

# Quantos dados para comprar no mercado? Um debate sobre a proteção de dados pessoais nas relações de consumo

## Proponente

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

Bárbara Prado Simão

### -36: Estado

SP

### -34: Organização

Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

### -33: Setor

Terceiro setor

## Co-Proponente

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

Raquel Saraiva

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

PE

### -10: Organização

IP.rec - Instituto de Pesquisa em Direito e Tecnologia do Recife

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

Comunidade científica e tecnológica

## Formato do workshop

### -7: Formato

Debate

### -6: Outros

### -25: Resumo do workshop

O workshop busca discutir o contexto regulatório referente ao tratamento de dados no âmbito das relações de consumo. A discussão ganha relevância por casos de apuração do uso indevido de dados por empresas em segmentos diversos. A LGPD soma-se, então, a um sistema de proteção legal do consumidor já estruturado, o que desperta novas discussões sobre o tema, bem como representa desafios práticos para diferentes setores relativos às obrigações e direitos do consumidor no contexto do Big Data.

### -24: Objetivos e conteúdos do workshop

A proteção de dados pessoais sempre foi um assunto de grande relação com a defesa do consumidor. Desde a aprovação do Código de Defesa do Consumidor (CDC), em 1990, uma discussão sobre a devida utilização de dados nas relações de consumo já aparece, embora com contornos diferentes dada a sua época de aprovação. Como consequência, não é raro encontrar precedentes no país que utilizem, para casos que envolvam proteção à privacidade, argumentação fundamentada na defesa do consumidor aliada a outras fontes legais, como o Marco Civil da Internet e a Lei do Cadastro Positivo.

É evidente que o momento atual, porém, coloca desafios ainda maiores para a matéria, dada a expansão de mercados baseados em dados e os seus impactos para os consumidores. Apenas o código e as leis setoriais aplicáveis não estavam integralmente adaptados para esse novo contexto e todas as suas questões. Assim, a preparação para a vigência da Lei Geral de Proteção de Dados, que se somará a esse contexto regulatório, significa mais uma razão pela qual os desafios práticos e precedentes em diversos setores devem ser discutidos.

Assim, o painel pretende expor a realidade já enfrentada pelos diversos setores e autoridades em suas respectivas atuações, bem como reforçar a relevância que operações de tratamento de dados assumem nas relações de consumo.

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

Ao mesmo tempo em que casos de proteção de dados de consumidores aparecem na agenda nacional sobre o tema, a vigência da Lei Geral de Proteção de Dados levanta discussões e desafios para sua harmonia com as garantias consumeristas.

Alguns casos nesta intersecção têm ganhado relevância. Em Minas Gerais, o processo de representação oferecido pelo Instituto de Referência em Internet e Sociedade contra a rede de drogarias Araújo, que tinha como prática a coleta do CPF de consumidores, resultou em Termo de Ajustamento de Conduta no qual é reconhecido que a prática tinha vícios relacionados à informação dos consumidores. Em São Paulo, é discutida a tecnologia de leitura facial implementada na Linha 4 do metrô da capital, em sede de ação civil pública proposta pelo Idec. A Comissão de Proteção de Dados Pessoais do MPDFT também tem atuado com a apuração de casos relativos a vazamentos de dados. O tema tornou-se objeto de diversas audiências públicas, como aquelas promovidas pelo Congresso ao longo dos trâmites de aprovação da Lei 13.709/2018 e da MP 869/2018.

A discussão é especialmente importante em um momento de crescimento exponencial de utilização de ferramentas que realizam análise de dados biométricos ou sensíveis de consumidores com vistas a, dentre outros possíveis objetivos, incrementar pesquisas de mercado. Já se tornou comum, em sites especializados em marketing digital, a divulgação de novas ferramentas de reconhecimento de expressões faciais e análise comportamental. Refletir sobre os aspectos éticos e legais dessas práticas é de suma importância, portanto, para um desenvolvimento responsável dessas ferramentas, dispositivos ou serviços. Existem limites - éticos ou legais - para a utilização de dados de consumidores? Como delimitar que tipo de práticas são abusivas no ambiente informacional? A distinção entre dados anonimizados e dados pessoais possui impacto sobre regras consumeristas? Quais devem ser os deveres e boas práticas a serem seguidos?

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

O debate contará com um moderador que, nos 5 minutos iniciais, apresentará os casos mais recentes em matéria de proteção de dados de consumidores no Brasil. Após ressaltar esses exemplos e apresentar os debatedores, cada um deles terá 15 minutos para exposição relacionada ao tema proposto, destacando: o contexto de utilização de dados pessoais de consumidores, os desafios e medidas para a proteção dos dados, e as adaptações necessárias, nos modelos de consumo atuais, ao contexto da Lei Geral de Proteção de Dados. Ao fim das exposições, 15 minutos serão reservados para perguntas, comentários e contribuições do público. Os 10 minutos restantes serão reservados para a relatoria do workshop, que deverá apresentar, de forma resumida, o diagnóstico das questões enfrentadas por cada um dos setores, assim como as sugestões construídas entre os debatedores e a interação com o público.

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

Além do período reservado para perguntas presenciais e virtuais, por meio dos canais oficiais do evento e também das páginas das instituições envolvidas, espera-se que a audiência também se engaje na construção do guia de orientações e boas práticas para proteção de dados de consumidores. Dessa forma, a partir das observações coletadas, serão selecionados tópicos para consulta pública. O formulário com os resultados do workshop será disponibilizado pelos organizadores, por meio dos canais de suas instituições e ficará aberto para comentários do público, que serão considerados na formulação do guia de boas práticas.

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

A partir das exposições, objetiva-se ampliar a compreensão sobre o cenário regulatório atual, as práticas empreendidas pelo mercado e como a Lei Geral de Proteção de Dados o influenciará. Outro resultado esperado do debate é que, a partir das exposições e comentários do público, seja organizado um relatório de melhores práticas de proteção de dados de consumidores, a ser organizado pela relatora e disponibilizado gratuitamente na internet.

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

Liberdade Privacidade e Direitos Humanos

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

Privacidade e proteção de dados

Questões legais e regulatórias

Ética e Internet

## Participantes

### Palestrante: Bárbara Prado Simão

**UF** SP  
**Organização** Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor  
**Setor** Terceiro Setor

#### Mini biografia

Graduada em Direito pela Universidade de São Paulo (FDUSP). Durante a graduação, realizou intercâmbio acadêmico na Universidade Paris 1 Panthéon-Sorbonne (2015-2016). Foi participante da 4ª Escola de Governança da Internet (2017), promovida pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Atualmente, é advogada e pesquisadora em telecomunicações e direitos digitais no Idec.

### Palestrante: Raquel Saraiva

**UF** PE  
**Organização** IP.rec - Instituto de Pesquisa em Direito e Tecnologia do Recife  
**Setor** Comunidade Científica e Tecnológica

#### Mini biografia

Advogada. Mestre e Doutoranda em Ciência da Computação pela UFPE. Fundadora e Presidenta do IP.rec - Instituto de Pesquisa em Direito e Tecnologia do Recife.

### Palestrante: Jose Antonio Batista de Moura Ziebarth

**UF** DF  
**Organização** Ministério da Economia  
**Setor** Governamental

#### Mini biografia

Frederico Meinberg Ceroy é presidente do Instituto Brasileiro de Direito Digital - IBDDIG, think tank dedicada ao estudo do Direito Digital no Brasil e no mundo. Atualmente, exerce o cargo de Promotor de Justiça do Distrito Federal e Coordenador da Comissão de Proteção dos Dados Pessoais.

### Palestrante: Adriana Glück Camargo

**UF** PI  
**Organização** Ebanx  
**Setor** Empresarial

#### Mini biografia

Adriana Glück Camargo é advogada e participou da formação da comissão de compliance da OAB/PR - gestão de 2016/2018 e atualmente trabalha na área de Compliance no EBANX, fintech curitibana que oferece métodos de pagamentos locais para compras em sites internacionais.

### Moderador(a): Iasmine Favaro

**UF** SP  
**Organização** Data Privacy Brasil  
**Setor** Comunidade Científica e Tecnológica

#### Mini biografia

Doutorando em Direito Comercial e Mestre em Direito Civil na Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. Autor do livro Proteção de Dados Pessoais: a função e os limites do Consentimento, publicado pela Editora Gen-Forens. É membro da Rede Latino-Americana de Estudos sobre Vigilância, Tecnologia e Sociedade/LAVITS.

### Relator(a): Lahis Kurtz

**UF** MG  
**Organização** Instituto de Referência em Internet e Sociedade (Iris)  
**Setor** Comunidade Científica e Tecnológica

**Mini biografia**

Doutoranda em Direito na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Pesquisadora no Instituto de Referência em Internet e Sociedade (IRIS). Mestra em Direito da Sociedade de Informação e Propriedade Intelectual pelo Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Graduada em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria, RS.

---