](#).

Nesse sentido, nos autos do processo nº 1042970-62.2018.8.26.0100, promovido pelo Instituto Dimicuida em face da demandada, a MMª Juíza reconheceu que esta tem a obrigação de realizar monitoramento prévio de conteúdo disponibilizado em sua plataforma para, somente assim, monetizar os vídeos correspondentes.

² <https://support.google.com/youtube/answer/3046484?hl=pt-BR>

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA INFÂNCIA E DA JUVENTUDE DA CAPITAL
SETOR DE INTERESSES DIFUSOS E COLETIVOS

DECISÃO

Processo Digital nº: 1042970-62.2018.8.26.0100
Classe - Assunto: Procedimento Comum - Indenização por Dano Moral
Requerente: Instituto Dimicuida
Requerido: Google Internet Brasil Ltda

Juiz(a) de Direito: Dr(a). **Laura de Mattos Almeida**

Vistos.

Fls. 334/336: Conheço dos embargos de declaração opostos pela parte autora, porquanto tempestivos, e os acolho.

Considerando que a política adotada pela ré veda expressamente a disponibilização de vídeos com determinados conteúdos, a exemplo de material prejudicial ou perigoso, e que a ausência do devido controle prévio de conteúdo para a monetização de vídeos inseridos em sua Plataforma torna inócua esta obrigação, deve ser integrado o dispositivo da sentença, a fim de que também conste a "*obrigação de fazer do réu quanto ao monitoramento prévio do conteúdo disponibilizado em sua plataforma para que, somente se adequada às suas políticas, haja a correspondente monetização, sob pena de arbitramento e incidência de multa*".

No mais, fica mantida tal como lançada.

Dê-se ciência ao Ministério Público.

Intime-se.

São Paulo, 11 de dezembro de 2018.

**DOCUMENTO ASSINADO DIGITALMENTE NOS TERMOS DA LEI 11.419/2006,
CONFORME IMPRESSÃO À MARGEM DIREITA**

Assim, cumpre apontar, consoante os canais de *Youtubers* mirins indicados na representação do “Instituto Alana – Projeto Criança e Consumo” (fls. 888/1070), os vídeos em que é evidente a publicidade indireta promovida pelos *Youtubers* mirins.

1) Canal Júlia Silva – 4.181.707 inscritos em 18/12/18

(<https://www.youtube.com/user/paulaloma29/featured>):

- a) BONECAS DE COLEÇÃO MONSTER HIGH COMIC CON 2016 - Julia Silva - <https://www.youtube.com/watch?v=CuRWYIXk4a8>
- b) Minha Coleção Monster High Scaris By Julia - <https://www.youtube.com/watch?v=KwMgbYYPrFw>
- c) Minha Casa da Monster High Remodelada Julia Silva - <https://www.youtube.com/watch?v=vHqm4Wkc2lk>
- d) COLEÇÃO BONECAS EVER AFTER HIGH - Julia Silva - <https://www.youtube.com/watch?v=6Q2MFLL3Aic>

- e) Vlog: Comprando uma Monster High Julia Silva -
<https://www.youtube.com/watch?v=H1orChUm0NI>
- f) Review: Cards Monster High By Julia -
<https://www.youtube.com/watch?v=IHdwQQiGsBY>
- g) Tutorial: Cadeirinha Giratória para Monster High Julia Silva -
<https://www.youtube.com/watch?v=cSO5hJcW0aQ>
- h) Review: Quadro Branco Monster High por Julia Silva -
<https://www.youtube.com/watch?v=gQpXKLvCfrk>
- i) Livro de Colorir das Ever After High Julia Silva -
<https://www.youtube.com/watch?v=ZQvdIwP98t4>
- j) ABRINDO LOL SEREIA (L.O.L. PEARL SURPRISE) -
https://www.youtube.com/watch?v=FQ_Cu0_yoSo
- k) ABRINDO LOL PETS REAL - Muito Feliz!!! -
<https://www.youtube.com/watch?v=3fuVkB3BAk>
- l) ABRINDO LOL SÉRIE GLITTER -
<https://www.youtube.com/watch?v=t2pGcQs0G5w>
- m) ABRINDO FAMÍLIA LOL BIGGER LOL SURPRISE -
<https://www.youtube.com/watch?v=rGsMy51BhD0>
- n) LOL LOOK DO DIA (L.O.L. SURPRISE #OOTD) -
https://www.youtube.com/watch?v=i_kXAgYtcVA
- o) ABRINDO LOL BLING - SÉRIE BRILHANTE ESPECIAL DE NATAL -
<https://www.youtube.com/watch?v=dRJzWqQ7cY>
- p) ABRINDO LOL UNDER WRAPS WAVE 2 (LOL Cápsula) -
<https://www.youtube.com/watch?v=DZPrdzAx3QE>
- q) ABRINDO SHOPPING DA LOL (LOL POP-UP STORE) -
<https://www.youtube.com/watch?v=EtfwzRvGJnc>
- r) ABRINDO UNICORNIO POOPSIE SURPRESA QUE FAZ SLIME MÁGICO -
<https://www.youtube.com/watch?v=J6DznmisQtw>
- s) ABRINDO HATCHIMALS SÉRIE 3 -
https://www.youtube.com/watch?v=XBqx_sV4YyE
- t) LOL KARAOKE MACHINE -
<https://www.youtube.com/watch?v=C9AUO-R1Ni4>
- u) Especial Férias #1 - Carrossel O Filme - Julia Silva -
<https://www.youtube.com/watch?v=ScYCKUKEJzk>
- v) Presentes Encontrinho Youtubers Mirins Long Jump Rihappy Julia Silva -
https://www.youtube.com/watch?v=9_FxQMhI8Z4
- w) Vlog: Encontrinho de Belo Horizonte na Rihappy do Shopping Del Rey Julia Silva -
https://www.youtube.com/watch?v=_kEkYJuyhYU
- x) ACADEMIA DE PRINCESAS DA DISNEY Julia Silva -
<https://www.youtube.com/watch?v=Lfb7Ccc0t90>
- y) Material Escolar Recebido da Feroni Julia Silva -
<https://www.youtube.com/watch?v=Xx5x2rXMSnQ>

2) Canal Felipe Calixto – 1.874.937 inscritos em 18/12/18

(https://www.youtube.com/results?search_query=felipe+calixto):

- a) Minha Coleção de Minions do McDonald's 2015 By: Felipe Calixto - <https://www.youtube.com/watch?v=2WgI3hdC8ao>
- b) SING QUEM CANTA SEUS MALES ESPANTA NO MCDONALDS - <https://www.youtube.com/watch?v=wcBuuKJro7k>
- c) MENINAS SUPER PODEROSAS NO MCDONALD'S - <https://www.youtube.com/watch?v=OQ7Utl65rKQ>
- d) Minha Coleção do Cada um na Sua casa By: Felipe Calixto - <https://www.youtube.com/watch?v=libpAnDtAAQ>
- e) Embarque nesse Carrossel - Carrossel o Filme By: Felipe Calixto - <https://www.youtube.com/watch?v=ktgF5rFvQRc>
- f) Vlog: Verão Divertido Cartoon Network Parte 1 - <https://www.youtube.com/watch?v=5hOfR3KyUnE>
- g) Vlog: Verão Divertido Cartoon Network Parte 2 - <https://www.youtube.com/watch?v=pKKwZTtmzeQ>
- h) Vlog: Verão Divertido Cartoon Network Parte 3 - <https://www.youtube.com/watch?v=N3FUvxx6jdY>
- i) Review do Diário eletrônico Ever After High Por Felipe - <https://www.youtube.com/watch?v=zO8ZVmAya7s>
- j) Minha Coleção de Monster High 2014 - <https://www.youtube.com/watch?v=zGIH6FXeyEo>
- k) ABRINDO BONECA LOL SURPRESA CONFETTI POP - <https://www.youtube.com/watch?v=6HONrvhF27w>
- l) ABRINDO BONECA LOL SURPRESA MENINO ULTRA RARA!!! - https://www.youtube.com/watch?v=k_F-a01qnc4
- m) ABRINDO A BONECA LOL SURPRESA GIGANTE BIGGER LOL SURPRISE - <https://www.youtube.com/watch?v=WeMSuywEFxY>
- n) ABRINDO A POP-UP STORE DA LOL SURPRESA - <https://www.youtube.com/watch?v=La8GzEuKNqI>
- o) ABRINDO BIGGIE PETS EYE SPY LOL SURPRESA - <https://www.youtube.com/watch?v=Mhi8IXX9u08>
- p) ABRINDO LOL PETS - <https://www.youtube.com/watch?v=EHJfqXQLXPM>
- q) ABRINDO A LOL SUPREME PET ULTRA RARA EDIÇÃO LIMITADA - <https://www.youtube.com/watch?v=jWtkOpX5y1I>
- r) ABRINDO VÁRIAS BONECAS PARTY POP TEENIES SURPRESA - <https://www.youtube.com/watch?v=Xi2XwbEspP8>

- s) ABRINDO HAIRDORABLES SURPRESA -
<https://www.youtube.com/watch?v=j6BVGiy1sol>
- t) ABRINDO BONECOS DOS INCRÍVEIS 2 MULHER ELÁSTICA E SENHOR INCRÍVEL -
<https://www.youtube.com/watch?v=oWJBnJPRHcM>
- u) ABRINDO BRINQUEDOS SURPRESAS SMASHERS -
<https://www.youtube.com/watch?v=i4jLuY-gDyE>
- v) MINHA COLEÇÃO DE LOL PETS RARA -
<https://www.youtube.com/watch?v=6Db4CJT3co>
- w) COMPRANDO MINHA MOCHILA ESCOLAR 2019 DA KIPLING -
<https://www.youtube.com/watch?v=uGZz7i9UQIY>
- x) MATERIAL ESCOLAR 2019 PERSONALIZADO -
<https://www.youtube.com/watch?v=ekTg5AX-ces>

3) Canal Vida de Amy – 521.804 inscritos em 18/12/18

(https://www.youtube.com/channel/UCH6f8H_4AI01BArp2VDXFfQ/featured):

- a) ESPECIAL HALLOWEEN (9) VLOG HALLOWEEN DA JOLIE -
<https://www.youtube.com/watch?v=Y9W4g9U-ZNs>
- b) Abrindo surpresa: Pampili - AMEI ! - Opening surprises – LOVED -
<https://www.youtube.com/watch?v=xFROFhO3-qM>
- c) Review: Casa Monster High - House Giant -
<https://www.youtube.com/watch?v=q4QZHGg3EzM>
- d) MEU MATERIAL ESCOLAR 2016 ♥️📦 BACK TO SCHOOL SUPPLIES HAUL - <https://www.youtube.com/watch?v=GS865baDMvM>
- e) Encontro Youtubers Mirins (Long Jump / Ri Happy) Youtube Kids -
<https://www.youtube.com/watch?v=zAWoS-vdF5c>
- f) Mansão Escola Monster High ♥️📦 Deadluxe High School Monster HIGH SCHOOL - <https://www.youtube.com/watch?v=3suRaVmcgtY>
- g) LOL SURPRISE ABRINDO BONECAS SURPRESA MUÑECA DOLLS -
<https://www.youtube.com/watch?v=KuctIBUtuec>
- h) ABRINDO LOL SURPRISE DOLLS - ELA FEZ XIXI DIVERSÃO FUNNY UNBOXING -
<https://www.youtube.com/watch?v=PquW3JG745Y>
- i) ABRINDO LOL SURPRISE BONECAS UNBOXING LOL DOOLS FUNNY TOYS - <https://www.youtube.com/watch?v=zV212-QkifQ>
- j) MINIONS MC DONALDS MEU MALVADO FAVORITO 3 MC LANCHE FELIZ - <https://www.youtube.com/watch?v=Vllzx1bXZXs>

4) Canal Manoela Antelo – 1.653.496 inscritos em 18/12/18

(<https://www.youtube.com/user/veveantelo>):

- a) Manoela Antelo ♥ Looks com Sapatilha Pampili - https://www.youtube.com/watch?v=GZN_s_ekwPs
- b) Manoela Antelo ♥ Encontro de Youtubers Mirins (Parte 3) - Loja Ri Happy - https://www.youtube.com/watch?v=AUV88ItwA_Y
- c) Manoela Antelo ♥ Pré Material Escolar 2016 + Recebidos acumulados - <https://www.youtube.com/watch?v=WomwDutRm04>
- d) Manoela Antelo ♥ Promoção de Páscoa! #PASCOARIHAPPY - <https://www.youtube.com/watch?v=BDGVGSDb27w>
- e) Manoela Antelo ♥ Academia de Princesas Disney - <https://www.youtube.com/watch?v=yv0NQEmifa8>
- f) Manoela Antelo ♥ Encontro de Youtubers Mirins em SP - (PARTE 2) LONG JUMP - <https://www.youtube.com/watch?v=mRmqOb8jOp0>
- g) Manoela Antelo ♥ Encontro de Youtubers Mirins (Parte 3) - Loja Ri Happy - https://www.youtube.com/watch?v=AUV88ItwA_Y
- h) Encontro com Personagens do Cartoon Network - <https://www.youtube.com/watch?v=Rr7OxYcUAao>
- i) MATERIAL ESCOLAR 2018 | Manoela Antelo - <https://www.youtube.com/watch?v=QP-r5SK-yKA>

5) Canal Gabriela Saraivah – 3.231.243 inscritos em 18/12/18

(<https://www.youtube.com/user/mrsjhuli/search?query=pampili>):

- a) Comercial Pampili 2015 - <https://www.youtube.com/watch?v=cavdyICQt3c>
- b) Dia da Menina 23/09/2015 - Pampili - Gabriella Saraivah - <https://www.youtube.com/watch?v=JMiRxm-0958>
- c) Presentinhos da Semana - Gabriella Saraivah - <https://www.youtube.com/watch?v=GCiWR-lhEF4>
- d) Rede de corações - <https://www.youtube.com/watch?v=qhpXPz1CLEE>

6) Canal Marina Bombonato – 980.349 inscritos em 18/12/18 (<https://www.youtube.com/user/caelo1110>):

- a) A Era do Gelo o Big Bang no Mc Donald's (Desenho, Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Surpresa, Filme) - <https://www.youtube.com/watch?v=dygZi16IJM0>
- b) My Talking Tom Coleção no Mc Donald's (Desenho, Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Surpresa, Gatinho, Jogo) - <https://www.youtube.com/watch?v=4DQW9LBdvHQ>
- c) Pokémon Coleção no Mc Donald's (Resenha, Série, Desenho, Mc Lanche Feliz) - <https://www.youtube.com/watch?v=jxu9kfGnAWo>
- d) Nerf Coleção no Mc Donald's (Arma, Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Surpresa) - <https://www.youtube.com/watch?v=67DAZhxbvJU>
- e) Hello Kitty Coleção no Mc Donald's (Desenho, Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Surpresa) - <https://www.youtube.com/watch?v=mycFm6YizOA>
- f) Hello Kitty Coleção no Mc Donald's (Desenho, Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Surpresa) - <https://www.youtube.com/watch?v=V9UtHknEAzc>
- g) Barbie no Mc Donald's (Coleção, Mc Lanche Feliz, Desenho) Barbie Collection - <https://www.youtube.com/watch?v=evfTD53UFrc>
- h) DC SuperHero Girls no Mc Donald's (Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Coleção, Série) - <https://www.youtube.com/watch?v=OgPLDA9dBIIs>
- i) Hotel Transylvania 2 no Mc Donald's (Coleção, Mc Lanche Feliz, Filme) Monsters Collection - https://www.youtube.com/watch?v=_IqQPHjB0Ho
- j) Angry Birds O Filme Coleção no Mc Donald's (Resenha, Jogo de Sucesso, Mc Lanche Feliz) - <https://www.youtube.com/watch?v=uCgYdFi2PLc>
- k) Snoopy Coleção no Mc Donald's (Desenho, Filme, Mc Lanche Feliz) Peanuts Collection - <https://www.youtube.com/watch?v=4U0GR4KeAtA>
- l) Mario Kart 8 no Mc Donald's (Coleção, Mc Lanche Feliz, Jogo) Game Collection - <https://www.youtube.com/watch?v=dtltNj8Iv4c>
- m) Super Mario no Mc Donald's (Nitendo, Jogo, Brinquedo, Game, Mc Lanche Feliz) - https://www.youtube.com/watch?v=G4plv_-chVk
- n) Hora de Aventura Coleção Mc Donalds (Brinquedos, Mc Lanche Feliz) Collection Adventure Time (Toys) - <https://www.youtube.com/watch?v=FfeSXiejWSE>
- o) Mundo de Gumball Coleção Mc Donalds (Brinquedo, Desenho, Mc Lanche Feliz) - <https://www.youtube.com/watch?v=aYqhZ0ckThc>
- p) Regular Show Coleção no Mc Donald's (Brinquedo, Desenho, Apenas um Show, Mc Lanche Feliz) - <https://www.youtube.com/watch?v=GcfE1WNQxXA>
- q) Minions Mc Donalds Nova Coleção (Mc Lanche Feliz, Meu Malvado Favorito) Minions Toys Collection - <https://www.youtube.com/watch?v=k8RBUm8LwIY>

- r) Minions Mc Donalds Coleção (Mc Lanche Feliz, Meu Malvado Favorito) Minions Toys Collection - <https://www.youtube.com/watch?v=oNhdCCtaiDc>
- s) Meu Malvado Favorito 3 no Mc Donald's O Filme de Animação dos Minions e do Unicórnio Fofinho! - <https://www.youtube.com/watch?v=4v1KjO9Ni5o>
- t) Rabbids A Invasão no Mc Donald's (Coleção, Mc Lanche Feliz, Jogo) Rabbids Invasion Collection - <https://www.youtube.com/watch?v=IcZLZtE4vqM>
- u) SING no Mc Donald's Quem Canta Seus Males Espanta (Brinquedo, Desenho, Mc Lanche Feliz, Filme) - <https://www.youtube.com/watch?v=BL9W28HWWes>
- v) Comprinhas e Recebidos Caixa Postal (Roupa, Melissa, Brinquedo, Jogo, Presente, Novidade, Mimo) - https://www.youtube.com/watch?v=E8pb_FVQb6Y
- w) Monster High Vlog - <https://www.youtube.com/watch?v=CktTNLXM97E>

7) Canal Duda MH – 716.694 inscritos em 18/12/12

(<https://www.youtube.com/user/cleuza11/featured>):

- a) Encontro Youtubers Mirins na Ri Happy Em São Paulo - <https://www.youtube.com/watch?v=MfNuLwetzpA>
- b) PROMOÇÃO #PASCOARIHAPPY - DUDA MH - <https://www.youtube.com/watch?v=wrBw3XNtC5I>
- c) Tour pela Long Jump - Um sonho de pelúcias - <https://www.youtube.com/watch?v=m6G2csRFCu4>
- d) Visita a fabrica de pelucias Long Jump - https://www.youtube.com/watch?v=Bs_YGJx0qfU
- e) Visita a Long Jump - 2ª parte - https://www.youtube.com/watch?v=fzlCVal9_oA
- f) Youtubers Mirins - Encontrinho na Long Jump - <https://www.youtube.com/watch?v=yzur1oXnk7E>
- g) Presentes de pelucias e novas Ever After High junto com o novo álbum - https://www.youtube.com/watch?v=aZI_F7_0eIY
- h) GANHEI MAIS MATERIAIS ESCOLARES – TRIS - <https://www.youtube.com/watch?v=YNWYUCrBNIQ>
- i) CIS - MATERIAL ESCOLAR - CORES DO BEM – REVIEW - https://www.youtube.com/watch?v=xW_H4fjnPGA
- j) MEU MATERIAL ESCOLAR 2017 – COMPLETO - <https://www.youtube.com/watch?v=lmalgRi4Ogs>

É importante consignar que os vídeos acima indicados não excluem outros vídeos em que *Youtubers* mirins realizam publicidade indireta nem os *Youtubers* indicados acima excluem outros *Youtubers* mirins que realizam a mesma prática.

Desse modo, considerando todas as infringências às normativas infanto-juvenis sobre publicidade infantil através da prática de publicidade indireta por meio de ação dos *Youtubers* mirins, patente a necessidade de indisponibilidade de vídeos dessa natureza, em prol da proteção dos direitos inerentes a crianças e adolescentes.

III – DA TUTELA DE URGÊNCIA

De acordo com o artigo 300 do Código de Processo Civil (Lei nº 13.105/15), a tutela de urgência será concedida quando houver elementos que evidenciem a probabilidade do direito e o perigo de dano ou o risco ao resultado útil do processo. Ambos os requisitos estão presentes, *in casu*, senão vejamos:

III.1 DA PROBABILIDADE DO DIREITO

Não há como olvidar do preenchimento do requisito do *fumus boni iuris*, uma vez que, como acima destacado, é prerrogativa do Ministério Público a requisição de indisponibilidade de conteúdo em desacordo com a legislação infanto-juvenil, firme nas competências delineadas constitucionalmente a esta instituição.

Sendo assim, é incontestável a pertinência da requisição aqui proposta, até mesmo porque, como noticiado, há violações a direitos de crianças e de adolescentes propagadas por vídeos da plataforma da requerida, de modo que a

cessação da veiculação desses vídeos é medida, inclusive, em sede de tutela antecipada.

III.2 DO PERIGO DE DANO OU RISCO AO RESULTADO ÚTIL DO PROCESSO

Há violação a diversos direitos atinentes a crianças e adolescentes, uma vez que a publicidade indireta por meio da ação de *Youtubers* mirins viola a dignidade e o respeito de seus expectadores, crianças e adolescentes que não tem condição de distinguir, em razão de sua hipervulnerabilidade, entretenimento de publicidade.

Tratando-se de publicidade abusiva, não se pode permitir que vídeos dessa natureza permaneçam violando direitos atinentes às crianças e aos adolescentes (artigos 3º, 4º, 5º, 15, 17, 18 e 71, ECA, artigos 6º, inciso IV e VI, 36, 37, § 2º e 39, inciso IV, CDC, artigos 2º e 3º, Resolução nº 163/2014 - CONANDA, artigo 5º da Lei nº 13.257/16 e artigos 9º, 10, 28, 30, 37 do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária).

Diante de tais preleções, é medida que se impõe a concessão da tutela antecipada para que seja indisponibilizado o conteúdo de todos os endereços eletrônicos aqui destacados, e de outros de mesma natureza por ventura identificados, de forma a cessar este ciclo degradante de violações a direitos infanto-juvenis.

IV – DO DANO MORAL COLETIVO

A conduta da empresa em não adotar advertências em seus termos de uso para coibir o abuso de seus usuários que transformam as

plataformas em verdadeira terra sem lei, afrontam a convenção internacional da ONU no que diz respeito a proteção da infância e juventude e também o dever de proteção insculpido no caput do art. 227 da CF e há previsão tanto no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), quanto nos artigos 186 (subjativa) e 927 (objetiva) do Código Civil de 2002. Enfim, como já decidiu o Colendo Superior Tribunal de Justiça³:

1. O dano moral coletivo, assim entendido o que é transindividual e atinge uma classe específica ou não de pessoas, é passível de comprovação pela presença de prejuízo à imagem e à moral coletiva dos indivíduos enquanto síntese das individualidades percebidas como segmento, derivado de uma mesma relação jurídica-base.
2. O dano extrapatrimonial coletivo prescinde da comprovação de dor, de sofrimento e de abalo psicológico, suscetíveis de apreciação na esfera do indivíduo, mas inaplicável aos interesses difusos e coletivos (In, RECURSO ESPECIAL Nº 1.057.274 - RS (2008/0104498-1) - RELATORA : MINISTRA ELIANA CALMON)

Nesse sentido, a reparação e dano é o que recompõe a violação ao disposto no artigo 17 do ECA, já referido. Nesse sentido, há que se dar efetividade ao art. 227 da Constituição Federal, arts. 2º, 3º, 4º e 86 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 e § 2º do art. 37, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 e ao Plano Decenal dos Direitos Humanos de Crianças e Adolescentes, especialmente o objetivo estratégico 3.8 - "Aperfeiçoar instrumentos de proteção e defesa de crianças e adolescentes para enfrentamento das ameaças ou violações de direitos facilitadas

³ In, RECURSO ESPECIAL Nº 1.057.274 - RS (2008/0104498-1) - RELATORA : MINISTRA

pelas Tecnologias de Informação e Comunicação", todos lembrados na resolução 163 do CONANDA, acima citada.

Nesse sentido, a condenação em dano moral, a ser fixado a critério deste juízo oportunamente, é medida de rigor.

V - DOS PEDIDOS

Por tudo o que foi exposto, pleiteia-se:

1. A citação da requerida, por meio de seu representante legal, para que, querendo, apresente defesa no prazo legal;
2. A concessão da tutela antecipada liminarmente, a fim de que a requerida torne indisponível o conteúdo dos endereços eletrônicos que seguem abaixo, em desacordo com a legislação infanto-juvenil, sem prejuízo de outros endereços identificados pela requerida por esta Promotoria de Justiça como violadora de direitos infanto-juvenis:

2.1) Canal Julia Silva (<https://www.youtube.com/user/paulaloma29/featured>):

- a) BONECAS DE COLEÇÃO MONSTER HIGH COMIC CON 2016 - Julia Silva - <https://www.youtube.com/watch?v=CuRWYIXk4a8>
- b) Minha Coleção Monster High Scaris By Julia - <https://www.youtube.com/watch?v=KwMgbYYPrFw>
- c) Minha Casa da Monster High Remodelada Julia Silva - <https://www.youtube.com/watch?v=vHqm4Wkc2lk>
- d) COLEÇÃO BONECAS EVER AFTER HIGH - Julia Silva - <https://www.youtube.com/watch?v=6Q2MFL3Aic>

- e) Vlog: Comprando uma Monster High Julia Silva -
<https://www.youtube.com/watch?v=H1orChUm0NI>
- f) Review: Cards Monster High By Julia -
<https://www.youtube.com/watch?v=IHdwQQiGsBY>
- g) Tutorial: Cadeirinha Giratória para Monster High Julia Silva -
<https://www.youtube.com/watch?v=cSO5hJcW0aQ>
- h) Review: Quadro Branco Monster High por Julia Silva -
<https://www.youtube.com/watch?v=gQpXKLvCfrk>
- i) Livro de Colorir das Ever After High Julia Silva -
<https://www.youtube.com/watch?v=ZQvdIwP98t4>
- j) ABRINDO LOL SEREIA (L.O.L. PEARL SURPRISE) -
https://www.youtube.com/watch?v=FQ_Cu0_yoSo
- k) ABRINDO LOL PETS REAL - Muito Feliz!!! -
<https://www.youtube.com/watch?v=3fuVkB3BAk>
- l) ABRINDO LOL SÉRIE GLITTER -
<https://www.youtube.com/watch?v=t2pGcQs0G5w>
- m) ABRINDO FAMÍLIA LOL BIGGER LOL SURPRISE -
<https://www.youtube.com/watch?v=rGsMy51BhD0>
- n) LOL LOOK DO DIA (L.O.L. SURPRISE #OOTD) -
https://www.youtube.com/watch?v=i_kXAgYtcVA
- o) ABRINDO LOL BLING - SÉRIE BRILHANTE ESPECIAL DE NATAL -
<https://www.youtube.com/watch?v=-dRJzWqQ7cY>
- p) ABRINDO LOL UNDER WRAPS WAVE 2 (LOL Cápsula) -
<https://www.youtube.com/watch?v=DZPrdAx3QE>
- q) ABRINDO SHOPPING DA LOL (LOL POP-UP STORE) -
<https://www.youtube.com/watch?v=EtfwzRvGJnc>

- r) ABRINDO UNICORNIO POOPSIE SURPRESA QUE FAZ SLIME MÁGICO - <https://www.youtube.com/watch?v=J6DznmisQtw>
- s) ABRINDO HATCHIMALS SÉRIE 3 - https://www.youtube.com/watch?v=XBqx_sV4YyE
- t) LOL KARAOKE MACHINE - <https://www.youtube.com/watch?v=C9AUO-R1Ni4>
- u) Especial Férias #1 - Carrossel O Filme - Julia Silva - <https://www.youtube.com/watch?v=ScYCKUKEJzk>
- v) Presentes Encontrinho Youtubers Mirins Long Jump Rihappy Julia Silva - https://www.youtube.com/watch?v=9_FxQMhI8Z4
- w) Vlog: Encontrinho de Belo Horizonte na Rihappy do Shopping Del Rey Julia Silva - <https://www.youtube.com/watch?v=kEkYJuyhYU>
- x) ACADEMIA DE PRINCESAS DA DISNEY Julia Silva - <https://www.youtube.com/watch?v=Lfb7Ccc0t90>
- y) Material Escolar Recebido da Foroni Julia Silva - <https://www.youtube.com/watch?v=Xx5x2rXMSnQ>

2.2) Canal Felipe Calixto

(https://www.youtube.com/results?search_query=felipe+calixto):

- a) Minha Coleção de Minions do McDonald's 2015 By: Felipe Calixto - <https://www.youtube.com/watch?v=2WgI3hdC8ao>
- b) SING QUEM CANTA SEUS MALES ESPANTA NO MCDONALDS - <https://www.youtube.com/watch?v=wcBuuKJro7k>
- c) MENINAS SUPER PODEROSAS NO MCDONALD'S - <https://www.youtube.com/watch?v=OQ7Utl65rKQ>
- d) Minha Coleção do Cada um na Sua casa By: Felipe Calixto - <https://www.youtube.com/watch?v=libpAnDtAAQ>

- e) Embarque nesse Carrossel - Carrossel o Filme By: Felipe Calixto -
<https://www.youtube.com/watch?v=ktgF5rFvQRc>
- f) Vlog: Verão Divertido Cartoon Network Parte 1 -
<https://www.youtube.com/watch?v=5hOfR3KyUnE>
- g) Vlog: Verão Divertido Cartoon Network Parte 2 -
<https://www.youtube.com/watch?v=pKKwZTtmzeQ>
- h) Vlog: Verão Divertido Cartoon Network Parte 3 -
<https://www.youtube.com/watch?v=N3FUvxx6jdY>
- i) Review do Diário eletrônico Ever After High Por Felipe -
<https://www.youtube.com/watch?v=zO8ZVmAya7s>
- j) Minha Coleção de Monster High 2014 -
<https://www.youtube.com/watch?v=zGIH6FXeyEo>
- k) ABRINDO BONECA LOL SURPRESA CONFETTI POP -
<https://www.youtube.com/watch?v=6HONrvhF27w>
- l) ABRINDO BONECA LOL SURPRESA MENINO ULTRA RARA!!! -
https://www.youtube.com/watch?v=k_F-a01qnc4
- m) ABRINDO A BONECA LOL SURPRESA GIGANTE BIGGER LOL SURPRISE -
<https://www.youtube.com/watch?v=WeMSuywEFxY>
- n) ABRINDO A POP-UP STORE DA LOL SURPRESA -
<https://www.youtube.com/watch?v=La8GzEuKNqI>
- o) ABRINDO BIGGIE PETS EYE SPY LOL SURPRESA -
<https://www.youtube.com/watch?v=Mhi8lXX9u08>
- p) ABRINDO LOL PETS -
<https://www.youtube.com/watch?v=EHJfqXQLXPM>
- q) ABRINDO A LOL SUPREME PET ULTRA RARA EDIÇÃO LIMITADA -
<https://www.youtube.com/watch?v=jWtkOpX5y1I>

- r) ABRINDO VÁRIAS BONECAS PARTY POP TEENIES SURPRESA -
<https://www.youtube.com/watch?v=Xi2XwbEspP8>
- s) ABRINDO HAIRDORABLES SURPRESA -
<https://www.youtube.com/watch?v=j6BVGiy1sol>
- t) ABRINDO BONECOS DOS INCRÍVEIS 2 MULHER ELÁSTICA E
SENHOR INCRÍVEL -
<https://www.youtube.com/watch?v=oWJBnJPRHcM>
- u) ABRINDO BRINQUEDOS SURPRESAS SMASHERS -
<https://www.youtube.com/watch?v=i4jLuY-gDyE>
- v) MINHA COLEÇÃO DE LOL PETS RARA -
<https://www.youtube.com/watch?v=6Db4CJT3co>
- w) COMPRANDO MINHA MOCHILA ESCOLAR 2019 DA KIPLING -
<https://www.youtube.com/watch?v=uGZz7i9UQIY>
- x) MATERIAL ESCOLAR 2019 PERSONALIZADO -
<https://www.youtube.com/watch?v=ekTg5AX-ces>

2.3) Canal Vida de Amy

(https://www.youtube.com/channel/UCH6f8H_4AI01BArp2VDXFfQ/featured):

- a) ESPECIAL HALLOWEEN (9) VLOG HALLOWEEN DA JOLIE -
<https://www.youtube.com/watch?v=Y9W4g9U-ZNs>
- b) Abrindo surpresa: Pampili - AMEI ! - Opening surprises – LOVED -
<https://www.youtube.com/watch?v=xFROFhO3-qM>
- c) Review: Casa Monster High - House Giant -
<https://www.youtube.com/watch?v=q4QZHGg3EzM>
- d) MEU MATERIAL ESCOLAR 2016 ♥️ BACK TO SCHOOL SUPPLIES
HAUL - <https://www.youtube.com/watch?v=GS865baDMvM>

- e) Encontro Youtubers Mirins (Long Jump / Ri Happy) Youtube Kids - <https://www.youtube.com/watch?v=zAWoS-vdF5c>
- f) Mansão Escola Monster High ♥️ Deadluxe High School Monster HIGH SCHOOL - <https://www.youtube.com/watch?v=3suRaVmcgtY>
- g) LOL SURPRISE ABRINDO BONECAS SURPRESA MUÑECA DOLLS - <https://www.youtube.com/watch?v=KuctIBUtuec>
- h) ABRINDO LOL SURPRISE DOLLS - ELA FEZ XIXI DIVERSÃO FUNNY UNBOXING - <https://www.youtube.com/watch?v=PquW3JG745Y>
- i) ABRINDO LOL SURPRISE BONECAS UNBOXING LOL DOOLS FUNNY TOYS - <https://www.youtube.com/watch?v=zV212-QkifQ>
- j) MINIONS MC DONALDS MEU MALVADO FAVORITO 3 MC LANCHE FELIZ - <https://www.youtube.com/watch?v=Vllzx1bXZXs>

2.4) Canal Manoela Antelo (<https://www.youtube.com/user/veveantelo>):

- a) Manoela Antelo ♥️ Looks com Sapatilha Pampili - https://www.youtube.com/watch?v=GZN_s_ekwPs
- b) Manoela Antelo ♥️ Encontro de Youtubers Mirins (Parte 3) - Loja Ri Happy - https://www.youtube.com/watch?v=AUV88ItwA_Y
- c) Manoela Antelo ♥️ Pré Material Escolar 2016 + Recebidos acumulados - <https://www.youtube.com/watch?v=WomwDutRm04>
- d) Manoela Antelo ♥️ Promoção de Páscoa! #PASCOARIHAPPY - <https://www.youtube.com/watch?v=BDGVGSDb27w>
- e) Manoela Antelo ♥️ Academia de Princesas Disney - <https://www.youtube.com/watch?v=yv0NQEmifa8>
- f) Manoela Antelo ♥️ Encontro de Youtubers Mirins em SP - (PARTE 2) LONG JUMP - <https://www.youtube.com/watch?v=mRmqOb8jOp0>

- g) Manoela Antelo ♥ Encontro de Youtubers Mirins (Parte 3) - Loja Ri Happy - https://www.youtube.com/watch?v=AUV88ItwA_Y
- h) Encontro com Personagens do Cartoon Network - <https://www.youtube.com/watch?v=Rr7OxYcUAao>
- i) MATERIAL ESCOLAR 2018 | Manoela Antelo - <https://www.youtube.com/watch?v=QP-r5SK-yKA>

2.5) Canal Gabriela Saraivah

(<https://www.youtube.com/user/mrsjhuli/search?query=pampili>):

- a) Comercial Pampili 2015 - <https://www.youtube.com/watch?v=cavdyICQt3c>
- b) Dia da Menina 23/09/2015 - Pampili - Gabriella Saraivah - <https://www.youtube.com/watch?v=JMIRxm-0958>
- c) Presentinhos da Semana - Gabriella Saraivah - <https://www.youtube.com/watch?v=GCiWR-lhEF4>
- d) Rede de corações - <https://www.youtube.com/watch?v=qhpXPz1CLEE>

2.6) Canal Marina Bombonato (<https://www.youtube.com/user/caelo1110>):

- a) A Era do Gelo o Big Bang no Mc Donald's (Desenho, Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Surpresa, Filme) - <https://www.youtube.com/watch?v=dygZi16lJM0>
- b) My Talking Tom Coleção no Mc Donald's (Desenho, Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Surpresa, Gatinho, Jogo) - <https://www.youtube.com/watch?v=4DQW9LBdvHQ>
- c) Pokémon Coleção no Mc Donald's (Resenha, Série, Desenho, Mc Lanche Feliz) - <https://www.youtube.com/watch?v=jxu9kfGnAWo>
- d) Nerf Coleção no Mc Donald's (Arma, Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Surpresa) - <https://www.youtube.com/watch?v=67DAZhxbvJU>

- e) Hello Kitty Coleção no Mc Donald's (Desenho, Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Surpresa) - <https://www.youtube.com/watch?v=mycFm6YizOA>
- f) Hello Kitty Coleção no Mc Donald's (Desenho, Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Surpresa) - <https://www.youtube.com/watch?v=V9UtHknEAzc>
- g) Barbie no Mc Donald's (Coleção, Mc Lanche Feliz, Desenho) Barbie Collection - <https://www.youtube.com/watch?v=evfTD53UFrc>
- h) DC SuperHero Girls no Mc Donald's (Mc Lanche Feliz, Brinquedo, Coleção, Série) - <https://www.youtube.com/watch?v=OgPLDA9dBI8>
- i) Hotel Transylvania 2 no Mc Donald's (Coleção, Mc Lanche Feliz, Filme) Monsters Collection - https://www.youtube.com/watch?v=_IqQPHjB0Ho
- j) Angry Birds O Filme Coleção no Mc Donald's (Resenha, Jogo de Sucesso, Mc Lanche Feliz) - <https://www.youtube.com/watch?v=uCgYdFi2PLc>
- k) Snoopy Coleção no Mc Donald's (Desenho, Filme, Mc Lanche Feliz) Peanuts Collection - <https://www.youtube.com/watch?v=4U0GR4KeAtA>
- l) Mario Kart 8 no Mc Donald's (Coleção, Mc Lanche Feliz, Jogo) Game Collection - <https://www.youtube.com/watch?v=dtltNj8Iv4c>
- m) Super Mario no Mc Donald's (Nitendo, Jogo, Brinquedo, Game, Mc Lanche Feliz) - https://www.youtube.com/watch?v=G4plv_-chVk
- n) Hora de Aventura Coleção Mc Donalds (Brinquedos, Mc Lanche Feliz) Collection Adventure Time (Toys) - <https://www.youtube.com/watch?v=FfeSXiejWSE>
- o) Mundo de Gumball Coleção Mc Donalds (Brinquedo, Desenho, Mc Lanche Feliz) - <https://www.youtube.com/watch?v=aYqhZ0ckThc>
- p) Regular Show Coleção no Mc Donald's (Brinquedo, Desenho, Apenas um Show, Mc Lanche Feliz) - <https://www.youtube.com/watch?v=GcfE1WNQxXA>

- q) Minions Mc Donalds Nova Coleção (Mc Lanche Feliz, Meu Malvado Favorito) Minions Toys Collection -
<https://www.youtube.com/watch?v=k8RBUm8LwIY>
- r) Minions Mc Donalds Coleção (Mc Lanche Feliz, Meu Malvado Favorito) Minions Toys Collection -
<https://www.youtube.com/watch?v=oNhdCCtaiDc>
- s) Meu Malvado Favorito 3 no Mc Donald's O Filme de Animação dos Minions e do Unicórnio Fofinho! -
<https://www.youtube.com/watch?v=4v1KjO9Ni5o>
- t) Rabbids A Invasão no Mc Donald's (Coleção, Mc Lanche Feliz, Jogo) Rabbids Invasion Collection -
<https://www.youtube.com/watch?v=IcZLZtE4vqM>
- u) SING no Mc Donald's Quem Canta Seus Males Espanta (Brinquedo, Desenho, Mc Lanche Feliz, Filme) -
<https://www.youtube.com/watch?v=BL9W28HWWes>
- v) Comprinhas e Recebidos Caixa Postal (Roupa, Melissa, Brinquedo, Jogo, Presente, Novidade, Mimo) -
https://www.youtube.com/watch?v=E8pb_FVQb6Y
- w) Monster High Vlog - <https://www.youtube.com/watch?v=CktTNLXM97E>

2.8) Canal Duda MH (<https://www.youtube.com/user/cleuza11/featured>):

- a) Encontro Youtubers Mirins na Ri Happy Em São Paulo -
<https://www.youtube.com/watch?v=MfNuLwetzpA>
- b) PROMOÇÃO #PASCOARIHAPPY - DUDA MH -
<https://www.youtube.com/watch?v=wrBw3XNtC5I>
- c) Tour pela Long Jump - Um sonho de pelúcias -
<https://www.youtube.com/watch?v=m6G2csRFCu4>

- d) Visita a fabrica de pelucias Long Jump -
https://www.youtube.com/watch?v=Bs_YGJx0qfU
- e) Visita a Long Jump - 2ª parte -
https://www.youtube.com/watch?v=fzlCVal9_oA
- f) Youtubers Mirins - Enconrinho na Long Jump -
<https://www.youtube.com/watch?v=yzur1oXnk7E>
- g) Presentes de pelucias e novas Ever After High junto com o novo álbum -
https://www.youtube.com/watch?v=aZI_F7_0eIY
- h) GANHEI MAIS MATERIAIS ESCOLARES – TRIS -
<https://www.youtube.com/watch?v=YNWYUCrBNIQ>
- i) CIS - MATERIAL ESCOLAR - CORES DO BEM – REVIEW -
https://www.youtube.com/watch?v=xW_H4fnPGA
- j) MEU MATERIAL ESCOLAR 2017 – COMPLETO -
<https://www.youtube.com/watch?v=lmalgRi4Ogs>

3. Ao final, a procedência da presente ação, determinando à requerida as seguintes obrigações de fazer:

a) Permaneça com os vídeos acima elencados indisponíveis, confirmando os efeitos da tutela antecipada;

b) Adote medidas de vigilância e de padrão de uso que impeça o uso da plataforma *Youtube* como meio de burla às normativas nacionais sobre publicidade infantil, controlando as denúncias de imagens recebidas com base em violação aos direitos da criança e do adolescente, em especial, relacionadas à publicidade (Resolução nº 163 do CONANDA);

c) Adote medidas que impeça a monetização de vídeos violadores de direitos infanto-juvenis, notificando os produtores do conteúdo para que adotem restrição de acesso nesses vídeos e denunciando tais violações, reportando-as ao Ministério Público do respectivo local dos agentes geradores de imagens;

d) Coloque nos Termos de Uso a vedação de veiculação de vídeos que afrontem a Resolução nº 163/2014 do CONANDA.

e) Condenação em Dano Moral, a ser fixado a critério deste juízo.

Protesta-se, por fim, provar o alegado por todos os meios de prova admitidos em Direito, em especial pela oitiva das testemunhas abaixo arroladas, sem prejuízo de outras oportunamente arroladas, bem como pela juntada de documentos.

Dá-se à causa o valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Termos em que,
Pede deferimento.

São Paulo, 19 de dezembro de 2018.

EDUARDO DIAS DE SOUZA FERREIRA
15º Promotor de Justiça da Infância e Juventude da Capital

Flávia Cardoso Lopes Ribeiro
Analista de Promotoria

Rol de testemunhas:

- 1) Isabella Henriques – Diretora do Instituto Alana (fl. 81)**
- 2) Ekaterine Karageorgiadis – Coordenadora do Instituto Alana (fl. 81)**