

# A dimensão ética na coleta e uso de dados do usuário para fins de marketing

## Proponente

### -39: Nome do(a) proponente

Josmar Andrade

### -36: Estado

SP

### -34: Organização

Universidade de São Paulo

### -33: Setor

Comunidade científica e tecnológica

## Co-Proponente

### -16: Nome do(a) co-proponente

Filipe de Araújo Vieira

### -13: Estado do(a) co-proponente

BA

### -10: Organização

PROCON/BA

### -9: Setor do(a) co-proponente

Governamental

## Formato do workshop

### -7: Formato

Mesa redonda

### -6: Outros

### -25: Resumo do workshop

O coleta e uso de dados de internet para fins de segmentação e posicionamento de mensagens promocionais e também para acompanhamento e cadastro de hábitos dos usuários para fins comerciais tem estimulado diversos debates éticos, que envolvem pontos controversos: há argumentos gerenciais que apontam a otimização dos serviços prestados até a visão crítica, da invasão da privacidade. A proposta do workshop é juntar atores que representam diversas visões sobre o estado atual da discussão.

### -24: Objetivos e conteúdos do workshop

O objetivo da mesa redonda é oferecer subsídios para um debate melhor fundamentado sobre o assunto. Por isso, seus participantes representam os atores relevantes, capazes de oferecer diferentes visões sobre as dimensões ética, gerencial e legal relacionadas ao tema. Na mesa-redonda estarão representadas a comunidade acadêmica que estuda o assunto, ONGs dedicadas a atuar nos debates sobre vigilância e cidadania, a visão dos órgãos governamentais da defesa do consumidor e também a visão de anunciantes brasileiros interessados na coleta dos dados para maior eficiência de suas atividades e que, de forma objetiva, financiam grande parte das operações de sites de redes sociais, aplicativos e outros dispositivos de obtenção de dados sociodemográficos e comportamentais

## **(116) - A dimensão ética na coleta e uso de dados do usuário para fins de marketing**

dos usuários da internet. Respeitados os limites de tempo do painel, pretende-se oferecer um resumo histórico, estabelecer as nuances do estado-da-arte atual da discussão para, então, evidenciar as perspectivas da evolução esperada em termos de possibilidades, limites e restrições que são pleiteadas por alguns críticos e também por governos e órgãos legalmente encarregados da defesa do consumidor.

### **-23: Relevância do tema para a Governança da Internet**

A nova lei de proteção de dados da União Europeia é uma evidência da relevância do tema para governança da internet. Especialistas no assunto indicam que ainda é necessária uma maior compreensão dos impactos da nova norma legal em termos globais, inclusive no Brasil. O contexto desta discussão envolve diversos vetores de configuração da vida em sociedade em tempos de ubiquidade de serviços e informações e de gigantismo dos provedores de serviços. Globalização, segurança de estado, vida política, direito à privacidade, cidadania, direitos do consumidor, financiamento de iniciativas digitais, interesses de empresas e anunciantes estão de tal forma entrelaçados, que é preciso buscar consensos em duas dimensões que muitas vezes são colidentes: de um lado a qualidade dos serviços prestados, nos quais o acompanhamento de dados e dos hábitos de usuários são insumos indispensáveis para a otimização das experiências; por outro lado há limites desejáveis em termos da evidenciação das coletas realizadas e de suas profundidades, nem sempre claras para os usuários destes serviços. Setores ativistas da sociedade vêm pleiteando maior atuação de governos na proteção de cidadãos e consumidores, enquanto também há vozes que se opõem a iniciativas restritivas que podem gerar precedentes para a independência e o controle da internet. O que se tem no momento é que o debate é inevitável, especialmente pela reincidência de diversos casos de manipulação, espionagem e vazamentos de dados, muitos deles para uso de marketing político e também para serviços de interesse de empresas praticantes de marketing.

### **-22: Forma de participação dos(as) palestrantes**

O moderador Prof. Josmar Andrade (curso de Marketing da USP ) fará apresentação do tema (8 min), seguido por Filipe de Araújo Vieira (presidente da Associação Brasileira dos PROCONS) que falará sobre o tema pelo ponto de vista do direito do consumidor. Bruno Ricardo Bioni (advogado, membro da Rede Latino-Americana de Estudos sobre Vigilância, Tecnologia e Sociedade) dará a condição legal atual com ênfase na nova lei da UE (8 min) e, por fim, Vanessa Vilar (diretora jurídica da Unilever Brasil e vice presidente da Associação Brasileira dos Anunciantes) apresentará a visão dos anunciantes (8 min), 3 perguntas orientarão os debates: (i) quais os limites éticos desejáveis para o rastreamento e formação de bancos de dados obtidos dos usuários pela internet?; (ii) qual a visão de futuro no balanço entre serviços e respeito aos direitos de privacidade de cidadãos e consumidores?; (iii) qual o papel que se espera da governança da internet neste processo? (36 min). Seguirão perguntas do público.

### **-21: Engajamento da audiência presencial e remota**

Os proponentes do painel aceitarão perguntas que chegarem pela hashtag #dadosemarketing privilegiando aquelas que não tenham sido cobertas nas apresentações e debates realizados. O moderador fará esta escolha durante a realização da mesa redonda. As entidades organizadoras (USP, Procons, ABA e Rede Latino-Americana de Estudos sobre Vigilância, Tecnologia e Sociedade) divulgarão o evento em suas redes com antecedência de 20 dias estimulando o uso da hashtag . Integrantes do grupo de pesquisa CENAD/USP (Centro de Estudos dos Negócios em Ambientes Digitais) farão uma seleção prévias dos aspectos mais relevantes e/ou reincidentes nos questionamentos para orientação do moderador.

### **-20: Resultados pretendidos**

O evento, depois de realizado, será decupado e transcrito, gerando-se um documento que objetiva (i) publicação acadêmica; (ii) divulgação em mídia geral; (iii) visualização nos sites das entidades envolvidas no debate. Também será importante para formação e identificação de rede, engajando outros pesquisadores sobre o assunto e para a proposição de futuros debates e pesquisas no âmbito da academia, de associações empresariais e para orientação de ações de políticas públicas relacionadas aos temas discutidos.

### **-19: Relação com os princípios do Decálogo do CGI.br**

Liberdade Privacidade e Direitos Humanos

### **-8: Temas do workshop**

Privacidade e proteção de dados

Economia de dados

Mercados de Internet: empresas de telecomunicação, provedores de serviços de Internet, competição

## **Participantes**

**Palestrante: Filipe de Araújo Vieira**

**UF** BA  
**Organização** PROCON/BA  
**Setor** Governamental

**Mini biografia**

Advogado, superintendente do PROCON/BA e presidente da Associação Brasileira dos Procons. Especialista em direito do consumidor é pós graduando em direito e professor universitário. Membro fundador do Fórum dos Procons da Região Nordeste

**Palestrante: Vanessa Vilar**

**UF** SP  
**Organização** Unilever  
**Setor** Empresarial

**Mini biografia**

Advogada, com MBA pela Fundação Dom Cabral. Diretora Jurídica da Unilever para o Brasil e América Latina e vice-presidente da Associação Brasileira de Anunciantes, entidade da qual participa do Grupo de Trabalho de Marketing Responsável. É conselheira do CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária)

**Palestrante: Mariana Rielli**

**UF** SP  
**Organização** Data Privacy Brasil  
**Setor** Terceiro Setor

**Mini biografia**

Advogado, pós graduado pela FD/USP, autor de diversos livros e trabalhos sobre proteção de dados pessoais. É membro da Rede Latino-Americana de Estudos sobre Vigilância, Tecnologia e Sociedade e atua como professor de diversos cursos de pós graduação lato sensu em disciplinas ligadas ao direito digital.

**Palestrante: Luciano Vieira de Araújo**

**UF** SP  
**Organização** Universidade de São Paulo  
**Setor** Comunidade Científica e Tecnológica

**Mini biografia**

Possui graduação em Ciência da Computação pela Universidade Federal de Goiás(1992), mestrado em Ciências da Computação pela Universidade de São Paulo(2002) e doutorado em Bioinformática pela Universidade de São Paulo(2008). Atualmente é Assessor - Superintendência de TI - USP da Universidade de São Paulo, Professor Doutor - Adjunto da Escola de Artes, Ciências e Humanidades - USP, Revisor de proje

**Moderador(a): Josmar Andrade**

**UF** SP  
**Organização** Universidade de São Paulo  
**Setor** Comunidade Científica e Tecnológica

**Mini biografia**

Professor do curso de Marketing da USP, responsável por disciplinas relacionadas à Ética e à Gestão da Comunicação, Assessor Técnico da Agência USP de Inovação, líder do CENAD/USP (Centro de Estudos dos Negócios em Ambientes Digitais). Tem diversos artigos publicados em publicações e eventos nacionais e internacionais sobre dinâmicas de opinião, redes sociais, ética nos negócios e globalização.

**Relator(a): Gregória Benário**

**UF** PB  
**Organização** Conselho Consultivo da União Brasileira de Mulheres (UBM/PB)  
**Setor** Terceiro Setor

**Mini biografia**

Mestranda em Direitos Humanos pela UFPB. Especialista em Gestão de Políticas Públicas em Gênero e Raça pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Possui graduação em Direito pelo Centro Universitário de João Pessoa. Atualmente é integrante do Conselho Consultivo da União Brasileira de Mulheres (UBM/PB). Advogada, Assessora jurídica da Secretaria Executiva da Ciência e Tecnologia do Estado da Par

