



VII SINGEP

Simposio Internacional de Gestao de Projetos, Inovacao e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317-8302

SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO, QUANDO OS DADOS PESSOAIS VIRAM MOEDA DE TROCA: A POLÊMICA DA NOVA MOEDA

MATHEUS SANTOS DE AQUINO VITORIO
FRASCE

LUIS CLAUDIO BERNARDO MOURA
UFRJ / COPPE

HARVEY JOSÉ SANTOS RIBEIRO COSENZA
UFF - Universidade Federal Fluminense



SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO, QUANDO OS DADOS PESSOAIS VIRAM MOEDA DE TROCA: A POLÊMICA DA NOVA MOEDA

Contextualização:

O presente artigo busca aferir sobre o uso dos dados pessoais em meio digital, sob a ótica das normas regulamentadoras frente ao direito à privacidade e proteção dos mesmos no Brasil. Para o alcance do objetivo definido, este trabalho apresentará discussões acerca do direito de privacidade em meio digital, seguindo de quais instrumentos normativos são oferecidos quanto à proteção de dados pessoais no Brasil. O interesse no estudo do tema se aprofunda a proporção que a relevância ao se tratar do tratamento e a tutela ao direito à proteção da privacidade dos dados pessoais em meio a moderna contemporaneidade, a qual é constantemente instigada e desafiada por essas novas questões que se demonstram vigentes e efetivas em meio a essa nova Sociedade da Informação. Tal tema nos remete a seguinte problemática: Há diploma efetivo de tutela de direito em meio a privacidade e proteção de dados pessoais no Brasil? A realização do presente estudo se classifica como uma pesquisa do tipo exploratória. Quanto aos meios trata-se de uma pesquisa bibliográfica, com uma abordagem qualitativa, com levantamento de informações primárias e secundárias.

Objetivos:

A gradativa utilização das novas tecnologias estabelece múltiplas dinamicidades às relações sociais contemporâneas. Acompanhado de uma incessante evolução e atualização da indústria tecnológica, mediante suas novas plataformas e ferramentas que maximizam a experiência de navegação na web, instigaram cada vez mais os indivíduos a almejar a inclusão digital. Esse novo paradigma de inter-relacionamento caracteriza a sociedade da informação, onde a tecnologia da informação são a nova articulação social. Em meio a esse cenário, na Sociedade da Informação o indivíduo é representado por informações, sendo assim, conhecido por dados, rotinas de consumo, números, em forma de imagens, textos, sons e dados registrados. Este novo entendimento do indivíduo, como um ser informacional, passa a reclamar a proteção da privacidade dos dados pessoais.

O interesse no estudo do tema se aprofunda a proporção que a relevância ao se tratar do tratamento e a tutela ao direito à proteção da privacidade dos dados pessoais em meio a moderna contemporaneidade, a qual é constantemente instigada e desafiada por essas novas questões que se demonstram vigentes e efetivas em meio a essa nova Sociedade da Informação. Tal tema nos remete a seguinte problemática: Há diploma efetivo de tutela de direito em meio a privacidade e proteção de dados pessoais no Brasil?

Considerando a complexidade da atual sociedade e os conflitos relacionados à proteção de dados, o presente artigo visa analisar o uso dos considerados de cunho pessoal em meio digital, sob a ótica das normas regulamentadoras frente ao direito à privacidade e proteção dos mesmos no Brasil. Para o alcance do objetivo definido, este trabalho apresentará discussões acerca do direito de privacidade em meio digital, seguindo de quais instrumentos normativos são oferecidos quanto à proteção de dados pessoais no Brasil.

A realização do presente estudo se classifica como uma pesquisa do tipo exploratória. Quanto aos meios trata-se de uma pesquisa bibliográfica, com uma abordagem qualitativa, com levantamento de informações primárias e secundárias.

**Metodologia:**

A realização do presente estudo se classifica como uma pesquisa do tipo exploratória.

A pesquisa exploratória procura explorar um problema para fornecer informações para uma investigação mais precisa. [...] Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e análise de exemplos que “estimulem a compreensão” (SELLTIZ et al., 1967, p.63, apud GIL, 2002, p. 41)

Quanto aos meios trata-se de uma pesquisa bibliográfica, com uma abordagem qualitativa, com levantamento de informações primárias e secundárias.

A pesquisa bibliográfica procura por meio de obras publicadas, ajudar a explicar as anomalias a serem debatidas. Pode ser utilizada de forma independente ou como parte de outros tipos de pesquisa científica (RAMPAZZO, 2005).

Fundamentação Teórica:**A Sociedade da Informação**

Com o advento da Sociedade da Informação e da caracterização da sociedade atual como uma sociedade em rede, o ambiente em que vivemos pode ser visto como um entrelaçado de fluxos de informações (CASTELLS, 2003).

Escambo de Dados Pessoais

No mercado de consumo, os dados pessoais obtidos por meio da utilização de novas tecnologias da informação se transformam em um recurso essencial e valioso, tanto para a redução dos riscos empresariais, como para a fidelização. Tal panorama orienta as organizações a uma busca incessante pela informação. Este câmbio de dados pessoais se fundamenta nas necessidades de informação das empresas, instituições públicas e usuários finais. Conforme o texto da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) sobre tais operações,

Os dados são normalmente utilizados para servir melhor os clientes, melhorar a eficiência das transações e a qualidade dos produtos, bem como para identificar as macrotendências em um número de diferentes setores, incluindo saúde, transporte e segurança. (OCDE, p. 4, 2013)

Privacidade na Sociedade da Informação

Na sociedade atual, a informação tem grande valor, porém para que se chegue as informações, anteriormente é necessário coletar dados. Com relação a esse tema, Sales, Lima e Miranda (2007) afirmam que com as novas tecnologias de tratamento de informação, a Internet vem rompendo as barreiras entre privado e público, e muitas vezes, o limite da privacidade.

Privacidade e Proteção de Dados – Brasil

No Brasil, não existe normativa específica sobre proteção de dados pessoais, mas há Proteção Constitucional e outros instrumentos fornecidos por meio de leis esparsas, como os mecanismos oferecidos no Código de Defesa do Consumidor.

A Constituição da República de 1988 prevê o direito à privacidade (art. 5º, inciso X), incluindo a inviolabilidade do sigilo de comunicações, de dados e comunicações telefônicas (art. 5º, inciso XII), bem como a garantia de acesso a informações pessoais, e de retificação de dados, constantes de bancos de dados públicos por meio do Habeas Data (art. 5º, inciso LXXII), este regulado pela Lei n. 9.507 de 1997. Em vista, o art. 5º, incisos X e XII da Constituição da República, observa-se que é direito do indivíduo ter sua intimidade conservada. O mesmo vale em relação ao sigilo da correspondência e das comunicações, de dados e das comunicações telefônicas. Repara-se que o inciso XII do artigo 5º, da Constituição Federal, meramente protege os dados em trânsito, ou seja, enquanto estiverem



em mobilidade, logo não existiria no direito pátrio proteção de dados estanques e armazenados, qual seja, cadastros de dados em geral, logo estariam desprovidos de sigilo.

Marco regulatório proteção de dados pessoais em discussão no Brasil

Relativos à proteção de dados pessoais tramitam em conjunto no Senado Federal: Projetos de Lei n. 330/2013 (“PL 330/13”).

Resultados e Análises:

Estudo de Caso: Facebook e a empresa Cambridge Analytica

A rede social Facebook (originalmente thefacebook) foi criada pelo americano Mark Zuckerberg enquanto era aluno da universidade de Harvard. A proposta inaugural era criar uma rede que atingisse estudantes que estavam no final do secundário e ainda os que estivessem ingressando na universidade. Foi lançado em 2004, e atualmente é um dos sistemas com a maior base de usuários do mundo (RECUERO, 2009).

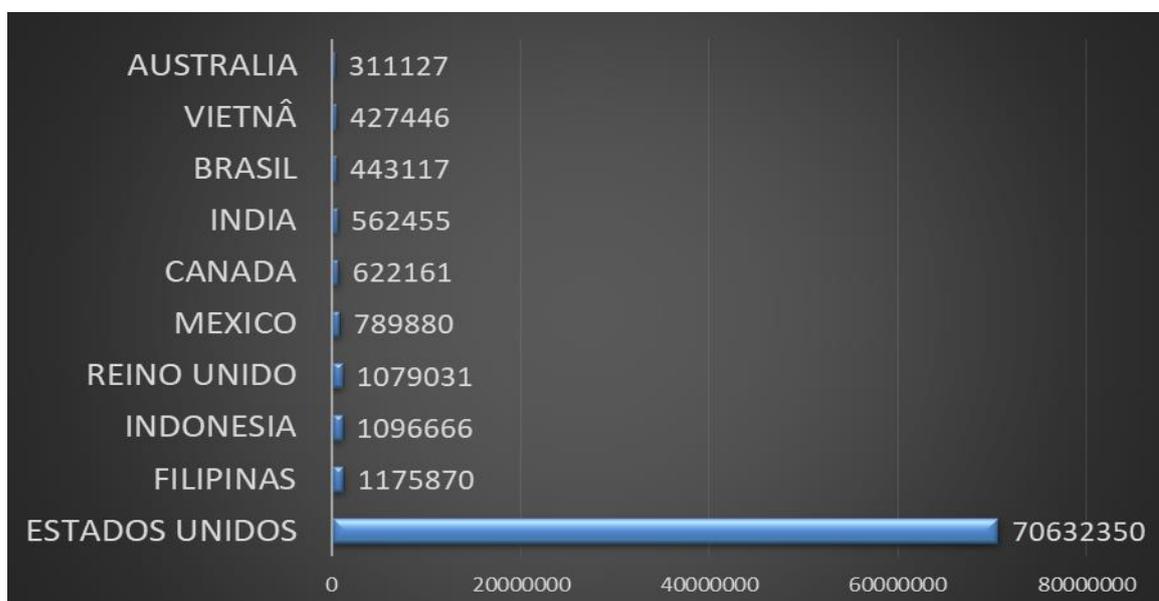
A Cambridge Analytica é uma empresa privada que combina mineração e análise de dados com comunicação estratégica, seu modelo de negócio é baseado quase que inteiramente no uso de dados pessoais para analisar o comportamento de seus titulares ou de um grupo de pessoas com o objetivo de descobrir seus interesses, gostos e preferências. Ao conseguir inferir esses traços, a empresa pode oferecer conteúdo dirigido aos usuários, ou micro-propagandas

O objeto de estudo e reflexão abordado pelo trabalho é o incidente envolvendo a Cambridge Analytica começou em 2014, quando o professor Aleksandr Kogan, da Universidade de Cambridge, no Reino Unido, criou um teste de personalidade no Facebook com o pretexto de conduzir um estudo psicológico. Cerca de 270 mil pessoas fizeram o teste de Kogan, todavia, o sistema permitiu que sua equipe observasse o perfil de 87 milhões de usuários, pois captava as informações de todos os amigos de quem instalou o aplicativo.

O diretor de tecnologia do Facebook, Mike Schroepfer, afirmou que, dos 87 milhões de perfis violados de forma imprópria com a consultoria Cambridge Analytica, 443.117 são de usuários brasileiros. O número representa uma fatia de 0,5% do total de usuários no mundo que tiveram suas informações repassadas sem consentimento à empresa de inteligência e marketing política britânica. (NEXO, 2018).

Figura 1 - Estima que 87 milhões o nº de usuários tiveram dados explorados pela Cambridge Analytica

Fonte: G1 SP, 2018





Com o repasse dos dados à Cambridge Analytica, "os resultados básicos obtidos com a pesquisa tinha como finalidade combinar com dados retirados dos perfis dos usuários do facebook para se extrair um perfil característico das pessoas, a quem poderia encaminhar mensagens eleitorais sob medida" (FOLHA DE SP, 2018)

A empresa Cambridge Analytica foi contratada pela campanha de Trump e forneceu maciço e uso não autorizado de dados pessoais do Facebook em prol da eleição. Ao mesmo tempo que usava segmentos demográficos para identificar grupos de eleitores, como a campanha de Clinton, a Cambridge Analytica também fez segmentações usando psicográficos¹.

O evento envolvendo Facebook e a empresa Cambridge Analytica pôs em pauta questões como a proteção de dados pessoais e fragilidade da privacidade dos cidadãos por empresas de tecnologia. Muitas delas, como as que operam redes sociais, tiram sua receita do comércio dos dados pessoais cedidos pelos usuários que concordam com seus termos e políticas.

Considerações Finais:

A proteção da privacidade quanto aos dados pessoais, deve-se constituir preocupação essencial na implementação de produto ou serviço, desde sua concepção. De seu desenho inicial ao oferecimento ao mercado, recomenda-se a aplicação protetiva aos modelos de negócio que se valham dessas informações. Assim, nesse contexto, a idéia de que apenas normas, leis e regras judiciais são suficientes para coibir a prática ilegal referente a troca de dados pessoais por algum incentivo relevante, é fadada ao fracasso. Tal procedimento necessita ir além, buscar, nos costumes sociais, a consientização da ilegalidade dessa prática danosa, a qual publica a intimidade e viola a moral. A nós, operadores da Administração, cabe imputar a melhoria dos sistemas protetivos, introduzindo mecanismos capazes de barrar esse rol de atividades invasivas. Já logisticamente, devemos inserir o gerenciamento na conexão entre as camadas representativas das relações de consumo.

As violações aparentemente perpetradas pela empresa Cambridge Analytica, conferem a existência do momento ideal para rediscutir não só esse conceito, evocando nesse caso, a necessidade de proteger a privacidade e os dados pessoais numa época em que estes podem ser considerados os ativos mais valiosos de um capitalismo movido a dados. A tutela da proteção de dados possui fundamento constitucional e assume a feição de um direito fundamental, posto que se destina à proteção da pessoa perante interesses provindos de uma multiplicidade de fontes, sejam aquelas situadas na esfera privada como na pública, chegando, hoje, a se projetar como um direito autônomo e que necessita de uma tutela ampla e genérica (DONEDA, 2010, p. 110).

Para o Brasil enfrentar a questão da proteção da relação entre partes, em conteúdos privativos, torna-se compreensível a interação dos vários ramos envolvidos, com a indução de práticas assecuratórias, tais como: a adoção de novas normas, a punição efetiva, a gestão do risco nas operações com uso de dados, a informatização de conteúdos de forma consciente, dentre outros parâmetros necessários à conduzir a proteção e segurança eficaz.

Deste modo, lutar contra a carência moral do ser humano, que promove mediante o delito, suprir suas necessidades mais pueris, comporta a linha tênue que interliga um mercado informatizado ardil e a segurança da intimidade relativa, comportando a permissiva no caráter da comercialização de dados pessoais, os quais deveriam ser dotados ao menos de extrema estima e respeito.

¹ Os psicográficos são comportamentais – uma maneira de criar uma segmentação por personalidade do usuário.

**Referências:**

- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: maio. 2018.
- CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- _____. **A sociedade em rede do conhecimento à política**. Imprensa Nacional: Casa da Moeda, 2005.
- CASTRO, C. S. **Direito da informática, privacidade e dados pessoais**. Coimbra: Almedina, 2005.
- DAVENPORT, T. H; BART, P.; BEAN, R. **How Big Data is Different**. MIT Sloan Management Review, n.30 - July, 2012.
- DONEDA, D. **Privacidade e proteção de dados no Marco Civil da Internet**. Anatel, 2016. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=341311&assuntoPublicacao=null&caminhoRel=null&filtro=1&documentoPath=341311.pdf>> . Acessado em: 20 mai. 2018.
- _____. **A proteção de dados pessoais nas relações de consumo: para além da informação creditícia**. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: SDE/DPDC, 2010, p. 22.
- _____. **A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental**. Espaço Jurídico Joaçaba, v. 12, n. 2, 2011.
- FARIA, G. N. **Teoria jurídica da informação**. Belo Horizonte: 2010.
- FLORENÇO, L. B. **A proteção de dados pessoais nas relações de consumo como um direito fundamental: perspectivas de um marco regulatório para o Brasil**. Revista Esmecc, v.23, n.29, p. 165-182 , 2016.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2012.
- G1 SP. **Procon-SP notifica Facebook por vazamento de dados de usuários brasileiros**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/procon-sp-notifica-facebook-por-vazamento-de-dados-de-usuarios-brasileiros.ghtml>. Acesso em maio 2018.
- GOUVEIA, L. GAIO, S. **Sociedade da Informação: balanço e oportunidades**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2004.
- GOLDSHMIDT, R. **Data mining: conceitos, técnicas, algoritmos, orientações e aplicações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.
- KUNEVA, M. **Personal data is the new oil of the Internet and the new currency of the digital world**. Discurso proferido na mesa redonda sobre coleta de dados, direcionamento e perfilação. Bruxelas: 2009.



JENNINGS, C.; FENA, L. **Privacidade.com**: como preservar sua intimidade na era da internet. Tradução: Bazán Tecnologia e Linguística. São Paulo: Futura, 2000.

LACOMBE, F. J. M. **Administração Princípios e Tendências**. São Paulo: Saraiva, 2003.

MATOS, T. F. **Comércio de dados pessoais, privacidade e Internet**. *Revista Jus Navigandi*: ISSN 1518-4862, Teresina, ano 9, n. 427,7 set. 2004. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/5667>>. Acesso em: maio 2018.

NOVAES, R. **Quais são os riscos dos tracking cookies? Psafe**: 2013. Disponível em: <<http://www.psafe.com/blog/tracking-cookies-quais-sao-riscos/>>. Acesso em: maio 2018.

OCDE [Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico]. **Explorando a economia de dados pessoais**: um levantamento de metodologias para medir valor. Documentos da Economia Digital da OCDE, nº 220, 2013, p.4. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1787/5k486qtxldmq-en>>. Acesso: maio, 2018.

RAMPAZZO, L. **Metodologia Científica**: para alunos de cursos de graduação e pós-graduação. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODOTÀ, S. **A Vida na Sociedade da Vigilância - A Privacidade Hoje**, Organização, seleção e apresentação de Maria Celina Bodin de Moraes. Tradução: Danilo Doneda e Luciana Cabral Doneda. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

SILVEIRA, S. A. **Tudo sobre tod@s**: Redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais. São Paulo: Sesc, 2017.

SALES, F. A. C.; LIMA, G. T.r; MIRANDA, RBarros de. **Privacidade e Internet**. *Revista de Direito das Novas Tecnologias*, São Paulo, v. 3, n. 1, jan. 2007. Semestral. Disponível em: <<http://www.truzzi.com.br/pdf/artigo-privacidade-internet-gisele-truzzi-fabio-augusto-cornazzani-sales-rodrigo-barros-de-miranda.pdf>>. Acesso em: 08 mai. 2018.

SILBERSCHATZ, A. **Sistemas de Bancos de Dados** / Avi Silberschatz, Henry F. Korth, S Sudarshan; tradução Daniel Vieira, 6º ed. Rio de janeiro: Elsevier, 2012.

TAVARES, L. A. **Da proteção dos dados pessoais no Brasil**. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, XX, n. 162, jul 2017. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=19140>. Acesso em maio 2018.

WELLING, L. **PHP e MYSQL - Desenvolvimento Web**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

Palavras-chave:

Privacidade; Dados Pessoais; Sociedade da Informação.