



**FACULDADE BAIANA DE DIREITO E GESTÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

VICTOR FREIRE QUEIROZ

**LGPD E A SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE
SOBRE A RESPONSABILIZAÇÃO NA PROTEÇÃO DOS
DADOS E OS IMPACTOS CAUSADO NO MARKETING
DIGITAL.**

Salvador
2022

VICTOR FREIRE QUEIROZ

**LGPD E A SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE
SOBRE A RESPONSABILIZAÇÃO NA PROTEÇÃO DOS
DADOS E OS IMPACTOS CAUSADO NO MARKETING
DIGITAL.**

Monografia apresentada ao curso de graduação em Direito, Faculdade Baiana de Direito, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Dr. Marcus Seixas Souza

Salvador
2022

TERMO DE APROVAÇÃO

VICTOR FREIRE QUEIROZ

**LGPD E A SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE
SOBRE A RESPONSABILIZAÇÃO NA PROTEÇÃO DOS
DADOS E OS IMPACTOS CAUSADO NO MARKETING
DIGITAL.**

Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em
Direito, Faculdade Baiana de Direito, pela seguinte banca examinadora:

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Salvador, ___/___/2022

*A minha família, amigos e a
todas as pessoas que de
alguma forma contribuíram
para esse momento.*

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo elucidar sobre a progressão do conceito de privacidade, e a necessidade de adaptar-se à nova era de informações digitais. Analisando inicialmente que, este debate evoluiu para o meio digital, necessitando a criação de uma lei com observância específica para o tema, que viesse para mitigar as vulnerabilidades trazidas pelo fornecimento das informações pessoais dos indivíduos, frente aos grandes veículos de coleta de dados. Assim, este trabalho busca identificar a forma com a qual os dados dos usuários estão sendo tratados, sob o panorama da autodeterminação informacional e a vulnerabilidade dos usuários, relacionando com sua disponibilização consentida. Analisar quais os objetivos da Lei Geral de Proteção de Dados, analisando seus princípios norteadores e as bases legais que justificam o tratamento dos dados. Explorar a possibilidade de compartilhamento dos dados dos titulares entre agentes que fazem uso dessas informações. Abordar como essa divulgação interfere na sociedade, levando em consideração o Marketing Digital e as campanhas cada vez mais específicas, utilizando-se de informações mais precisas dos usuários. Como a Lei Geral de Proteção de Dados impactou no Marketing Digital, incidindo na mudança de abordagem e cuidados das empresas perante os dados pessoais. Identificar quem são os responsáveis pelo tratamento de dados e quais são as suas obrigações, tendo em vista prevenir a má gestão dos dados privados dos usuários. Por fim, analisar como o indivíduo deve se portar diante desse cenário em que suas informações pessoais são tratadas como ativos econômicos, abordando a necessidade de reafirmar o protagonismo do cidadão no âmbito da efetivação da proteção de seus dados pessoais.

Palavras-Chave: Lei Geral de Proteção de Dados; Privacidade; Dados pessoais; Marketing Digital; Compartilhamento de dados; Vulnerabilidade.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 EVOLUÇÃO DA PROBLEMÁTICA DE PRIVACIDADE ENQUANTO DIREITO	11
2.1 PRIVACIDADE DA ANTIGUIDADE ATÉ A MODERNIDADE	11
2.1.1 “Right to be let alone”	12
2.1.2 A privacidade como um direito presente nos ordenamentos jurídicos ...	13
2.2 DA GLOBALIZAÇÃO E OS AVANÇOS DAS TECNOLOGIAS A CRIAÇÃO DO MUNDO VIRTUAL.....	16
2.2.1 A Aproximação do Direito à a Privacidade e os Dados dos Usuários.....	16
2.2.2 Surgimento da Necessidade da Observância Legal dos Dados nos Meios Digitais.....	19
3 MOVIMENTOS PELA PROTEÇÃO DOS DADOS E A CRIAÇÃO DE UMA LEGISLAÇÃO EM PROL DA PRIVACIDADE NO MUNDO DIGITAL	22
3.1 PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL : CONCEITO DE DADOS PESSOAIS DOS USUÁRIOS	23
3.1.1 conceitos relacionados aos agentes de tratamento	24
3.1.2 Importância da Proteção de Dados Pessoais	25
3.2 LEGISLAÇÃO EXTERIOR EM PROL DA PROTEÇÃO DE DADOS.....	27
3.2.1 Regulamento Geral Sobre a Proteção de Dados da Europa.....	27
3.3 SURGIMENTO E NOÇÕES PRELIMINARES DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS NO BRASIL (LGPD)	30
3.3.1 Base legal e a legitimação do tratamento de dados pessoais	32
3.3.2 Princípios norteadores da lei geral de proteção de dados	35
3.4 A POSSIBILIDADE DO USO COMPARTILHADO DE DADOS PESSOAIS POR EMPRESAS PRIVADAS E ENTIDADES PÚBLICAS.....	39
3.4.1 Segurança da Informação: Conceito	43
3.5 DPO (DATA PROTECTION OFFICER)	45
3.5.1 Autoridade nacional de proteção de dados e a penalização aplicadas a violação da lgpd	47
4 A UTILIZAÇÃO DOS DADOS PESSOAIS NO ESPAÇO VIRTUAL E SUA RELAÇÃO COM O MARKETING DIGITAL	50
4.1 O QUE É MARKETING	50
4.1.1 Diferença entre o Marketing e o Marketing Digital	52

4.2 FORMAS DE ATUAÇÃO DO MARKETING NO MUNDO VIRTUAL	55
4.2.1 Utilização das bases legais da lgpd pelos agentes de marketing digital para a coleta de dados	57
4.2.1.1 Base Legal do Consentimento	57
4.2.1.2 Base Legal do Legítimo Interesse	59
4.3 CONTROLE DO COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES PESSOAIS E A VULNERABILIDADE DOS TITULARES DOS DADOS	60
4.3.1 A tecnologia em pro da atuação do indivíduo para proteção dos seus dados	64
4.3.2 Educação digital como instrumento de desenvolvimento da noção de proteção dos dados pessoais	68
5 CONCLUSÃO	72
6 REFERÊNCIAS	76

1 INTRODUÇÃO

É inegável a mudança trazida pelo avanço das tecnologias que, juntamente com a internet, interferiram diretamente no âmbito da privacidade e como esse direito da personalidade era visto, sob o entendimento de que informações privadas quando disponibilizadas digitalmente se tornam mais fáceis para a propagação.

O conceito de privacidade ao longo do tempo nem sempre possuiu o mesmo significado, na Antiguidade, o “privado” era algo maculado socialmente, pois estava relacionado com a ideia de “se ver privado de algo”, aqueles que não possuíam a liberdade. Posteriormente, no âmbito do direito, juízes passaram a relacionar a privacidade com violações de delitos específicos como a calúnia e difamação, quebra de contrato, transgressão. No que tange a vida privada, era comumente associada a propriedade privada, não havendo um direito sobre a personalidade em si.

Porém, o grande marco para o que podemos entender hoje como privacidade, surgiu nos Estados Unidos no ano de 1890 na publicação da Harvard Law Review em seu artigo *The Right to Privacy*, escrito por Samuel Dennis Warren e Louis Dembitz Brandeis com o objetivo de estabelecer os limites para a intromissão na vida privada, sendo configurado então como o direito de estar só, ou de ser deixado em paz “*the right to be let alone*”.

Na era digital, os recursos tecnológicos em constante avanço, juntamente com a facilidade de conexão interpessoais proporcionadas pela internet, despertaram mudanças diversas nos setores da vida social, podendo ser vistas como algo positivo, no que tange a agilidade nas comunicações, praticidade e a possibilidade de manter laços afetivos a distância. Entretanto, também há quem levante aspectos negativos, quando se observa que o direito à privacidade não atua com total efetividade nos meios digitais.

Surge neste cenário, a necessidade de sistematizar a coleta, guarda e o tratamento de dados pessoais que, no Brasil, antes da Lei Geral de Proteção de Dados não tinham um mecanismo específico que os regularizasse.

Diante disso, informações pessoais dos usuários de diversas ferramentas digitais, uma vez coletadas, se tornavam pertencentes aos proprietários dos bancos de dados que detinham total autonomia desses acervos, podendo compartilhá-los em outras plataformas, com propósitos diferentes dos quais foram coletados, utilizar para fins diversos e até mesmo vender os dados obtidos.

Em vigor desde 2020, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) visa contemplar o avanço da internet, sobretudo do meio digital, regulamentando o uso, a proteção e a transferência de dados pessoais no Brasil.

Concomitantemente ao avanço da era digital, os recursos e as formas de se utilizar das ferramentas que a internet trouxe também modificou diretamente a relação entre os usuários/consumidores e os produtos, nesse sentido fez surgir o Marketing 4.0, uma nova espécie de marketing oriunda dessa digitalização das relações comerciais.

Conhecido como Marketing Digital, nada mais é do que a promoção de produtos ou marcas por meio de mídias digitais, sendo uma das principais maneiras que as empresas têm para se comunicar com o público de forma direta, personalizada e no momento certo. Nesse ponto, ressalta-se que uma das estratégias mais comuns dentro do marketing digital é a coleta de dados, seja para prospecção, geração de leads ou até mesmo desenvolvimento presencial.

Entretanto, com todo esse apelo para a coleta dos dados dos usuários, mesmo sob a égide da LGPD, os incidentes envolvendo vazamentos de dados estão cada vez mais corriqueiros nas grandes mídias. Conseqüentemente, diretrizes de segurança e privacidade passaram a ser questionadas e, junto a elas, a eficiência de estratégias como a captação de leads, anúncios, entre outras ferramentas utilizadas.

Neste sentido indaga-se: De que forma a Lei Geral de Proteção de Dados interage com o Marketing Digital? A interação é sempre no sentido de restringir o alcance e impactar negativamente no marketing? Se uma das estratégias do marketing é a coleta de dados para, dentre outros fins, produzir campanhas cada vez mais específicas, quem é o responsável por zelar pela privacidade dos usuários?

Destaca-se a importância social do tema da privacidade dos dados pessoais, tendo em vista a impossibilidade de se imaginar, no mundo atual, algum indivíduo que não esteja conectado a grande rede mundial de computadores. Assim, em tempos de grande circulação de informações em instantes por agentes de tratamento espalhados por todo o mundo, é normal nos sentirmos em constante vigilância.

Portanto, cumpre esclarecer a relevância acadêmica do tema, pois quando questionamos a capacidade do indivíduo de proteger os seus dados pessoais, estamos examinando diversos campos do direito, que protegem para além da privacidade, toda a personalidade do sujeito.

Assim, o presente trabalho buscará adotar uma metodologia clara e definida para que se possa alcançar uma análise satisfatória do tema, utilizando-se, prioritariamente, o método qualitativo de pesquisa, já que a temática tratada demanda cuidadosa interpretação, compreensão e avaliação do objeto pesquisado.

Desse modo, será feita inicialmente uma identificação do problema para posteriormente chegarmos ao cerne da questão, utilizando-se de fundamentos jurídicos e teóricos para estabelecer uma visão sólida sobre o recorte abordado.

Este trabalho visa demonstrar inicialmente como se desenvolveu o conceito de privacidade na era digital, abordando como eram as primeiras interpretações da noção de “privado”. Posteriormente busca-se observar como os ordenamentos jurídicos utilizaram-se dessa nova visão de privacidade para atingir a proteção dos dados pessoais, para então trazer a luz qual a relação entre Marketing Digital e a Lei Geral de Proteção de Dados.

Ainda, busca-se questionar a posição em que o titular dos dados se encontra diante da massiva quantidade de agentes atuantes nos processos de tratamento de dados e como ele, na condição de guardião dos próprios dados, pode fugir de um possível estado de vulnerabilidade. Desse modo, o indivíduo necessita estar mais vigilante para efetivar sua autodeterminação informacional.

Para que essa análise seja feita, será utilizada pesquisa bibliográfica, contendo opiniões doutrinárias e acadêmicas, utilizando-se de instrumentos como obras literárias, artigos científicos, sites da rede mundial de computadores e legislações que ajudem com o melhor entendimento do recorte temático apresentado.

Esclarece-se, ainda, que a abordagem metodológica utilizada será a dedutiva, tendo em vista a utilização do campo abstrato da legislação e das discussões doutrinárias e acadêmicas para o âmbito da realidade dos fatos onde as práticas de captação e utilização de dados pessoais estão presentes e afetam a proteção da esfera privada do indivíduo.

Diante de todo o exposto, busca-se chegar em uma conclusão que interpretará como está a relação do Marketing Digital com a Lei Geral de Proteção de dados e como o indivíduo, na condição de titular dos dados, poderá atuar para a proteção de suas informações pessoais, tendo em vista os mecanismos disponíveis pela legislação em vigor.

2 EVOLUÇÃO DA PROBLEMÁTICA DE PRIVACIDADE ENQUANTO DIREITO

2.1 PRIVACIDADE DA ANTIGUIDADE ATÉ A MODERNIDADE

Desde a concepção da vida em sociedade, a ideia do indivíduo sobre “privacidade” veio se desenvolvendo e se adaptando de acordo com os cenários em que está inserido, e mais tarde, com os avanços tecnológicos, sofre modificações alterando o seu raio de abrangência para além do mundo real, com o surgimento do mundo digital. Dessa forma, como uma noção básica de privacidade, Pontes de Miranda conceitua abordando que o termo direito à intimidade é considerado como tipificação dos chamados “direitos da personalidade”, sendo inerentes ao próprio homem, com o objetivo resguardar a dignidade da pessoa humana.¹

Entretanto, o conceito de privacidade ao longo do tempo nem sempre possuiu o mesmo significado, desse modo, faz-se necessário para o entendimento do tema, saber como e onde surgiram as primeiras noções de direito à privacidade, e, o que eles visavam proteger, a luz da época em que foram criados, e como culminaram na proteção de informações virtuais, presentes no mundo digital. Desse modo, conforme sustenta Stefano Rodotà², o nascimento da privacidade está associado à desagregação da sociedade feudal, pelo fato de os indivíduos terem fortes vínculos devido à complexidade das relações que existem entre si na vida cotidiana³.

Na Idade Média, embora ainda não houvesse o reconhecimento de individualidade que se tem de forma geral nos dias de hoje, já começa a se notar, com maior frequência, a necessidade de isolamento devido a mudança de hábitos. De maneira mais ampla, as questões do lar passam a se tornar mais relevantes à comunidade, começando a adentrar numa nova formatação de espaço público. O espaço da casa permite um ambiente de separação com o comum e a vida neste ambiente ganha maior relevância.⁴

Posteriormente, com a desagregação da sociedade feudal e a emergência da classe burguesa, seu fascínio pela individualidade é potencializado, onde a sociedade

¹ PONTES DE MIRANDA, Francisco Cavalcanti. Tratado de direito privado, t. VII, p. 5

² RODOTÀ, Stefano. A vida na sociedade da vigilância: A privacidade hoje. Organização, seleção e apresentação de Maria Celina Bodin de Moraes. Trad. Danilo Doneda e Luciana Doneda. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 26.

³ DONEDA, Danilo. Da privacidade à proteção de dados pessoais. Rio de Janeiro: Renovar, 2006. p. 125

⁴ CANCELIER, Mikhail Vieira de Lorenzi. O Direito à Privacidade hoje: perspectiva histórica e o cenário brasileiro. Revista Sequência – PPGD UFSC. v. 38 n. 76 (2017). publicado em 2017-09-20. p. 3.

entra em uma nova era de economia. O burguês então, apropria-se dos espaços, levantando novas barreiras, buscando a proteção de um local apenas seu, revelando uma nova necessidade de intimidade de modo a alterar a arquitetura não apenas do local onde se vive, mas também do local de trabalho, ampliando-se a distância entre ambos.⁵

Busca-se a defesa de um espaço que permita a diferenciação do indivíduo perante a sociedade. Além das dimensões política e econômica, a mudança de percepção de público e privado é interna, manifestando-se como forma de expressão da personalidade. Desse modo, enaltecida pelos burgueses, a privacidade consegue concretizar-se com ainda mais força com as transformações socioeconômicas da revolução industrial.⁶

Entretanto, inobstante a essa evolução que a ideia de privacidade do indivíduo teve, foi apenas no século XIX em que ela começou a ter contato com os primeiros regramentos e noções do direito.

O grande marco para o que podemos entender hoje como privacidade, surgiu nos Estados Unidos no ano de 1890 na publicação da *Harvard Law Review* em seu artigo *The Right to Privacy*, escrito por Samuel Dennis Warren e Louis Dembitz Brandeis. No contexto da época, após o casamento de sua filha, que passou a ter seu nome ligado a diversas polêmicas e notícias escandalosas, Warren, juntamente com Dembitz deram vazão a doutrina através de seu artigo, na tentativa de estabelecer limites para a intromissão na vida privada, sendo conhecido inicialmente como o direito de estar só, ou de ser deixado em paz “the right to be let alone”

2.1.1 “Right to be let alone”

O artigo feito por Warren e Brandeis (1890), não apresentava uma definição concreta do direito à privacidade, limitando-se apenas à ideia de ser deixado só, como visto acima. O que fez surgir uma necessidade de que outras definições viessem e tornassem-se cada vez mais específicas. A ideia de privacidade, então, saiu de um

⁵ RODOTÀ, Stefano. A vida na sociedade da vigilância: A privacidade hoje. Organização, seleção e apresentação de Maria Celina Bodin de Moraes. Trad. Danilo Doneda e Luciana Doneda. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 26.

⁶ CANCELIER, Mikhail Vieira de Lorenzi. O Direito à Privacidade hoje: perspectiva histórica e o cenário brasileiro. Revista Sequência – PPGD UFSC. v. 38 n. 76 (2017). publicado em 2017-09-20. p. 4.

panorama antes considerado negativo, para algo positivo e extremamente necessário.

Ao mesmo tempo, inobstante a subjetividade desse conceito, a concepção de privacidade deve ser interpretada como o “direito de ser deixado só”, que remete à necessidade de não interferência do Estado na vida do indivíduo. Entretanto, não se deve limitar o entendimento de privacidade apenas pela não interferência estatal, pois, surge também a necessidade de reivindicar ao Estado a tutela da privacidade, protegendo o indivíduo de terceiros.⁷

O direito à privacidade, de maneira geral, permaneceu restrito às suas origens até o final da primeira metade do XX, onde tal cenário começa a alterar-se de forma mais contundente no decorrer da década de 1960 motivado, sobretudo, pelo crescimento da circulação de informações, consequência do desenvolvimento exponencial da tecnologia de coleta e sensoriamento. Ainda, para além do fator informacional, no decorrer do século XX a relação do indivíduo e da sociedade com os espaços público e privado também experimenta mudanças significativas, promovendo a democratização do interesse pela tutela da privacidade, assim como de seu exercício. Dessa forma, e com velocidade considerável, o direito à privacidade vai expandindo suas fronteiras, alcançando novos sujeitos, englobando diferentes objetos e tornando-se presente em locais com ele antes incompatíveis.⁸

Surge a necessidade de uma observância estatal mais profunda do entendimento da privacidade, como algo inerente ao indivíduo, de modo que todos merecem a tutela para além de apenas a “escolha de ser deixado só”. Assim, desse conjunto de noções em que a privacidade foi moldada, nasce o entendimento de que a vida privada do indivíduo se tornou algo inerente ao convívio em comunidade, sendo necessário para a manutenção da sociedade como um todo.

2.1.2 A privacidade como um direito presente nos ordenamentos jurídicos

Como visto, do entendimento rústico sobre privacidade, surgiu a necessidade de novos conceitos acerca desse tema para que estivesse em pé de igualdade com

⁷ GAVISON, Ruth. Privacy and the limits of law. The Yale law journal, v. 89, nº 3, p. 438.

⁸ CANCELIER, Mikhail Vieira de Lorenzi. O Direito à Privacidade hoje: perspectiva histórica e o cenário brasileiro. Revista Sequência – PPGD UFSC. v. 38 n. 76 (2017). publicado em 2017-09-20. p. 7.

a demanda dos avanços da sociedade, portanto, as normas seguintes não poderiam deixar de observar esse direito.

A privacidade como elucidada, é um direito que, pode ter sua origem na antiguidade, porém a sua conceituação considera-se nova devida a constante necessidade de atualização, como podemos observar na passagem de Célio Silva Costa, "só modernamente se impôs à conceituação dos homens o princípio da privacidade"⁹. Nos primórdios da jurisprudência brasileira, a privacidade era vista pelo Ordenamento Jurídico com o objetivo de proteger os cidadãos contra uma série de invasões que porventura, interfiram na sua vida privada, como disposto no art. 5º, incisos X, XI e XII, da Constituição Federal.¹⁰

Concomitantemente, no art. 21 do Código Civil, também foi retratado essa proteção ao cidadão, no que diz respeito a vida privada da pessoa natural, e a sua inviolabilidade, neste dispositivo o Estado busca garantir e assegurar o resguardo do cidadão quando diz: "A vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz, a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma".

Entretanto, conforme visto em ambos os diplomas legais, o legislador optou por não fazer o uso do termo "privacidade", mas abordou questões como vida privada e intimidade, em que pese não ter sido disposto nenhum conceito para essas expressões.

Assim, nem sempre o íntimo será secreto ou o assunto sigiloso será privado. O que se quer dizer é que o significado do discurso irá variar conforme quem o profere, possibilitando cada um dos termos aqui apresentados usos variados. Juridicamente, a mesma possibilidade é aventada. Privacidade,

⁹ COSTA, Célio Silva. A Interpretação Constitucional e os Direitos e Garantias Fundamentais na Constituição de 1988. Rio de Janeiro: Líber Júris, 1992. p. 17.

¹⁰ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

XI - a casa é asilo inviolável do indivíduo, ninguém nela podendo penetrar sem consentimento do morador, salvo em caso de flagrante delito ou desastre, ou para prestar socorro, ou, durante o dia, por determinação judicial;

XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal;

(...)

então, deve ser vista antes de tudo como exercício de uma liberdade da pessoa, uma necessidade humana.¹¹

Diante disso, observa-se que os legisladores brasileiros buscaram versar sobre o tema da privacidade, tentando aproximá-lo da realidade em que a sociedade estava inserida, trazendo novas formas de entendimento. Nesse sentido, José Serpa Maria entende que privacidade é considerada como um modo específico de vivência pessoal isolada, de forma reservada, como escolha livre e espontânea do interessado, seja dentro de um grupo familiar ou em grupos mais abrangentes, visando a preservação de seus interesses e emoções privadas:

Um modo específico de vivência pessoal, isolada, numa esfera reservada, consoante escolha espontânea do interessado, primordialmente dentro do grupo familiar efetivo, ou com maior insulamento, mas sempre sem uma notória forma de participação de terceiros, seja pelo resguardo contra a ingerência ou molestamento malevo alheio, seja pela utilização da faculdade que se lhe é atribuída para razoável exclusão do conhecimento público, de dados, ações, ideias e emoções que lhe são peculiares.¹²

Entretanto, a tentativa de conceituação da privacidade se faz um desafio quando observamos que ela é moldada não só com o próprio desenvolvimento das sociedades, mas também com o avanço tecnológico que é inerente a elas, como preceitua Danilo Doneda:

Por difícil que seja cristalizar a problemática da privacidade em um único conceito, é, no entanto, razoavelmente natural constatar que ela sempre foi diretamente condicionada pelo estado da tecnologia em cada época e sociedade. Podemos inclusive aventar a hipótese de que o advento de estruturas jurídicas e sociais que tratam do problema da privacidade são respostas a uma nova condição da informação, determinada pela tecnologia¹³

Em um outro panorama, tratando de doutrina francesa, Elimar Szaniawski¹⁴, considera a proteção da vida privada em dois sentidos: lato sensu, como as regras

¹¹ CANCELIER, Mikhail Vieira de Lorenzi. O Direito à Privacidade hoje: perspectiva histórica e o cenário brasileiro. Revista Sequência – PPGD UFSC. v. 38 n. 76 (2017). publicado em 2017-09-20. p. 8.

¹² MARIA, José Serpa de Sta. Direitos da Personalidade e a Sistemática Civil Geral. Campinas: Julex, 1987. p. 55

¹³ DONEDA, Danilo. Da privacidade à proteção de dados pessoais. Rio de Janeiro: Renovar, 2006. p. 60

¹⁴ SZANIAWSKI, Elimar. Direitos de personalidade e sua tutela. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993 pp. 118-119

jurídicas que objetivam à proteção da vida pessoal e familiar; e stricto sensu, como o conjunto de regras que visam a proteger as pessoas contra atentados particulares. São as agressões deflagradas contra o segredo da vida privada, ou seja, são as regras que objetivam proteger a vida pessoal e familiar das pessoas e a intimidade de seu lar. A vida pessoal e familiar necessita de uma esfera de segredo para o seu desenvolvimento, sendo, assim, este uma condição de sua liberdade. Então, faz-se necessária a proteção desta esfera secreta dos atentados dirigidos à liberdade.

Portanto, por mais que a Legislação de um País se esforce para garantir proteção ao direito à privacidade das pessoas, aprimorando e justificando esses conceitos ao longo do tempo, eles sempre estarão passíveis de mudança, tendo em vista que as tecnologias não param de evoluir. Isto posto, tendo em mente que estamos na era da informação dinâmica, onde, conteúdos e dados de diversos lugares percorrem o mundo em segundos, abre margem para afirmar que o direito à privacidade ainda tem muito a se desenvolver quanto à dinamicidade do mundo moderno.

2.2 DA GLOBALIZAÇÃO E OS AVANÇOS DAS TECNOLOGIAS A CRIAÇÃO DO MUNDO VIRTUAL

2.2.1 A Aproximação do Direito à Privacidade e os Dados dos Usuários

Inerente ao avanço do conceito de privacidade abordado acima, cumpre esclarecer também o que motivou o seu desenvolvimento para além da revolução industrial. Nesse sentido, temos a Internet como um dos seus fatores de desdobramento do avanço das sociedades, de modo que, houve a abertura de um novo espaço social, escancarando a coletivização de dados, e revolucionando, mais uma vez, as formas de interação e comunicação da sociedade elevando a circulação das informações para o mundo digital, o que culminou na aceleração do processo de globalização.¹⁵

Os indivíduos passam então a viver conectados a uma rede mundial de transmissão de informações, onde demanda-se tecnologias cada vez mais

¹⁵ CANCELIER, Mikhail Vieira de Lorenzi. O Direito à Privacidade hoje: perspectiva histórica e o cenário brasileiro. Revista Sequência – PPGD UFSC. v. 38 n. 76 (2017). publicado em 2017-09-20. p. 15.

elaboradas para satisfazer suas necessidades, fazendo nascer agentes que se utilizam desses dados como verdadeiros ativos econômicos, conforme será visto mais à frente neste trabalho.

Isto posto, o avanço das sociedades culminou na digitalização do cotidiano, avançando na globalização e disseminação de informações pessoais através dos adventos das novas tecnologias, sobretudo com relação à internet, visando a necessidade de comunicação dos indivíduos para sanar as suas novas necessidades. Sobre a internet Marcondes entende que:

A internet possibilita a circulação de um maior volume de informações e de fontes diversas; descentraliza o processo de produção e veiculação de notícias, dando expressão, embora controlada e rarefeita, a diferentes vozes. Essa descentralização intrínseca à internet permite a construção de subjetividades opostas, até então excluídas da esfera pública. Tal característica é anunciada como o traço mais significativo da rede, o que, acredita-se, permite que a internet subverta a autoridade política, ao mesmo tempo em que enfraqueça as formas estatais de controle. A rede também é considerada um lugar de continuidade da cidadania, uma cidadania que se articula, essencialmente, em torno de ideais de contratos entre indivíduos interessados.¹⁶

Como exposto, devido a modernidade do mundo globalizado e as relações por meio do universo digital, para a concepção da nova vida social os indivíduos se submetem a observação, fornecimento de suas informações, exposição sua rotina, além da necessidade de comunicar-se rapidamente, para participar ativamente como um ser existente na sociedade, afinal, não estar conectado ou não ter informações retidas em uma base de dados torna-se quase impossível diante da necessidade de utilização dos meios eletrônicos em geral.

Ao conectar-se à internet para as mais diversas e simples finalidades, como buscas em sites ou aplicativos de redes sociais, as pessoas produzem informações que são coletadas e armazenadas em equipamentos eletrônicos, permitindo a quem as colheu as use como bem lhe convier. Isso se torna um grande problema para os titulares dos dados e para a sociedade como um todo quando essas informações são compartilhadas e disponibilizadas a terceiros, pois acaba mitigando a sua privacidade.

A internet não permite arrependimento; aquilo que é postado não terá como ser apagado de fato. O que se percebe é que, com a popularização da

¹⁶ MARCONDES, V. Novas tecnologias de conexão e o futuro da esfera pública. Trabalho apresentado no Intercom Sul. CDRom. Passo Fundo, 2007. p. 23

internet, para além da intensificação da invasão da privacidade, a população passou a exercer um movimento de evasão da privacidade, enaltecendo a exposição deliberada de suas informações privadas.¹⁷

Nesse sentido, existem empresas e entidades públicas que usam desses dados pessoais coletados a todo momento, tanto para o oferecimento de produtos e serviços de acordo com o perfil do cliente, marketing direcionado, ou para elaboração de controles internos, visando o próprio funcionamento das tecnologias facilitando esses serviços e melhoram o atendimento aos clientes.

Tais práticas de coletas de informação só se tornaram possíveis com o advento da tecnologia e o seu desenvolvimento digital, que culminaram no grande uso e circulação de dados, dando origem ao fenômeno chamado Big Data, que significa de forma simplificada um conjunto de técnicas capazes de se analisar grandes quantidades de dados para a geração de resultados importantes, tendo em vista que em volumes menores, o resultado dificilmente seria alcançado, possibilitando dessa forma ao interessado beneficiar esses dados para chegar a um resultado útil aos interesses dele.¹⁸ Dessa forma, os dados pessoais se transformam em um produto com valor de mercado devido às suas formas de aplicação, podendo ser compartilhados e usados por outros interessados.

Com o uso em grande escala devido à necessidade de viver em um mundo conectado através da internet e das tecnologias inteligentes, torna-se difícil saber quem são os todos os agentes envolvidos na relação entre o titular dos dados e os fornecedores de produtos/serviços on-line. Desse modo, no mundo virtual, inobstante a sua acessibilidade, torna-se comum o indivíduo estar em constante “observação”, dependendo tão somente da forma com que se realiza o compartilhamento dos seus dados, tornando a garantia da vida privada, o próprio direito à privacidade, um desafio para a modernidade.

Nesse óbice, vem à tona a necessidade e a relevância da proteção das informações pessoais, pois, os dados pessoais servem para identificar o indivíduo no meio digital e, a depender da forma como são usados, violam a sua privacidade. Por meio do uso de informações que são coletadas seja por aplicativos de navegação,

¹⁷ CANCELIER, Mikhail Vieira de Lorenzi. O Direito à Privacidade hoje: perspectiva histórica e o cenário brasileiro. Revista Sequência – PPGD UFSC. v. 38 n. 76 (2017). publicado em 2017-09-20. p. 16.

¹⁸ UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL. Big Data: o que é, para que serve, como aplicar e exemplos. Caxias do Sul: 12, mar. 2020.

redes sociais ou até mesmo sites na internet, faz-se possível o cruzamento dos dados desvendando assim a rotina, gostos, particularidades e até mesmo as vontades de uma pessoa, tornando-a, assim, parte vulnerável perante a quem faz uso das suas informações pessoais.

Por conseguinte, a criação de perfis on-line utilizando-se os dados dos usuários acaba por justificar a inserção dos dados pessoais na categoria dos direitos da personalidade, tendo em vista que, personalidade significa "características ou o conjunto de características que distinguem uma pessoa".¹⁹ Por isso, a proteção dos dados pessoais devem estar relacionados com o direito à privacidade, porém, pela sua capacidade de atingir outras espécies de direitos tais como nome e honra, não deve sofrer limitações.²⁰ Sob essa ótica, a proteção dos dados pessoais aproxima-se da noção de privacidade, no entanto, o seu alcance engloba outros direitos da personalidade, fazendo jus a criação de um diploma legal que regule os dados de maneira específica.

2.2.2 Surgimento da Necessidade da Observância Legal dos Dados nos Meios Digitais

No que tange a privacidade e o entendimento que foi construído anteriormente, sobre a evolução de tal conceito à medida que as tecnologias e as sociedades evoluem, entende-se como um marco consumado o surgimento da internet e a revolução que ela causou sobre o tema.

Com os recursos tecnológicos em constante avanço, juntamente com a facilidade de conexão interpessoais proporcionadas pela internet, fez surgir mudanças diversas nos setores da vida social, podendo serem vistas tanto como algo positivo, no que tange a agilidade nas comunicações, praticidade e a possibilidade de manter laços afetivos a distância, como também algo negativo, quando observa-se que o direito à privacidade não atua com total efetividade a sua proteção nos meios digitais.

Nicholas Negroponte e Bill Gates, dois dos maiores arautos do mundo digital, em recente entrevista, ao descreverem os benefícios surgidos com a sociedade da informação, reconheceram que, nesse mundo, a

¹⁹ HOUAISS, José Fernando. Responsabilidade civil do incapaz. São Paulo: Atlas, 2008. p. 14.

²⁰ BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 58.

privacidade será um dos direitos pessoais mais prejudicados e violados.²¹

Diante o exposto, pode-se declarar que a era digital veio como uma quebra de paradigma, distanciando-se da concepção que inicial que fez surgir o conceito de Samuel Dennis Warren e Louis Dembitz Brandeis, “*the right to be let alone*” o direito de estar só, de modo que, as pessoas, os usuários das novas tecnologias de digitais, poderiam estar sim isolados, sem nenhuma intromissão em sua propriedade, com sua família e ainda sim, ter sua privacidade violada.

A privacidade então tornou-se mais maleável do que nunca, diante dos perfis em redes sociais, fotos publicadas, grupos de amigos em chats virtuais, entre diversas outras formas de conectar-se com pessoas sem ter que sair de casa, sem ter que sair de sua propriedade, sem necessariamente serem vistas em público. O direito à privacidade então ganhou mais um desafio, seja quanto a regulação em seu meio digital, quanto a proteção do cidadão no mundo virtual como um todo.

Dessa demanda regulatória dos dados pessoais foram criadas legislações com o objetivo de proteger a intimidade do indivíduo. A primeira geração de leis se insere no contexto do Estado Moderno, onde o Estado se utilizava de grandes bancos de dados, pois o controle da população se dava por meio de obtenção massivas de informações sobre os indivíduos. Em suma, a marca da primeira geração é o seu foco na esfera governamental, bem como a premissa de estabelecer normas rígidas para utilização das tecnologias.²²

Todavia o processamento de dados transcende a esfera governamental, aumentando a quantidade de atores, e conseqüentemente, aumenta-se a quantidade de bancos de dados que necessitando de uma nova regulação. Esse cenário fez surgir a segunda geração de leis, que não somente preocupava-se com os bancos de dados da esfera estatal, mas também com a esfera privada. Nesse sentido, a segunda geração de leis baseia-se no consentimento como forma do indivíduo participar ativamente na proteção de seus dados.²³ Aqui surge a concepção da ideia de autodeterminação informativa do titular dos dados, como sendo o indivíduo atuante na proteção da sua própria privacidade no mundo digital.

²¹ GAMIZ, Mario Sergio de Freitas. Privacidade e intimidade: doutrina e jurisprudência. Curitiba: Juruá, 2012. p. 32

²² BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020. pp. 109-110.

²³ Ibidem. p. 110.

A terceira geração avança mais na concepção de proteção dos dados, incluindo além do consentimento seu titular, a criação de deveres e responsabilidades para aqueles que coletam e tratam os dados pessoais. De forma que, foi questionada a efetividade da autodeterminação informacional onde a proteção dos dados pessoais focado no poder de escolha do próprio indivíduo da segunda geração.²⁴

Por fim, temos a quarta geração, que se desenvolve nos dias de hoje e que surgiu para encobrir a deficiência legislativa na proteção de dados. Dessa forma, houve a disseminação de autoridades independentes para aplicação das leis de proteção de dados, bem como a criação de proposições normativas que retiraram do livre julgamento do titular, a escolha de processamento de certos tipos de dados, relativizando, porém, não extinguindo, o consentimento do indivíduo.²⁵

²⁴ BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 111.

²⁵ *Ibidem*. p. 112.

3 MOVIMENTOS PELA PROTEÇÃO DOS DADOS E A CRIAÇÃO DE UMA LEGISLAÇÃO EM PROL DA PRIVACIDADE NO MUNDO DIGITAL

O avanço das tecnologias e da era digital tornou nítida a preocupação com a proteção de dados pessoais, diante da sua atratividade para o mercado. Esses novos ativos econômicos passaram a representar uma forma rápida e eficaz de fazer girar a economia e, por isso, os dados são considerados, para alguns, como o novo petróleo.²⁶

Nesse aspecto, os dados pessoais, passaram a representar a matéria prima da indústria conhecida como 4.0, que se insere na realidade da Quarta Revolução Industrial, onde destaca-se o papel da tecnologia da informação e da biotecnologia, conferindo poder de manipular o mundo e afetar nossa própria mente em relação a tudo que nos circunda.²⁷

Tecnologias que se utilizam de enormes bancos de dados, tais quais o *Big Data*, impulsionaram a atividade econômica através de operações de tratamento de dados pessoais, criando uma clara simbiose entre público e privado. Tal constatação culminou na preocupação com os dados, tornando-se tão evidente ao ponto de países como Portugal, Áustria, Espanha, Estônia e Polônia elevarem a sua proteção ao patamar constitucional.²⁸

Entretanto, em relação aos demais países citados, o Brasil caminha a passos lentos para acompanhar os avanços da sociedade tecnológica. Desse modo, após a efetiva vigência da *General Data Protection Regulation* (GPDR), que ocorreu em 2018, as instituições brasileiras procuraram regulamentar a proteção dos dados através da Lei nº 13.709/2018, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)²⁹

Ainda, elucida-se que no ordenamento jurídico brasileiro já existiam normas que tratavam, em certas medidas, sobre o tema, como a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011), Código de Defesa do Consumidor, Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) e a Lei do Cadastro Positivo (Lei nº 12.414/2011)

²⁶ PONTES, Mayanne; SANT'ANA, Robson. A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental. in: Lei Geral de Proteção de Dados: novos paradigmas do Direito no Brasil/ Mayanne Pontes, Pedro Camilo de Figueirêdo Neto - Salvador, Bahia: Editora Mente Aberta, junho, 2020. p. 11

²⁷ Ibidem.

²⁸ Ibidem. p. 12.

²⁹ Ibidem. p. 13.

3.1 PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL: CONCEITO DE DADOS PESSOAIS DOS USUÁRIOS

No âmbito do mundo virtual, a privacidade dos usuários é retratada a partir das informações que geram e compartilham nas redes. Dessa forma, cumpre esclarecer inicialmente que são os envolvidos nos processos de coleta e tratamento desses dados, inclusive que são os titulares dessas informações.

A Lei Geral de Proteção de Dados³⁰ traz em seu artigo 5º o conceito de dado pessoal como toda a “informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável”. O Brasil adotou o conceito de dado pessoal pelo qual, não somente a informação relativa a pessoa diretamente identificada estará protegida, mas também qualquer informação que possa, ou tenha potencial, de torná-la identificável.³¹

Portanto, a LGPD assim como o GDPR, não tratam a observância legal sobre qualquer tipo de dado, mas tão somente aos “dados pessoais”, o que implica que o dado deve estar intrinsecamente vinculado a uma pessoa natural identificada ou identificável.³²

Nesse sentido, o titular dos dados abordado no inciso V do supracitado dispositivo legal como aqueles que se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento, configura o núcleo de existência da LGPD, no sentido em que a preocupação sobre eventuais violações aos direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade está intrinsecamente vinculada à pessoa natural.³³

³⁰Art. 5º Para os fins desta Lei, considera-se:

I - Dado pessoal: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável;

II - Dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural;

III - dado anonimizado: dado relativo a titular que não possa ser identificado, considerando a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis na ocasião de seu tratamento;

IV - Banco de dados: conjunto estruturado de dados pessoais, estabelecido em um ou em vários locais, em suporte eletrônico ou físico;

V - Titular: pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento;

IX - Agentes de tratamento: o controlador e o operador;

X - Tratamento: toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração;

³¹ MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. p. 89.

³² Ibidem.

³³ ibidem. p. 102.

Entretanto, a lei aborda também a existência dos dados anonimizados, que, conforme versa no supracitado artigo 5º, em seu inciso III, como informações relativas ao titular, porém que não possa ser utilizado para identificá-lo. Ainda, há no artigo 12³⁴ da LGPD, descrito que os dados anonimizados que não são considerados pessoais, pela incapacidade de identificar o sujeito que faz referência, o que resulta na inaplicabilidade da legislação em estudo para tal tipo de dado.³⁵

Não se pode deixar de falar também, quando se trata de informações privadas nas redes sociais, dos dados sensíveis dos usuários, sendo eles informações bem particulares e íntimas do titular, como dados relativos à etnia, opinião política, convicção religiosa ou sexual, de acordo com os termos do citado artigo 5º da LGPD, em seu inciso II³⁶. De modo que, essas informações são tidas como mais delicadas, portanto, o controlador, só deve solicitá-las para finalidades bastante específicas evitando uma coleta desnecessária.

3.1.1 Conceitos relacionados aos agentes de tratamento

Dessa forma, tendo visto os aspectos do titular dos dados e as informações pessoais inerentes a ele, surge um questionamento, quem são os controladores responsáveis pelo tratamento desses dados?

A lei define no mesmo artigo 5º, em seu inciso VI, como controlador a “pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais”. Em suma, toda pessoa física ou jurídica que recolhe informações/dados pessoais, sendo responsável pela tomada de decisão sobre o tratamento de dados pessoais, é considerado o controlador.³⁷

Ainda, temos um importante conceito a tratar, o operador, que segundo a Lei, no seu inciso VII do artigo 5º, é a empresa ou profissional diretamente responsável pelo tratamento dos dados em nome do controlador³⁸. Portanto, este não poderá tratar

³⁴ Art. 12. Os dados anonimizados não serão considerados dados pessoais para os fins desta Lei, salvo quando o processo de anonimização ao qual foram submetidos for revertido, utilizando exclusivamente meios próprios, ou quando, com esforços razoáveis, puder ser revertido.

³⁵ MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. p. 95.

³⁶Ibidem. p. 92.

³⁷Ibidem. p. 104.

³⁸Ibidem. p. 105.

dos dados pessoais senão em virtude das determinações do controlador³⁹. Nessa toada, conforme visto anteriormente, entende-se que tanto o operador quanto o controlador devem manter registros e controle sobre o tratamento de dados, pois respondem solidariamente em virtude de eventuais danos causados.⁴⁰

Desse modo, definir quem é o controlador e o operador em cada caso é imprescindível, porém, trata-se de uma tarefa complexa tendo em vista a evolução da tecnologia da informação e comunicação e à tendência de entidades serem e promoverem serviços multidisciplinares, havendo situações em que uma mesma pessoa jurídica será controladora e operadora.⁴¹

Sobre o que é feito posteriormente a essa coleta de dados, a Lei define em seu artigo 5º, inciso x, como tratamento de dados toda operação que utiliza informações pessoais, incluindo a coleta, classificação, reprodução, transmissão e armazenamento. A definição de tratamento de dados é extremamente abrangente, pois engloba todas as possibilidades de manuseio dos dados, independente do meio utilizado. Dessa forma, faz-se fundamental os registros de operações por parte dos agentes de tratamento, em todas as hipóteses, bem como avaliar o cumprimento das bases legais, que serão objeto de discussão em tópico posterior.⁴²

3.1.2 Importância da Proteção de Dados Pessoais

Conforme observamos, os avanços tecnológicos influenciaram bastante a evolução do conceito de privacidade, contribuindo para inserção das informações inerentes aos indivíduos nas redes, devido à necessidade do uso automatizado de informações e dados para manter o funcionamento dessas tecnologias e os relacionamentos sociais no mundo atual.

Partindo dessa constatação, pode-se dizer que hoje a sequência quantitativamente mais relevante é “pessoa-informação-circulação-controle”, e não mais apenas “pessoa-informação-sigilo”, em torno do qual foi construída a noção clássica de privacidade. O titular do direito

³⁹ Art. 39. O operador deverá realizar o tratamento segundo as instruções fornecidas pelo controlador, que verificará a observância das próprias instruções e das normas sobre a matéria.

⁴⁰ Art. 42. O controlador ou o operador que, em razão do exercício de atividade de tratamento de dados pessoais, causar a outrem dano patrimonial, moral, individual ou coletivo, em violação à legislação de proteção de dados pessoais, é obrigado a repará-lo.

⁴¹ MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. p. 106.

⁴² Ibidem. p. 116.

à privacidade pode exigir formas de “circulação controlada”, e não somente interromper o fluxo de informações que lhe digam respeito.⁴³

Observando a citação acima, podemos concluir que hoje a privacidade deve ser considerada de uma forma de controle consciente fornecido pelo próprio titular dos dados, tendo em vista que, o que era tratado como segredo ou inviolado, foi superado pois tornou-se relevante que as informações pessoais ou certas situações da vida privada venham ao conhecimento de determinadas pessoas ou instituições. Havendo dessa forma, a comercialização de informações dos indivíduos, concedidas pelo próprio titular dos dados.

Por meio da proteção de dados pessoais, garantias a princípio relacionadas à privacidade passam a ser vistas em uma ótica mais abrangente, pela qual outros interesses devem ser considerados, abrangendo as diversas formas de controle tornadas possíveis com a manipulação de dados pessoais. Para uma completa apreciação do problema, estes interesses devem ser considerados pelo operador do direito pelo que representam, e não somente pelo seu traço visível – a violação da privacidade.⁴⁴

Nesse sentido, as novas situações exigem uma proteção legal adequada à realidade, pois decorrem de tratamento de dados pessoais⁴⁵. Na perspectiva de Pinheiro⁴⁶ a Lei Geral de Proteção de Dados, constitui um marco inédito no sistema legal brasileiro causando grande impacto, tanto no âmbito das instituições privadas como para as públicas, ao tratar da proteção dos dados pessoais dos indivíduos em qualquer relação que envolva o tratamento de informações classificadas como dados pessoais, por qualquer que seja o meio utilizado, quer seja por pessoa natural, quer seja por pessoa jurídica.

Dessa forma, com o objetivo de trazer mais estabilidade entre os novos modelos de negócios assentados no uso de dados pessoais, na sua proteção e na

⁴³ RODOTÀ, Stefano. A vida na sociedade da vigilância: A privacidade hoje. Organização, seleção e apresentação de Maria Celina Bodin de Moraes. Trad. Danilo Doneda e Luciana Doneda. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 93.

⁴⁴ DONEDA, Danilo. A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental. Espaço Jurídico. Joaçaba, v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011.

⁴⁵ TEPEDINO, Gustavo; FRAZÃO, Ana; OLIVA, Milena Donato (coord.). Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no Direito brasileiro. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020. p. 83-96.

⁴⁶ PINHEIRO, Patrícia Peck. Proteção de Dados Pessoais: comentários à lei n. 13.709/2018 (LGPD). São Paulo: Saraiva, 2018. p. 15

garantia da privacidade, a LGPD apresenta princípios direitos e obrigações relacionados ao uso desses dados, ativo mais valioso que temos nos dias de hoje.⁴⁷

Ainda, como consequência da capacidade computacional que atualmente, além de propiciar; acelerar a possibilidade de coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de dados, numa época onde há diversas ferramentas capazes de assimilar quantidades gigantescas de informações presentes em bancos de dados digitais, em que máquinas trocam informações e comandos entre si, viabilizando a autonomia de ações que influenciam variados setores da economia, a LGPD tem como função principal, a proteção de direitos e garantias fundamentais, de forma a mitigar os riscos e estipular diretrizes bem definidas acerca do tratamento dos dados pessoais⁴⁸

Cumpra salientar ainda que, a urgência na criação de uma legislação de proteção de dados pessoais advém sobretudo dos casos de vazamento desses dados, ocorridos nas últimas décadas ao redor do mundo, fazendo com que o Poder Público, se ativesse a criar mecanismos a fim de coibir violações à privacidade dos titulares dos dados, minimizando, assim, os efeitos colaterais ocasionados pela tecnologia e globalização.⁴⁹

3.2 LEGISLAÇÃO EXTERIOR EM PROL DA PROTEÇÃO DE DADOS

3.2.1 Regulamento Geral Sobre a Proteção de Dados da Europa

Sob o entendimento da necessidade de criação de um regulamento que englobasse todo o meio digital e trouxesse segurança para os cidadãos quanto a sua privacidade e seus dados na utilização dos recursos tecnológicos, fez surgir pelo mundo diversas formas diferentes de encarar tal desafio. Entretanto, conforme visto anteriormente neste trabalho, no Brasil eram “abordados de forma esporádica em leis esparsas, tratados sob diferentes aspectos”⁵⁰ antes da criação da LGPD.

⁴⁷ PEREIRA, Aline Prates. Lei Geral de Proteção de Dados: novos paradigmas do Direito no Brasil/ Mayanne Pontes, Pedro Camilo de Figuerêdo Neto - Salvador, Bahia: Editora Mente Aberta, junho, 2020. p. 36.

⁴⁸ Ibidem.

⁴⁹ Ibidem

⁵⁰ COTS, Marcio; OLIVEIRA, Ricardo. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais Comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018. p. 33.

Para a virada de chave quanto a proteção dos dados pessoais, em especial, o diploma legal que mais influenciou essa mudança de ótica do Brasil foi o Regulamento Europeu de Proteção de Dados Pessoais, chamado de *General Data Protection Regulation* (GDPR), editado em 2016, utilizado na União Europeia desde 2018 quando entrou em vigor, sendo considerado hoje uma norma relevante para a matéria, pois coloca a privacidade como núcleo valorativo desse direito, dando enfoque no indivíduo titular dos dados.

O vigor do GDPR, fez com que o poder legislativo brasileiro acelerasse a edição da Lei nº 13.709 (específica para proteção de dados pessoais), que foi sancionada em 14 de agosto de 2018, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) pelo motivo da previsão da aplicação extraterritorial do GDPR e de seu sistema unificado⁵¹, o que abrange não só as empresas europeias, mas todas as demais que colhem e usam dados pessoais de indivíduos europeus. Dessa forma, todas as empresas que oferecem bens ou serviços à União Europeia devem estar de acordo com o GDPR, pois se submetem às regras europeias.

Com a publicação da LGPD, o Brasil agora está apto a estabelecer negócios internacionais com países da União Europeia, que envolvam tratamento de dados de cidadãos europeus e brasileiros. A adequação à lei europeia é enfatizada devido ao novo tratamento que as informações pessoais ganharam com a criação do mundo virtual, a ideia de dado como um ativo econômico em potencial.

Pode-se pontuar que a necessidade de leis específicas para a proteção de dados pessoais aumentou com o rápido desenvolvimento e a expansão da tecnologia no mundo, como resultado dos desdobramentos da globalização, que trouxe como uma de suas consequências o aumento da importância da informação. Isso quer dizer que a informação passou a ser um ativo de alta relevância para governantes e empresários: quem tem acesso aos dados, tem acesso ao poder.⁵²

Observando então em pontos importantes do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados que tangenciam o direito à privacidade e dão um primeiro norte a esse tema, notaremos o quão semelhante são os conceitos trazidos na LGPD. Inicialmente, podemos abordar o art. 4º, inciso I, que tem como objetivo a proteção

⁵¹ Resolução 2016/679, art.3º, da União Europeia -General Data Protection Regulation (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados.) 27 de abril de 2016.

⁵² PINHEIRO, Patrícia Peck. Proteção de Dados Pessoais: comentários à lei n. 13.709/2018 (LGPD). São Paulo: Saraiva, 2018. p. 50

das informações pessoais dos cidadãos, esclarecendo preliminarmente o que são os dados pessoais, geralmente coletados em redes sociais e sites na internet:

“«Dados pessoais», informação relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável («titular dos dados»); é considerada identificável uma pessoa singular que possa ser identificada, direta ou indiretamente, em especial por referência a um identificador, como por exemplo um nome, um número de identificação, dados de localização, identificadores por via eletrônica ou a um ou mais elementos específicos da identidade física, fisiológica, genética, mental, econômica, cultural ou social dessa pessoa singular;⁵³

Já no art. 4º, inciso VII, o referido Regulamento busca tornar claro quem são as pessoas responsáveis pelos dados que são coletados dos usuários, para que, se porventura ocorrerem ilícitos com os dados coletados, alguém possa ser responsabilizado, disposto na seguinte forma:

“«Responsável pelo tratamento», a pessoa singular ou coletiva, a autoridade pública, a agência ou outro organismo que, individualmente ou em conjunto com outras, determina as finalidades e os meios de tratamento de dados pessoais; sempre que as finalidades e os meios desse tratamento sejam determinados pelo direito da União ou de um Estado-Membro, o responsável pelo tratamento ou os critérios específicos aplicáveis à sua nomeação podem ser previstos pelo direito da União ou de um Estado-Membro;”

Nesse mesmo sentido, em seu art. 4º, inciso XI, o Regulamento traz o conceito do consentimento no momento da coleta de dados, para que não sejam adquiridas informações dos usuários sem que eles saibam ou estejam de acordo com o que será utilizado:

“«Consentimento» do titular dos dados, uma manifestação de vontade, livre, específica, informada e explícita, pela qual o titular dos dados aceita, mediante declaração ou ato positivo inequívoco, que os dados pessoais que lhe dizem respeito sejam objeto de tratamento;”

Concomitantemente, o Regulamento em seu art. 4º, inciso XII, traz a forma com a qual violações podem ocorrer nesse processo de coleta de dados pessoais dos usuários, já que, essas informações dizem respeito a vida privada de cada pessoa

⁵³ Resolução 2016/679, art.3º, da União Europeia -General Data Protection Regulation (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados.) 27 de abril de 2016.

que está utilizando o serviço, seja em redes sociais, sites ou qualquer outro meio eletrônico:

“«Violação de dados pessoais», uma violação da segurança que provoque, de modo acidental ou ilícito, a destruição, a perda, a alteração, a divulgação ou o acesso, não autorizados, a dados pessoais transmitidos, conservados ou sujeitos a qualquer outro tipo de tratamento;”⁵⁴

Ainda, há de se observar o conceito que traz o art. 5º, inciso I, alínea b, quanto trata da finalidade da coleta de dados, de forma que, uma vez apresentada não poderão os dados serem utilizados para qualquer outro propósito que não seja compatível com a ideia preliminar ou quando a finalidade não legítima/legal:

“Os dados pessoais são: Recolhidos para finalidades determinadas, explícitas e legítimas e não podendo ser tratados posteriormente de uma forma incompatível com essas finalidades; o tratamento posterior para fins de arquivo de interesse público, ou para fins de investigação científica ou histórica ou para fins estatísticos, não é considerado incompatível com as finalidades iniciais, em conformidade com o artigo 89.o, n.o 1 («limitação das finalidades»);”

Diante do exposto, pode-se afirmar que LGPD e o GPDR, ambas as legislações tem como objetivo o regramento do tratamento de dados pessoais na busca da defesa dos direitos fundamentais dos usuários que têm seus dados nas redes permite que o indivíduo tenha mais controle sobre como suas informações são utilizadas por entidades e organizações.

Isto posto, é nítido que a GPDR lei busca estabelecer padrões mínimos a serem seguidos quando se utiliza dos dados pessoais de um indivíduo, traçando limitações e uma finalidade específica, tentando criar assim um ambiente seguro e controlado para a sua utilização, garantindo ao cidadão o protagonismo das decisões a seu respeito.

3.3 SURGIMENTO E NOÇÕES PRELIMINARES DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS NO BRASIL (LGPD)

⁵⁴ Resolução 2016/679, art.3º, da União Europeia -General Data Protection Regulation (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados.) 27 de abril de 2016.

A Lei geral de Dados Geral de Dados entrou em vigor no ordenamento jurídico brasileiro em agosto de 2020, possuindo alguns princípios e direcionamentos que servem para tornar claro como ela vai agir para proteger os dados dos usuários.

Ela possui sessenta e cinco artigos e sua estrutura normativa pode ser entendida em três principais partes. A primeira determina as condições de legitimidade, onde devem ser seguidos parâmetros legais estabelecidos e estar em conformidade com os princípios, juntamente com a adequação em uma das dez bases legais que autorizam o tratamento dos dados.⁵⁵

A segunda parte traz procedimentos para o tratamento lícito de dados pessoais, catalogando os direitos dos titulares dos dados, as obrigações dos agentes de tratamento, as regras de governança e os códigos de conduta.⁵⁶

Por último, são elencadas as sanções administrativas cabíveis para o descumprimento das normas de proteção de dados, que serão aplicadas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), sendo disposto ainda nessa parte, as regras de responsabilidade civil dos agentes de tratamento.⁵⁷

Dessa forma, podemos dizer que o objetivo da lei é a proteção aos direitos fundamentais de liberdade, privacidade e livre desenvolvimento da personalidade natural⁵⁸, disposto explicitamente em seu artigo 1º:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.⁵⁹

Nesse sentido, constata-se que os fundamentos da LGPD visam o respeito: à privacidade, à dignidade e à autodeterminação informativa; a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião; à inviolabilidade da intimidade, da honra

⁵⁵ PONTES, Mayanne; SANT'ANA, Robson. A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental. in: Lei Geral de Proteção de Dados: novos paradigmas do Direito no Brasil/ Mayanne Pontes, Pedro Camilo de Figueirêdo Neto - Salvador, Bahia: Editora Mente Aberta, junho, 2020. p. 12

⁵⁶ Ibidem.

⁵⁷ Ibidem.

⁵⁸ Ibidem. 15

⁵⁹ Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, [2020].

e da imagem; aos direitos humanos e ao livre desenvolvimento da personalidade, dentre outros.⁶⁰

Ainda, faz-se especial a menção da autodeterminação informacional do indivíduo, pois permite a ele o exercício do direito individual, possuído pelo titular de dados, de escolher os limites de uso, quais dados pessoais serão usados e a possibilidade do arrependimento de concessão desses dados.⁶¹ Assim, inobstante haver o regramento legal da LGPD atuando como protetor dos dados, o indivíduo deve ter a criticidade da tutela de suas informações pessoais, objetivando não se enquadrar em uma zona de vulnerabilidade pela desinformação.

3.3.1 Base legal e a legitimação do tratamento de dados pessoais

As bases legais da LGPD são justificativas e/ou argumentos utilizados para comprovar e validar o tratamento e o uso de dados pessoais. Portanto, quando há a coleta, armazenamento ou a utilização de qualquer forma de dados pessoais, ela precisa estar enquadrada ou apoiada em pelo menos uma das 10 bases legais da LGPD⁶².

⁶⁰ PONTES, Mayanne; SANT'ANA, Robson. Lei Geral de Proteção de Dados: novos paradigmas do Direito no Brasil/ Mayanne Pontes, Pedro Camilo de Figuerêdo Neto - Salvador, Bahia: Editora Mente Aberta, junho, 2020. p. 15. In: MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice. LGPD Lei Geral de Proteção de Dados Comentada. São Paulo: Método, 2020.

⁶¹ PONTES, Mayanne; SANT'ANA, Robson. A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental. in: Lei Geral de Proteção de Dados: novos paradigmas do Direito no Brasil/ Mayanne Pontes, Pedro Camilo de Figuerêdo Neto - Salvador, Bahia: Editora Mente Aberta, junho, 2020. p. 15

⁶² Art. 7º O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses:

- I - Mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;
- II - Para o cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador;
- III - pela administração pública, para o tratamento e uso compartilhado de dados necessários à execução de políticas públicas previstas em leis e regulamentos ou respaldadas em contratos, convênios ou instrumentos congêneres, observadas as disposições do Capítulo IV desta Lei;
- IV - Para a realização de estudos por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais;
- V - Quando necessário para a execução de contrato ou de procedimentos preliminares relacionados a contrato do qual seja parte o titular, a pedido do titular dos dados;
- VI - Para o exercício regular de direitos em processo judicial, administrativo ou arbitral, esse último nos termos da Lei nº 9.307, de 23 de setembro de 1996
- VII - para a proteção da vida ou da incolumidade física do titular ou de terceiros;
- VIII - para a tutela da saúde, exclusivamente, em procedimento realizado por profissionais de saúde, serviços de saúde ou autoridade sanitária;
- IX - Quando necessário para atender aos interesses legítimos do controlador ou de terceiros, exceto no caso de prevalecerem direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais; ou
- X - Para a proteção do crédito, inclusive quanto ao disposto na legislação pertinente.

Sob essa ótica, o consentimento é trazido por muitos como a hipótese principal para o tratamento de dados, mesmo que não haja qualquer hierarquia dentre as bases legais elencadas no art. 7º da LGPD para o tratamento de dados, sendo vastamente utilizada pelas empresas e instituições.

Pode-se afirmar que o consentimento do titular mesmo diante de novas possibilidades legais de tratamento, continua a ter certa preferência sobre os demais, pois geralmente facilita a obrigação do agente de tratamento em demonstrar que o tratamento foi feito dentro de uma hipótese legal, ante o princípio da *accountability* tão somente o agente que o obteve, não se estendendo a outras pessoas para quem possa compartilhar os dados, devendo para esse caso, obter o consentimento específico do titular.⁶³

Entretanto, essa ideia de autorização para a coleta dos dados pessoais não é um aspecto inovador da lei, ela já acompanha a cultura e o ordenamento jurídico brasileiro, basta olhar o Marco Civil da Internet (MCI), o qual já abordava a relação de consentimento entre o indivíduo e a instituição, sendo uma regra geral do direito do usuário na internet.

Nesse sentido, o MCI, traz o acesso a internet como essencial ao exercício da cidadania assegurando, dentre outros aspectos, o consentimento expresso do indivíduo para a coleta, armazenamento e o tratamento dos seus dados:

Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos:

(...)

IX - Consentimento expresso sobre coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, que deverá ocorrer de forma destacada das demais cláusulas contratuais;

Por conseguinte, essa base legal do consentimento, foi modificada pela LGPD trazendo consigo novas particularidades, não se tratando somente do aceite nos termos de uso disponibilizado pelos operadores, mas sim da manifestação livre, informada e inequívoca pelo titular perante uma finalidade determinada⁶⁴. Nesse

⁶³TEIXEIRA, Tarcisio. lei geral de proteção de dados pessoais: comentada artigo por artigo/ Tarcisio Teixeira; Ruth Maria Guerreiro da Fonseca Armelin. 2. ed. rev., atual. e ampl. - Salvador: Editora JusPodivm, 2020. p. 63

⁶⁴Art. 5º Para os fins desta Lei, considera-se:
XII - consentimento: manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada;

sentido, Tarcisio Teixeira interpreta o consentimento abordado pela LGPD da seguinte forma:

O consentimento do titular de dados é a forma mais conhecida do tratamento legal de dados e deve ser livre e o mais consciente possível, ou seja, o titular deve ter pleno conhecimento de quais dados estão sendo captados e exatamente para qual fim ele será utilizado, o qual perfaz a inequívocabilidade do consentimento.⁶⁵

Não obstante, cumpre ressaltar que o consentimento se prolonga enquanto perdurar a atividade do tratamento dos dados, necessitando assim de uma gestão do consentimento, de modo que o titular pode mudar de opinião, revogar o consentimento, ou ainda há casos em que a atividade pode chegar ao seu fim específico antes do previsto, não havendo a necessidade de prolongar ainda mais o consentimento para manter o controle sobre o tratamento dos dados. Neste contexto, trata-se da manutenção do consentimento, a exemplo da renovação periódica, mudança de finalidade, checagem contínua e manutenção das preferências do titular, dentre outros⁶⁶.

Entretanto, conforme visto, o consentimento não é a única base legal disponível pela LGPD, a do legítimo interesse⁶⁷ também é vastamente utilizada. O legislador quando trouxe a ideia do legítimo interesse para a Lei Geral de Proteção de Dados não abordou um conceito específico, em contrapartida identificou duas situações em que pode ser utilizado, não se trata, no entanto, das únicas hipóteses que há o seu cabimento, a lei traz apenas um rol exemplificativo nesse quesito, conforme artigo 10 do mencionado dispositivo:

Art. 10. O legítimo interesse do controlador somente poderá fundamentar tratamento de dados pessoais para finalidades legítimas, consideradas a partir de situações concretas, que incluem, mas não se limitam a:

I - Apoio e promoção de atividades do controlador; e

II - Proteção, em relação ao titular, do exercício regular de seus direitos ou prestação de serviços que o beneficiem, respeitadas as legítimas expectativas dele e os direitos e liberdades fundamentais, nos termos desta Lei.

§ 1º Quando o tratamento for baseado no legítimo interesse do controlador, somente os dados pessoais estritamente necessários para a finalidade pretendida poderão ser tratados.

⁶⁵ TEIXEIRA, Tarcisio. lei geral de proteção de dados pessoais: comentada artigo por artigo/ Tarcisio Teixeira; Ruth Maria Guerreiro da Fonseca Armelin. 2. ed. rev., atual. e ampl. - Salvador: Editora JusPodivm, 2020. p. 46.

⁶⁶ Vide artigo 9º da Lei Geral de Proteção de Dados.

⁶⁷ Artigo 7º, IX, da Lei Geral de Proteção de Dados.

§ 2º O controlador deverá adotar medidas para garantir a transparência do tratamento de dados baseado em seu legítimo interesse.

§ 3º A autoridade nacional poderá solicitar ao controlador relatório de impacto à proteção de dados pessoais, quando o tratamento tiver como fundamento seu interesse legítimo, observados os segredos comercial e industrial.

Assim, a intenção do legislador foi de deixar o conceito em aberto propositalmente, para que haja a possibilidade dele ser moldado à diversidade de situações práticas que possam existir. Ainda, não significa que o dispositivo é totalmente livre ao entendimento do controlador, existem dois pontos que devem ser observados para a validação da utilização do princípio como base legal, quais sejam a finalidade legítima e a existência de situação concreta⁶⁸.

Finalidade legítima está ligado ao princípio do legítimo interesse que será abordado posteriormente neste trabalho, constando no artigo 6º, inciso I, da LGPD. Já a existência de situação concreta, está ligada a noção do atendimento à expectativa do titular de que seus dados serão tratados, em decorrência de uma relação prévia que exista entre ele e o controlador⁶⁹.

3.3.2 Princípios norteadores da lei geral de proteção de dados

Diferenciando princípios, regras e políticas podemos dizer que o primeiro trata de orientações gerais, parâmetros que devem ser seguidos. Regras decorrem de consequências jurídicas de condições previamente descritas. Políticas são os padrões a serem observados ou que se quer alcançar⁷⁰. Nesse sentido, pode-se considerar que princípio é toda norma jurídica considerada determinante de outra ou outras que lhe são subordinadas, desenvolvendo e especificações mais precisas quanto a direção que se deve tomar⁷¹.

Dessa forma, para além do controlador avaliar se a sua empresa durante a coleta de dados atende ao menos uma das bases legais da LGPD, como obrigação legal, consentimento e legítimo interesse, por exemplo, deverá também aos princípios

⁶⁸ MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. pg. 194.

⁶⁹Ibidem.

⁷⁰ MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. pg. 135. apud LUGCA, Newton de. Marco Civil da Internet. Uma visão panorâmica dos principais aspectos relativos às suas disposições preliminares. In: LUGCA, Newton de; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (Coord). Direito & Internet III: Marco civil de internet. Quartier Latin, 2015. t. I. p. 39.

⁷¹ Ibidem, p. 48.

estabelecidos na mesma lei⁷². Diante de tal constatação, faz-se necessário a observância dos princípios trazidos pela LGPD em seu artigo 6º.⁷³

Nota-se que, por ser primordial ao tratamento dos dados, a boa-fé é trazida logo no caput do artigo 6º da LGPD, indicando que os agentes em suas condutas devem pautar-se nela antes de tudo.

O princípio da finalidade conta com grande relevância prática, pois por meio dele é garantido ao titular, por óbvio, previamente informado, os limites da legalidade do tratamento dos seus dados, tendo vista a licitude da atividade, delimitando o propósito do seu tratamento e a possibilidade de acesso por terceiros interessados⁷⁴. A utilização do princípio da finalidade está vinculada ao motivo que fundamentou a coleta do dado, surgindo, portanto, uma ligação entre a informação e a sua origem, vinculando-a ao fim de sua coleta, devendo sempre ser observado e levado em consideração em qualquer tratamento posterior⁷⁵.

⁷² LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada / Viviane Nóbrega Maldonado, Renato Opice Blum, coordenadores. - São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. pg. 138.

⁷³ Art. 6º As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios:

I - Finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades;

II - Adequação: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento;

III - necessidade: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados;

IV - Livre acesso: garantia, aos titulares, de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integridade de seus dados pessoais;

V - Qualidade dos dados: garantia, aos titulares, de exatidão, clareza, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento;

VI - Transparência: garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial;

VII - segurança: utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão;

VIII - prevenção: adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais;

IX - Não discriminação: impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos;

X - Responsabilização e prestação de contas: demonstração, pelo agente, da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais e, inclusive, da eficácia dessas medidas.

⁷⁴ MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. p. 138.

⁷⁵ Ibidem. apud. DONEDA, Danilo. Princípios de Proteção de Dados Pessoais. In: LUCCA, Newton de; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (Coord). Direito & Internet III: Marco civil de internet. Quartier Latin, 2015. t. I. p. 378.

Nesse sentido, o controlador deve acompanhar o ciclo de vida do tratamento dos dados, e, uma vez observado que a finalidade foi alcançada ou foi constatado que os dados coletados deixaram de ser relevantes para atingir a finalidade almejada, não há mais justificativa para mantê-los, como previsto nos artigos 16, caput, e 15, inciso I, da LGPD:

art. 15. O término do tratamento de dados pessoais ocorrerá nas seguintes hipóteses:

I - Verificação de que a finalidade foi alcançada ou de que os dados deixaram de ser necessários ou pertinentes ao alcance da finalidade específica almejada;

Art. 16. Os dados pessoais serão eliminados após o término de seu tratamento, no âmbito e nos limites técnicos das atividades, autorizada a conservação para as seguintes finalidades:

Adiante, o princípio da adequação e necessidade estão vinculados ao da finalidade pelo próprio dispositivo legal, pois para o primeiro é previsto que o tratamento dos dados só pode ocorrer desde que haja compatibilidade com a finalidade que visa alcançar, evitando que informações pessoais desnecessárias para aquela atividade circulem. Já para princípio da necessidade, é enfatizado a limitação do tratamento de dados ao mínimo necessário para atingir a finalidade pretendida, sendo avaliado quais os dados que são realmente relevantes e imprescindíveis⁷⁶. Ainda, Tarcísio Teixeira ao tratar sobre a relação destes princípios, traz o conceito do mínimo essencial, como a ideia da coleta de apenas dados e relevantes:

A finalidade, adequação e a necessidade são princípios que somados resultam no que se chama de mínimo essencial, algo como saber qual a menor quantidade de dados pessoais necessários para que se chegue ao fim pretendido de forma adequada. No momento da coleta é primordial que se esteja atento à real necessidade de se obter determinado pessoal para se atingir a finalidade pretendida.

O princípio do livre acesso, sendo inclusive reforçado artigo 9º da LGPD⁷⁷, trata da garantia ao titular não somente saber o porquê daquelas informações pessoais

⁷⁶ MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. pp. 143-145.

⁷⁷ Art. 9º O titular tem direito ao acesso facilitado às informações sobre o tratamento de seus dados, que deverão ser disponibilizadas de forma clara, adequada e ostensiva acerca de, entre outras características previstas em regulamentação para o atendimento do princípio do livre acesso:

I - Finalidade específica do tratamento;

II - Forma e duração do tratamento, observados os segredos comercial e industrial;

III - identificação do controlador;

IV - Informações de contato do controlador;

estarem sendo coletadas, mas também a permissão de controlar o seu uso, saber sobre o seu tratamento, sobre o compartilhamento dos dados, identificação e forma de contato com o controlador, responsabilidades dos agentes que realizarão aquele tratamento e os direitos do titular, com menção explícita ao artigo 18⁷⁸ da mesma lei.⁷⁹

O princípio da qualidade dos dados está diretamente ligado aos objetivos da LGPD, no sentido em que, conforme já observado neste trabalho, a partir da coleta das mais variadas informações de um indivíduo é possível traçar um perfil com suas características como sua condição financeira, locais em que frequenta, conexões pessoais, opção política, dentre outras incontáveis hipóteses que podem interferir diretamente na vida da pessoa⁸⁰. Nesse sentido, qualquer dado desatualizado ou equivocado pode resultar em prejuízos aos mais diversos aspectos ao titular, como erros em tratamentos médicos e vedação em concursos, por exemplo.

Ainda, nesse mesmo sentido de criação de perfil a partir dos dados dos usuários, pode ser abordado também com relação ao princípio da não discriminação. Esse princípio se mostra fundamental para evitar a criação de estereótipos, limitação de direitos e utilização dos dados para fins discriminatórios em geral, seja de forma automatizada ou não, impondo certos limites no processamento de dados.⁸¹

O princípio da transparência, por sua vez, visa garantir o tratamento ético, responsável e seguro dos dados, dando ao titular o conhecimento de quem é o agente responsável daquele tratamento e quais as suas características, munido de

V - informações acerca do uso compartilhado de dados pelo controlador e a finalidade;

VI - responsabilidades dos agentes que realizarão o tratamento; e

VII - direitos do titular, com menção explícita aos direitos contidos no art. 18 desta Lei.

⁷⁸ Art. 18. O titular dos dados pessoais tem direito a obter do controlador, em relação aos dados do titular por ele tratados, a qualquer momento e mediante requisição:

I - confirmação da existência de tratamento;

II - acesso aos dados;

III - correção de dados incompletos, inexatos ou desatualizados;

IV - anonimização, bloqueio ou eliminação de dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com o disposto nesta Lei;

V - portabilidade dos dados a outro fornecedor de serviço ou produto, mediante requisição expressa, de acordo com a regulamentação da autoridade nacional, observados os segredos comercial e industrial; VI - eliminação dos dados pessoais tratados com o consentimento do titular, exceto nas hipóteses previstas no art. 16 desta Lei;

VII - informação das entidades públicas e privadas com as quais o controlador realizou uso compartilhado de dados;

VIII - informação sobre a possibilidade de não fornecer consentimento e sobre as consequências da negativa;

IX - revogação do consentimento, nos termos do § 5º do art. 8º desta Lei.

⁷⁹ MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. p. 148.

⁸⁰ Ibidem. p. 149.

⁸¹ Ibidem. p. 162

informações claras, precisas e de fácil acesso, sendo possibilitado ao titular, dessa forma, enxergar a legalidade, finalidade e a legitimidade do compartilhamento de suas informações pessoais⁸².

O princípio da segurança pode ser analisado juntamente com o princípio da prevenção, sob a ótica de que, o primeiro busca a obrigatoriedade da utilização de medidas técnicas e administrativas dos agentes de tratamento para proteção dos dados e eventuais violações. Já o princípio da prevenção, este está relacionado a mitigação de dados, ou seja, adoção de medidas preventivas que visam diminuir a ocorrência de um possível dano ao titular dos dados⁸³.

Por fim, o princípio da responsabilização e prestação de contas trazido pela LGPD mostra que a lei visa alertar os controladores e operadores que eles são os incumbidos pelo fiel cumprimento das exigências legais, quais sejam os objetivos, fundamentos e demais princípios nela estabelecidos. Isto implica dizer que, durante o tratamento de dados, enquanto este ainda demonstrar ser necessário para alcançar a finalidade pretendida, os agentes deverão analisar a conformidade legal e implementar procedimentos para proteção dos dados, ponderando seus próprios riscos na operação⁸⁴.

3.4 A POSSIBILIDADE DO USO COMPARTILHADO DE DADOS PESSOAIS POR EMPRESAS PRIVADAS E ENTIDADES PÚBLICAS

Ainda que a LGPD vise proteger os dados dos usuários, como visto anteriormente, ela também permite o seu compartilhamento, entendendo como seu uso compartilhado toda comunicação, difusão, transferência internacional, interconexão de dados pessoais ou tratamento compartilhado de bancos de dados pessoais por órgãos e entidades públicos no cumprimento de suas competências legais, ou entre esses e entes privados, reciprocamente, com autorização específica, para uma ou mais modalidades de tratamento permitidas por esses entes públicos, ou entre entes privados⁸⁵.

⁸²MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019 p. 150.

⁸³ Ibidem, pp. 153 e 159.

⁸⁴ Ibidem, pp. 161-162.

⁸⁵ Vide artigo 5º inciso XVI

Constata-se então que, o uso compartilhado de dados é inerente à sociedade informacional, de modo que ele sustenta grande parte das atividades de uma empresa e também dos órgãos públicos, sendo essencial para o funcionamento das mesmas. O seu conceito abrange a comunicação difusão, transferência internacional, interconexão de dados pessoais ou tratamento compartilhado. O compartilhamento poderá se dar tanto entre ente público e privado ou entre entes públicos e privados entre si.⁸⁶

Dessa forma, observa-se que Lei Geral de Proteção de Dados traz muitos conceitos sobre os dados pessoais e como lidar com eles, desde a sua coleta, entretanto, quanto ao abordado acima em relação ao compartilhamento das informações, ela não é tão específica quanto deveria ser.⁸⁷

Portanto, do conceito posto na lei, pode-se considerar que o compartilhamento feito entre os entes privados consiste em variadas formas de circulação e acesso aos dados pessoais, armazenados em banco de dados, que ocorrem entre as empresas. Dessa forma, a LGPD mantém, como consequência, a mercantilização dos dados, impondo a eles alguns parâmetros mínimos de segurança, porém, a lei não alcança somente o aspecto comercial dos dados, mas também deixa margem para as diversas possibilidades e facilidades advindas das trocas e acessos aos dados pessoais.⁸⁸

Exemplificando essa prática, podemos tomar como exemplo os aplicativos de músicas para celular. O acesso a plataforma do aplicativo pode-se dar de diversas formas, seja com assinaturas onde o usuário fornece dados como nome, idade, número de telefone e e-mail, até assinaturas onde são coletadas informações mais sigilosas como o número do Cadastro de Pessoas Físicas (CPF), dados bancários e localização do indivíduo enquanto usa o aplicativo, informações estas que servem para traçar um perfil individual.

Isto posto, torna-se possível estabelecer uma relação jurídica que envolve uso de dados pessoais, através da manifestação livre da vontade e do consentimento

⁸⁶ TEIXEIRA, Tarcisio. Lei geral de proteção de dados pessoais: comentada artigo por artigo/ Tarcisio Teixeira; Ruth Maria Guerreiro da Fonseca Armelin. 2. ed. rev., atual. e ampl. - Salvador: Editora JusPodivm, 2020. p. 46.

⁸⁷ ALMEIDA MAGALHÃES, R.; OLIVEIRA, E. C. R. N. O DIREITO À PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL. Revista Jurídica da FA7, v. 18, n. 1, p. 55-70, 28 jun. 2021. p. 62

⁸⁸ *ibidem*. p. 62.

inequívoco do titular, tendo em vista que a empresa detentora dos dados se torna responsável pela sua proteção.⁸⁹

Desse mesmo modo, tratando ainda dos dados coletados por aplicativos, temos os exemplos também da sincronização desses dados, onde vincula-se o aplicativo a outro para fazer o compartilhamento dos dados, dispensando, assim, a necessidade de fazer o cadastro novamente. Tal prática é percebida costumeiramente por aplicativos como Facebook e Google, onde tais empresas possuem um banco de dados com informações dos usuários e fornecem para aplicativos terceiros como forma de facilitar o login (familiarizado “entre com o Google/Facebook”).⁹⁰

Ainda na mesma linha de raciocínio, vale mencionar as “políticas de Privacidade” onde os usuários consentem com os termos de serviço daqueles aplicativos ou sites, sem nem mesmo ter ciência de como vão ser tratados seus dados, seja por desinformação, o próprio desinteresse ou até mesmo pela necessidade de acesso, já que vivemos em um mundo conectado, e muitas das vezes a utilização de determinados dispositivos tecnológicos torna-se essencial para essa vida em sociedade, como a exemplo das redes sociais. Nesse sentido, a prática do uso compartilhado dos dados pessoais se dá a partir do momento em que o titular permite à rede social acessar a sua base de dados no aplicativo, onde, de forma prática, ele fornece autorização para que o aplicativo compartilhe os seus dados pessoais nas redes sociais.⁹¹

Do exemplo exposto, nota-se que é formada uma relação de trânsito de informações entre duas empresas a partir do consentimento do titular para que ambas façam uso dos seus dados de forma compartilhada. Tal prática culmina numa coleta ainda maior de informação possibilitando traçar um perfil cada vez mais específico do usuário, basta imaginar um indivíduo que o utiliza aplicativos de navegação (waze), redes sociais (Instagram, Facebook...) e acessa a internet (Google), o banco de dados formado possui a rotina do usuário, para onde ele vai, com quem se comunica, e quais são os seus interesses.

⁸⁹ ALMEIDA MAGALHÃES, R.; OLIVEIRA, E. C. R. N. O DIREITO À PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL. Revista Jurídica da FA7, v. 18, n. 1, p. 55-70, 28 jun. 2021. p. 63.

⁹⁰ Ibidem.

⁹¹ Ibidem.

Entretanto, essa relação jurídica apresentada, formada pelas empresas que compartilham os dados, devido a sua facilidade de acesso aos serviços de forma simples, encantam os usuários que se encontram tanto na esfera de titular dos dados, quanto de consumidor dos serviços fornecidos. Ainda, quanto a relação entre empresas no compartilhamento dos dados fornecidos com o consentimento dos usuários, vale ressaltar que muitas dessas pessoas jurídicas são multinacionais, ou seja, os dados das pessoas brasileiras podem ser armazenados e utilizados em outros países, que podem não contar com políticas de proteção como a LGPD.⁹²

Ainda assim, é difícil para um usuário pensar em todas as relações jurídicas existentes, territoriais ou extraterritoriais, quando ele consente nos termos de uso dos aplicativos e é ainda torna-se mais complicado quando se trata do valor extraído dos dados fornecidos, tendo em vista as diversas formas de comercialização e utilização por terceiros.

Hoje é possível saber quais as preferências do usuário por meio de sites que acessa, ou mesmo das palavras que digitam em mecanismos de buscas, por exemplo, criando-se verdadeiros perfis acerca do cruzamento dos dados de conexão. A remuneração hoje não é mais calculada por meio do número de acessos aos websites, mas sim pelo número de cliques em determinado link (costs per click). Assim se calculam os preços dos contratos de publicidade por intermédio de estimativa de consumidores em potencial, especificados pelas informações que disponibilizam sobre si mesmos revelando preferências, opções religiosas, sexuais, a cidade em que vivem etc.⁹³

Desse modo, constata-se que os dados dos indivíduos estão em constante trânsito, tendo até mesmo sua quantidade calculada a título de comercialização, com circulação desordenada, tornando difícil o seu rastreamento, sendo assim, uma forma das empresas de obtenção de resultados e lucros, inclusive através das campanhas de marketing digital, que utilizam dessas informações para atingir perfis e nichos específicos.

Assim, ainda que a Lei Geral de Proteção de Dados vise a proteção da privacidade dos usuários impondo, dentre outras regras, a do consentimento livre, informado e inequívoco do titular como requisito para o compartilhamento, há também

⁹² ALMEIDA MAGALHÃES, R.; OLIVEIRA, E. C. R. N. O DIREITO À PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL. Revista Jurídica da FA7, v. 18, n. 1, p. 55-70, 28 jun. 2021. p. 63.

⁹³ MARTINS, Guilherme Magalhães. Contratos Eletrônicos de Consumo. 3 ed. Campos Elísios/ SP: Atlas, 2016. p. 54.

o respeito ao princípio da boa-fé e a outros valores em que as relações jurídicas do uso dessas informações devem observar, estando presentes de forma mais frágil, sendo até mesmo ignorados e violados, sem que o titular perceba. Não obstante, existem notícias de incidentes com dados pessoais, em que empresas tiveram acesso ao banco de dados de outras, como o caso da empresa Cambridge Analítica que utilizou os dados do Facebook com intuito de influenciar nas eleições dos Estados Unidos.⁹⁴

3.4.1 Segurança da Informação: Conceito

Sob essa nova perspectiva, o vazamento de dados, temos o seu conceito definido no Regulamento Geral sobre Proteção de Dados⁹⁵ (RGPD), em seu artigo 4º, item 12 que:

“Violação de dados pessoais», uma violação da segurança que provoque, de modo acidental ou ilícito, a destruição, a perda, a alteração, a divulgação ou o acesso, não autorizados, a dados pessoais transmitidos, conservados ou sujeitos a qualquer outro tipo de tratamento”

Inobstante a nossa Lei Geral de Proteção de Dados descrever diversas dos conceitos que regulam as noções e relações dos dados no meio digital, inclusive da responsabilização pelo seu vazamento e conseqüente penalização, não há no dispositivo qualquer discricção do que seja considerado um “vazamento” ou “incidente de segurança”.⁹⁶

Nesse contexto, a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) traz o conceito do que é considerado um vazamento de dados, sendo ele : Um incidente de segurança com dados pessoais é qualquer evento adverso confirmado, relacionado à violação na segurança de dados pessoais, tais como acesso não autorizado, acidental ou ilícito que resulte na destruição, perda, alteração, vazamento ou ainda, qualquer forma de tratamento de dados inadequada ou ilícita, os quais possam ocasionar risco para os direitos e liberdades do titular dos dados pessoais.⁹⁷

⁹⁴ ALMEIDA MAGALHÃES, R.; OLIVEIRA, E. C. R. N. O DIREITO À PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL. Revista Jurídica da FA7, v. 18, n. 1, p. 55-70, 28 jun. 2021. p. 63.

⁹⁵REGULAMENTO (UE) 2016/679 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 27 de abril de 2016.

⁹⁶ MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. pp. 338-339.

⁹⁷ GOV. Comunicação de incidentes de segurança: Incidentes de segurança com dados pessoais e sua avaliação para fins de comunicação à ANPD.

Entretanto a LGPD traz em seu artigo 47 a obrigação dos agentes de tratamento ou qualquer indivíduo que que intervenha em uma das fases do tratamento de dados, de garantir a segurança daquela informação, como previsto pela Lei em relação aos dados pessoais, mesmo após o término dessa operação.

A segurança da informação é a disciplina que visa a observância da proteção da informação, no cenário onde, na era da Sociedade da Informacional, ela é considerada um ativo de negócios, tendo em vista os diferentes tipos de ameaças internas e externas, tornando-se imprescindível a adoção de metodologia adequada para protegê-la, para mitigando os riscos, aumentando o retorno dos investimentos e garantindo a continuidade dos negócios.⁹⁸

Entretanto, o seu foco dessa segurança é a proteção de informação estratégica relevante para os negócios e, não necessariamente, para a proteção de dados pessoais, não devendo haver confusão entre as duas coisas, no entanto, diante da necessidade de proteção dos dados pessoais como garantia da privacidade dos titulares em meio a era digital, se faz imprescindível a aplicação dessa metodologia também nesse âmbito.

Há aqueles que juntariam, sem discriminação, privacidade e segurança, acreditando que não se poderia ter uma sem a outra. Mas as duas estão inexoravelmente vinculadas? Embora, de fato, vemos seu inter-relacionamento, não estamos seguros de que as duas devem ser tratadas como parte de um todo indivisível. Por exemplo, alguém poderia idealizar uma arquitetura de segurança que evitasse a invasões rápida e definitivamente. Esse ambiente de segurança abordaria os reinos físicos e do ciberespaço dentro dos quais a empresa faz seus negócios. Ele poderia ser refinado para fazer um trabalho apropriado de manter os atacantes externos a distância, enquanto de maneira adequada diferenciaria os riscos internos de segurança da informação. Ao mesmo tempo, no entanto, essa empresa também poderia comercializar listas de informações dos clientes-listas que foram coletadas por meio de uma infra-estrutura muito segura- para terceiros, sem conhecimento dos clientes. Você poderia argumentar que a empresa estaria fazendo um grande trabalho na área de segurança, porém a maioria dos clientes concordaria que a pontuação de sua empresa enquanto à privacidade é abominável. Em outras palavras, uma empresa poderia ter apropriada segurança da informação acoplada a um uso censurável de informações pessoais. As duas atitudes, com certeza, não são conjugadas. [...] Segurança é um tema que vai bem além da tecnologia, e privacidade é um tema que vai bem além da segurança.⁹⁹

⁹⁸MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. p. 339.

⁹⁹ Ibidem. apud MCCARTHY, Mary Pat; CAMPBELL, Stuart. *Transformação na segurança eletrônica: estratégia e gestão da defesa digital para proteger a reputação e a participação de sua empresa no mercado*. Trad. Celso Roberto Paschoa. Revisão Técnica KPMG Auditores. São Paulo: Ed. Pearson Education do Brasil, 2013. p. 131-132.

Dessa forma, resta clara as razões de segurança ser estabelecido como um dos princípios da LGPD, norteando as atividades de tratamento de dados pessoais, devendo, portanto, ser utilizado juntamente com os demais princípios, visando alcançar assim, a completude da proteção dos dados, onde cada princípio atua como partes complementares de um todo.¹⁰⁰

3.5 DPO (DATA PROTECTION OFFICER)

Deste modo, após identificar o que a LGPD aborda quanto a incidentes de segurança, é necessário ressaltar os cuidados no momento de coletar os dados pessoais, pois o mero equívoco na escolha da base de tratamento pode ocasionar em transgressão legal. Ainda, é de suma importância a atenção em explicitar os máximo para o titular qual a finalidade do tratamento, evitando deste modo processos judiciais ou sanções administrativas aplicadas pela ANPD.

Nesse sentido o DPO (Data Protection Officer) ou “diretor de proteção de dados” é o termo utilizado para o profissional que atua dentro de uma organização sendo responsável pela proteção dos dados, protegendo e garantindo a segurança das informações de clientes, fornecedores e da própria empresa¹⁰¹.

O cargo foi criado pela GPDR (General Data Protection Regulation) para garantir que as organizações que detém os dados dos titulares façam um bom uso dessas informações sendo mencionado no artigo 37 da referida lei¹⁰². Nesse sentido,

¹⁰⁰MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. p. 340.

¹⁰¹BALDISSERA, Olívia. O que faz o Data Protection Officer (DPO), profissão em alta no mercado de trabalho. Curitiba: PUCPR, 2021.

¹⁰² Artigo 37º.

Designação do encarregado da proteção de dados

1. O responsável pelo tratamento e o subcontratante designam um encarregado da proteção de dados sempre que:

a) O tratamento for efetuado por uma autoridade ou um organismo público, excetuando os tribunais no exercício da sua função jurisdicional;

b) As atividades principais do responsável pelo tratamento ou do subcontratante consistam em operações de tratamento que, devido à sua natureza, âmbito e/ou finalidade, exijam um controle regular e sistemático dos titulares dos dados em grande escala; ou

c) As atividades principais do responsável pelo tratamento ou do subcontratante consistam em operações de tratamento em grande escala de categorias especiais de dados nos termos do artigo 9º e de dados pessoais relacionados com condenações penais e infrações a que se refere o artigo 10º .

2. Um grupo empresarial pode também designar um único encarregado da proteção de dados desde que haja um encarregado da proteção de dados que seja facilmente acessível a partir de cada estabelecimento.

3. Quando o responsável pelo tratamento ou o subcontratante for uma autoridade ou um organismo público, pode ser designado um único encarregado da proteção de dados para várias dessas autoridades ou organismos, tendo em conta a respetiva estrutura organizacional e dimensão.

a GDPR define este profissional como o encarregado pela segurança de dados devendo trabalhar lado a lado da equipe de *compliance* garantindo que a organização cumpra todas as leis de proteção de dados, além de realizar treinamentos e orientar os colaboradores sobre boas práticas de privacidade.

Não obstante, como já fora abordado neste trabalho, a LGPD brasileira assim como a legislação da Europa estabelece como os dados pessoais dos usuários devem ser armazenados, protegidos e usados por empresas, pessoas e órgãos públicos garantindo a privacidade dos titulares, ao impedir que as bases de contatos transitem livremente sem a devida observância. A LGPD também estabelece a obrigatoriedade de organizações nomearem um Encarregado pelo Tratamento de Dados Pessoais, ou seja, um DPO¹⁰³. A função deste profissional é definida no artigo 5º, inciso VIII:

VIII - encarregado: pessoa indicada pelo controlador e operador para atuar como canal de comunicação entre o controlador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD);

Sob essa ótica, nota-se que toda empresa, tanto pública ou privada, seja de pequeno, médio ou grande porte, deve ter um DPO. Ainda, no artigo 41, a LGPD estabelece orientações sobre como se dá a comunicação entre o encarregado pelo tratamento de dados perante o titular dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados.

Art. 41. O controlador deverá indicar encarregado pelo tratamento de dados pessoais.
§ 1º A identidade e as informações de contato do encarregado deverão ser divulgadas publicamente, de forma clara e objetiva, preferencialmente no sítio eletrônico do controlador.

4. Em casos diferentes dos visados no nº 1, o responsável pelo tratamento ou o subcontratante ou as associações e outros organismos que representem categorias de responsáveis pelo tratamento ou de subcontratantes podem, ou, se tal lhes for exigido pelo direito da União ou dos Estados-Membros, designar um encarregado da proteção de dados. O encarregado da proteção de dados pode agir em nome das associações e de outros organismos que representem os responsáveis pelo tratamento ou os subcontratantes.

5. O encarregado da proteção de dados é designado com base nas suas qualidades profissionais e, em especial, nos seus conhecimentos especializados no domínio do direito e das práticas de proteção de dados, bem como na sua capacidade para desempenhar as funções referidas no artigo 39º.

6. O encarregado da proteção de dados pode ser um elemento do pessoal da entidade responsável pelo tratamento ou do subcontratante, ou exercer as suas funções com base num contrato de prestação de serviços.

7. O responsável pelo tratamento ou o subcontratante publica os contactos do encarregado da proteção de dados e comunica-os à autoridade de controlo.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>

¹⁰³BALDISSERA, Olívia. O que faz o Data Protection Officer (DPO), profissão em alta no mercado de trabalho. Curitiba: PUCPR, 2021.

§ 2º As atividades do encarregado consistem em:

I - Aceitar reclamações e comunicações dos titulares, prestar esclarecimentos e adotar providências;

II - Receber comunicações da autoridade nacional e adotar providências;

III - orientar os funcionários e os contratados da entidade a respeito das práticas a serem tomadas em relação à proteção de dados pessoais; e

IV - Executar as demais atribuições determinadas pelo controlador ou estabelecidas em normas complementares.

§ 3º A autoridade nacional poderá estabelecer normas complementares sobre a definição e as atribuições do encarregado, inclusive hipóteses de dispensa da necessidade de sua indicação, conforme a natureza e o porte da entidade ou o volume de operações de tratamento de dados.

3.5.1 Autoridade nacional de proteção de dados e a penalização aplicadas a violação da LGPD

Tratando-se do encarregado estabelecido pela LGPD, como visto no artigo 41, é determinado que este cargo fica responsável pela relação entre a empresa e a ANPD no quesito de fiscalização dos dados para que não haja intercorrências e penalizações pela inobservância da legislação. Nesse sentido, a ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados), conforme artigo 55-A da LGPD¹⁰⁴, é o órgão federal responsável por fiscalizar e aplicar a Lei Geral da Proteção de Dados, tendo sido criada em 2018 e sancionada em 2019.

Observado o quanto exposto neste trabalho, com relação às diversas formas com que os agentes do marketing digital conseguem coletar dados e as formas com que essas informações são utilizadas, resta inequívoco que a criação de uma autoridade independente é necessária para que empresas cumpram a legislação e possam ser auditadas nos casos em que não observarem o devido tratamento destes dados.

A ANPD, então, é um órgão independente, parte do Poder Executivo do Governo Federal, com a atribuições de fiscalizar e trazer clareza de toda a informação pessoal e dados pessoais que circulam e são utilizados pelas empresas trazendo diretrizes de como devem ser tratados.

Por conseguinte, para além do dever de elaborar as diretrizes que regulamentam o tratamento de dados pessoais e a fiscalização e aplicação de penalidades em caso do não cumprimento da lei, a ANPD também tem como uma

¹⁰⁴ Art. 55-A. Fica criada a Autoridade Nacional de Proteção de Dados - ANPD, autarquia de natureza especial, dotada de autonomia técnica e decisória, com patrimônio próprio e com sede e foro no Distrito Federal.

das suas principais funções de informar e promover o conhecimento das políticas de proteção de dados, das práticas e dos direitos sobre os dados, perante toda a sociedade, bem como impulsionar o entendimento das normas pelas empresas que fazem uso dos dados dos usuários¹⁰⁵, como previsto no artigo 55-J da LGPD:

Art. 55-J. Compete à ANPD:

(...)

IV - Fiscalizar e aplicar sanções em caso de tratamento de dados realizado em descumprimento à legislação, mediante processo administrativo que assegure o contraditório, a ampla defesa e o direito de recurso;

(...)

VI - Promover na população o conhecimento das normas e das políticas públicas sobre proteção de dados pessoais e das medidas de segurança;

Terá também um importante papel de orientadora e de apoiadora dos órgãos de governo e empresas em relação às situações em que elas podem ou não tratar dados pessoais do cidadão. A proposta da ANPD é orientar, orientar e orientar, preventivamente. Após isso, fiscalizar, advertir e, somente após tudo isso, penalizar, se a LGPD continuar sendo descumprida.¹⁰⁶

A ANPD poderá aplicar sanções em caso de violação da legislação a partir de agosto de 2021 conforme previsto nos artigos 52 a 54 da LGPD. Dentre as sanções administrativas previstas na LGPD para o caso de violação das regras previstas, destacam-se a advertência, com possibilidade de medidas corretivas; a multa de até 2% do faturamento, com limite de até R\$ 50 milhões; o bloqueio ou a eliminação dos dados pessoais relacionados à irregularidade, a suspensão parcial do funcionamento do banco de dados ou a proibição parcial ou total da atividade de tratamento¹⁰⁷.

Art. 52. Os agentes de tratamento de dados, em razão das infrações cometidas às normas previstas nesta Lei, ficam sujeitos às seguintes sanções administrativas aplicáveis pela autoridade nacional: (Vigência)

I - advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;

II - multa simples, de até 2% (dois por cento) do faturamento da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou conglomerado no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração;

III - multa diária, observado o limite total a que se refere o inciso II;

IV - publicização da infração após devidamente apurada e confirmada a sua ocorrência;

¹⁰⁵ TEIXEIRA, Álvaro. O que é ANPD? [Autoridade Nacional de Proteção de Dados]. Tecnoblog.

¹⁰⁶GOV. Quem vai regular a LGPD? A Autoridade Nacional de Proteção de Dados. É claro que, antes de fiscalizar e penalizar um ente, a ANPD orientará sobre como aplicar a lei.

¹⁰⁷AGÊNCIA SENADO. Punições pelo uso indevido de dados pessoais começam a valer no domingo. Publicado em 29 de jul. de 2021.

V - bloqueio dos dados pessoais a que se refere a infração até a sua regularização;

VI - eliminação dos dados pessoais a que se refere a infração;

XI - suspensão do exercício da atividade de tratamento dos dados pessoais a que se refere a infração pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período; (Incluído pela Lei nº 13.853, de 2019)

XII - proibição parcial ou total do exercício de atividades relacionadas a tratamento de dados. (Incluído pela Lei nº 13.853, de 2019)

(...)

Art. 53. A autoridade nacional definirá, por meio de regulamento próprio sobre sanções administrativas a infrações a esta Lei, que deverá ser objeto de consulta pública, as metodologias que orientarão o cálculo do valor-base das sanções de multa.

(...)

Art. 54. O valor da sanção de multa diária aplicável às infrações a esta Lei deve observar a gravidade da falta e a extensão do dano ou prejuízo causado e ser fundamentado pela autoridade nacional.

4 A UTILIZAÇÃO DOS DADOS PESSOAIS NO ESPAÇO VIRTUAL E SUA RELAÇÃO COM O MARKETING DIGITAL

4.1 O QUE É MARKETING

Preliminarmente, elucida-se o conceito clássico versado por Kotler¹⁰⁸ introduzindo a ideia de que “Marketing é o processo social e gerencial através do qual indivíduos e grupos obtêm aquilo de que necessitam e desejam por meio da criação e troca de produtos e valores”.

Ainda, tendo em vista a era de desenvolvimento tecnológico e globalização em que a comercialização de dados pessoais como forma de desenvolvimento de público-alvo e a inserção do marketing na vida do indivíduo, Kotler abordou também o conceito da informação como o produto de maior valor em nossa sociedade, sendo o insumo básico para qualquer organização, veja-se:

Informações podem ser produzidas e comercializadas como um produto. É essencialmente isso que escolas e universidades produzem e distribuem, mediante um preço, aos pais, aos alunos e às comunidades. Enciclopédias e grande parte dos livros de não ficção vendem informações. Revistas, como Road and Track e a Byte, fornecem informações consideráveis sobre os universos dos carros e dos computadores, respectivamente. Compramos CD-ROMs e visitamos a Internet em busca de informações. A produção, a embalagem e a distribuição de informações constituem um dos principais setores econômicos da sociedade de hoje¹⁰⁹ (KOTLER, 2000, p.26).

Sob uma ótica similar, Siqueira Jr.¹¹⁰ ao tratar sobre a era do conhecimento, frente um comparativo com a atual sociedade e o valor da informação, entende que:

“A ‘sociedade da informação’ tem como principal valor a informação, o conhecimento. Na era agrícola, a terra se configurava como o fator primordial da geração de riquezas. Na era industrial a riqueza surge da máquina a vapor e da eletricidade. Na era do conhecimento, a informação e o conhecimento são os atores centrais da produção econômica.”

Nesse contexto, cumpre elucidar quais as etapas evolutivas do marketing, e como ele se desenvolveu até chegar na modernidade. Kotler define o Marketing em quatro etapas, influenciadas pelas mudanças na sociedade, tais como a revolução industrial, a globalização, a popularização da internet e as mudanças na economia

¹⁰⁸KOTLER, P; Princípios de marketing. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1993. p. 27

¹⁰⁹ KOTLER, Philip. Administração de marketing. 10a ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000. p. 26.

¹¹⁰ SIQUEIRA JR., Paulo Hamilton. Teoria do direito. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 218.

global. Em que a primeira fase aconteceu em 1900, que era uma atividade subordinada à área econômica, sendo uma atividade funcional ligada a vendas e distribuição ao máximo possível de consumidores com produtos industrializados, visando a padronização e redução dos custos de produção.¹¹¹

Há muito tempo, durante a era industrial – quando a principal tecnologia se relacionava a equipamentos industriais –, o Marketing dizia respeito a vender os produtos da fábrica a todos que quisessem comprá-los. Os produtos eram relativamente básicos, concebidos para servir ao mercado de massa.¹¹²

A segunda fase, diferente da primeira, que após ter acesso a novas tecnologias, passou a receber mais informação e comparar produtos em suas características básicas. O valor do produto agora passa a ser definido pelo cliente.¹¹³ O que fez surgir a necessidade de trazer o produto no centro da estratégia de Marketing para gerar a demanda, resultando em estratégias de segmentação e definição de público-alvo, utilizando o conceito dos 4PS: produto, preço, praça e promoção.

De lá para cá, o desenvolvimento dos 4Ps sempre foi precedido pelo desenvolvimento de segmentação, definição de mercado-alvo e posicionamento. A introdução do modelo de Marketing estratégico marcou o nascimento do Marketing moderno. Essa foi a origem do Marketing 2.0.¹¹⁴

Nesse sentido, fomentada pelos avanços das tecnologias e da globalização, como já foi abordado neste trabalho, a terceira fase do marketing retrata as preocupações e desejos dos cidadãos globais, aproximando as empresas com as questões culturais dos seus consumidores na qual o marketing passou a ser encarado como uma disciplina que estuda as relações entre as partes. Desse modo o marketing 3.0 deixa de ser um “marketing emocional” como foi no 2.0 e passa a ser um “marketing de espírito”.¹¹⁵

Por fim, a quarta fase surge como um desdobramento natural da fase anterior devido a inserção do mundo digital e da conectividade entre redes, onde o marketing

¹¹¹ KOTLER, Philip. Marketing 3.0: As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2012. p. 3.

¹¹² Ibidem.

¹¹³ Ibidem. p. 4.

¹¹⁴ KOTLER, Philip. Marketing 3.0: As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2012. p. 31.

¹¹⁵ Ibidem. p. 5.

deve-se moldar a natureza transitória dos seus consumidores de modo que, os indivíduos tendem a mudar seus gostos e desejos de tempos em tempos, e as marcas agora tendem a estar relacionadas ao próprio estilo de vida do cidadão. Assim, o objetivo dos profissionais de marketing agora é transformar os indivíduos em embaixadores da marca.¹¹⁶

Marketing 4.0 é uma abordagem de Marketing que combina interações on-line e off-line entre empresas e clientes, mescla estilo com substância no desenvolvimento das marcas e, finalmente, complementa a conectividade máquina a máquina com o toque pessoa a pessoa para fortalecer o engajamento dos consumidores. Ele ajuda os profissionais de Marketing na transição para a economia digital, que redefiniu os conceitos chave do Marketing. O Marketing digital e o Marketing tradicional devem coexistir no Marketing 4.0 com o objetivo máximo de conquistar a defesa da marca pelos clientes¹¹⁷ (KOTLER, 2017 p.82).

Nesse contexto, pode-se concluir que o objetivo do marketing tem como verdadeira meta, conhecer e compreender tão bem o cliente que o produto ou o serviço se adapte a ele e se venda por si só, uma iniciação a ideia de nichos de clientes. Isto posto, o marketing visa deixar o cliente pronto para comprar para ao final, basta tornar o produto ou o serviço disponível e a demanda por ele já estará a espera.

Seguindo esse mesmo entendimento, ao abordar sobre algoritmos digitais Domingos versa de forma semelhante de como as informações disponíveis nas redes utilizadas pelo marketing na venda de produtos e/ou serviços são capazes de influenciar nossos gostos:

Os algoritmos sentenciam a informação que encontramos, os filmes que vemos, os produtos que compramos e até o nosso par. Em última instância, podem definir o que pensamos e qual a nossa personalidade – ou aquela que se crê ser a nossa personalidade –, com base em inferências probabilísticas decorrentes da monitorização da nossa atividade online.¹¹⁸

4.1.1 Diferença entre o Marketing e o Marketing Digital

¹¹⁶ KOTLER, Philip. Marketing 4.0. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2017. p. 8. (E-BOOK)

¹¹⁷ Ibidem. p. 60 (E-BOOK)

¹¹⁸ DOMINGOS, Pedro, A revolução do algoritmo-mestre: como a aprendizagem automática está a mudar o mundo, Barcarena, Manuscrito, 2017. p. 36

Elucida-se que, o Marketing Digital nada mais é do que a aplicação dos conceitos primordiais do marketing frente ao ambiente digital, sobretudo na internet, como um desdobramento natural de sua evolução em consonância ao desenvolvimento das sociedades, como visto anteriormente por Kotler em Marketing 4.0¹¹⁹. Partindo dessa premissa de interligação entre a rede e o posicionamento de marketing, é possível construir no ambiente digital uma marca forte online, visto a grande quantidade de informações que se pode coletar, aprofundando as campanhas tornando-as cada vez mais específicas para cada nicho social.

Sobre esse contexto, Solomon¹²⁰ sustenta que, o marketing digital possui uma maior capacidade de segmentação, abrangência, praticidade e comunicação personalizada, sendo bem mais econômica, tendo em vista a especificidade na coleta das informações, em contraposto das ações de comunicação convencional. Dito isto, compreende-se que o marketing digital se diferencia do marketing tradicional, sobretudo na utilização da internet como forma de interação primordial e como forma de relacionamento com o seu público-alvo, de forma segmentada e individualizada, e não como meio de comunicação em massa. Nesse sentido, torna-se capaz de atingir os nichos da sociedade, como abordado anteriormente, de forma mais habitual do que o marketing tradicional.

Surge então, como forma de efetivação do marketing digital, a necessidade de traçar um perfil que permita estabelecer quais as estratégias devem ser pensadas e qual o direcionamento que devem tomar para atingir um público-alvo específico. Nesse sentido, versa Cordeiro sobre perfis:

A definição de perfis é habitualmente feita em tempo real e pode versar sobre interesses, hábitos e preferências do titular dos dados, mas também, v.g., sobre o seu desempenho profissional, a sua situação econômica e a sua fiabilidade.¹²¹

¹¹⁹ KOTLER, Philip. Marketing 4.0. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2017. p. 8. (E-BOOK)

¹²⁰ SANTOS, Luciclaudia Daniel dos; VIEIRA, Mateus Lima; ISONI, Miguel Maurício. A contribuição das ferramentas do marketing digital para a vantagem competitiva em uma empresa de pequeno porte. Revista do Programa de pós-graduação em ciências sociais da UFRN: Cronos, v, 20 n. 2, jul/ dez. 2019. p. 33-55. apud SOMOLON, Michael R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 9. Ed.. Porto Alegre, RS: Bookman. 2011.

¹²¹ CORDEIRO, A. Barreto Menezes, Direito da proteção de dados: à luz do RGPD e da Lei n.º 58/2019, Coimbra, Almedina, 2020. p. 149.

Na perspectiva de Oliveira e Silva¹²² ao retratar sobre as tecnologias, e a forma com a qual elas afetam os padrões e comportamentos online, é abordado que:

Nesta roda viva tecnológica dos dados pessoais, tecnologias cada vez mais invasivas são utilizadas para extrair e analisar padrões de comportamentos online e estas informações passam a constituir a base de diversas atividades empresariais. “Não existe almoço grátis” é um ditado bem pertinente quando o assunto é coleta e utilização de dados pessoais. As empresas do setor tecnológico se especializam cada vez mais para fornecer produtos aparentemente gratuitos ao usuário, cujo “preço” embutido é o da coleta, refinamento e até venda de seus dados estrategicamente.

Em contrapartida para Castells¹²³, a internet no panorama de uma rede comunicacional integrada, tem a sua importância comparada a revoluções históricas:

A internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto a um motor elétrico em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana.

Tratando-se de Marketing Digital, por Chleba¹²⁴, a grande força dele, está na interatividade, na qual trata a exigência e desejo constante dos clientes, de modo que esta deve ser percebida como informação valiosa por meio dessa troca de dados que a internet possibilita. Nessa mesma ótica, Jamil¹²⁵ considera que a internet se tornou um elemento de estratégia indispensável e essencial, pois se uma organização ou um profissional deseja se manter competitivo no mercado, precisa considerar o fato que a internet vai ser um de seus recursos, tendo em vista a grande disponibilidade de informações que podem e devem ser colhidas nas redes.

Dessa forma, à luz dos conceitos acima expostos, conclui-se que o marketing pode ser entendido, em suma, pela busca pela satisfação dos desejos dos consumidores e o marketing digital como sendo a sua utilização por meio das novas tecnologias e redes sociais, tendo em vista, a coleta de dados dos usuários como

¹²² OLIVEIRA, Jordan Vinícius de; SILVA, Lorena Abbas da. Cookies de navegador e história da internet: desafios à lei brasileira de proteção de dados pessoais. Revista de Estudos Jurídicos UNESP, Franca, ano 22, n. 36, p.307, jul/dez. 2018.

¹²³ CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 8. ed. rev. ampl. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2005. p. 47.

¹²⁴ CHLEBA, Márcio. Marketing Digital: novas tecnologias e novos modelos de negócios – São Paulo: Futura, 2000. p. 19-22.

¹²⁵ JAMIL, G. L. Aspectos do ambiente gerencial e seus impactos no uso dos sistemas de inteligência competitiva para processos decisórios. Perspect. cienc. inf., Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p. 261-274, jul./dez. 2001. p. 244-245.

forma traçar um perfil de cada indivíduo para obter os seus interesses em atingir um público alvo e criação de identidade da marca.

4.2 FORMAS DE ATUAÇÃO DO MARKETING NO MUNDO VIRTUAL

Como visto anteriormente neste trabalho, ainda que haja a regulamentação da LGPD nos dados dos usuários nas redes, limitando a disseminação de informação de forma irrestrita, ela também autoriza o seu compartilhamento. Dessa forma, as empresas têm a possibilidade da comercialização dessas informações para traçar os perfis dos usuários, suas características, rotinas, gostos e desejos, com muito mais precisão devido ao acervo de dados a sua disposição.

Nesse sentido, pode-se concluir que a ciência mercadológica percebeu que na Internet poderia proporcionar uma abordagem publicitária mais efetiva. Por meio de diversas ferramentas tecnológicas, dentre as quais se destacam os *cookies*¹²⁶, tornou-se possível rastrear a navegação do usuário e, por conseguinte, conhecer os seus interesses para relacioná-los aos anúncios.¹²⁷

Outra ferramenta utilizada pelo marketing digital que ganha destaque atualmente é o Google Analytics sendo este o serviço oficial e gratuito de monitoramento de Marketing Digital do próprio Google. tendo como a sua principal função de coletar dados de acesso, comportamento e navegação em sites e aplicativos por meio de códigos de rastreamento além de organizar essas informações.¹²⁸

Ainda, esta ferramenta disponibiliza análises de tráfego, além de auxiliar webmasters (profissional qualificada para gerenciar criação e o desenvolvimento de sites) na otimização de páginas, na condução de testes e na tomada de decisões em negócios e estratégias de Marketing.¹²⁹

¹²⁶“Trata-se de programas de dados gerados com o objetivo principal de identificação do usuário, rastreamento e obtenção de dados úteis a seu respeito, especialmente, baseada em dados de navegação e de consumo. Tais fichários de dados, normalmente utilizados pelos provedores de Internet, são enviados aos navegadores dos usuários, em cujos computadores restam salvos em diretórios específicos” (MARTINS, Guilherme Magalhães. Responsabilidade por acidente de consumo na Internet. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p.227-228)

¹²⁷BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020 p. 16.

¹²⁸ COSTA, Daniel. O que é Google Analytics? Guia explicativo sobre como usar essa ferramenta. Rockcontent.

¹²⁹ Idem.

O aplicativo do google contém informações como dados coletados em tempo real, localização, origem do acesso, informações de tráfego e navegação, número de sessões, visualizações, taxa de rejeição, dados relacionados a aquisição de usuário por meio de campanhas como Google Ads, redes sociais, tempo de permanência e outras métricas.¹³⁰

Dessa forma, utilizando-se dessas ferramentas de obtenção de dados, a publicidade *on-line* pode ser direcionada com um grau de personalização jamais alcançado pela publicidade *off-line*. Por isso, a publicidade comportamental *on-line* reduz os custos da ação publicitária, uma vez que o produto ofertado é correlacionado cirurgicamente com o interesse do indivíduo, culminando numa maior probabilidade de êxito quanto à indução ao consumo.¹³¹

Ainda, os cliques feitos em anúncios publicitários permitem também, mensurar a sua eficiência, sendo o potencial consumidor monitorado com relação ao seu efetivo interesse na comunicação estabelecida. Em suma, o usuário da rede, é, a todo momento, monitorado, acumulando-se uma série de dados comportamentais sobre ele, que são utilizados para personificar campanhas publicitárias.¹³²

A ciência mercadológica reverte a vigilância constante dos dados dos indivíduos na internet, de modo geral, em um conhecimento para agregar eficiência à publicidade veiculada no ambiente virtual, onde esses dados pessoais são peça singular da engrenagem da economia da informação e do conhecimento.¹³³

Nesse sentido, fica nítido o potencial que os dados têm como ativos valiosos nessa sociedade conectada onde impera a vigilância. Conclui-se, portanto, que as estratégias de marketing que, na era digital, se baseiam em dados comportamentais dos consumidores tornando-as mais precisas e direcionadas, sendo capazes de entender os hábitos, preferências e analisar os perfis dos usuários, culminam em estratégias que moldam o comportamento dos indivíduos na tentativa de acender um desejo preexistente de se obter uma determinada marca e/ou serviço.

Neste prisma, delinear um perfil para o qual se tem interesse em alcançar, denominado de público-alvo, possibilita a assertividade quanto ao oferecimento das

¹³⁰ COSTA, Daniel. O que é Google Analytics? Guia explicativo sobre como usar essa ferramenta. Rockcontent.

¹³¹ BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020 p. 17.

¹³² Ibidem. pp. 17-18.

¹³³ Ibidem. p. 18.

ofertas, além de que, ao detentor dos dados, é garantida vantagem competitiva frente às demais instituições que desconhecem os interesses dos indivíduos.

Entretanto, o que se busca demonstrar neste trabalho é que, por mais que as informações pessoais dos usuários sejam tratados comumente como algo de valor comercializado por empresas, tendo inclusive a LGPD regulando esse compartilhamento, é notório que os titulares não têm conhecimento do que lhe custa ter seus dados compartilhados e usados pelas organizações. Em muitos casos o consumidor sequer tem conhecimento de que há um direito que protege seus dados.

Tal entendimento se faz claro quando se observa um usuário que necessita de determinado dispositivo tecnológico, acesso a algum site ou utilizar alguma rede social, em que o indivíduo compartilha seus dados através de formulários para obtê-lo, sem se questionar o motivo daquela exposição. Tendo em vista alcançar o seu objetivo, o usuário não observa, ou desconhece, o impacto que a disponibilização dos seus dados pode acarretar, consentindo com políticas de tratamento de dados sem mensurar o valor das informações disponibilizadas.

Entretanto, não se faz possível afirmar que não há uma troca de interesses legítima entre os indivíduos presentes nessa relação uma vez que, as organizações captam as informações dos usuários e oferecem algum tipo serviço ou produto em troca, mesmo que após a coleta esses dados ainda sejam utilizados para traçar um perfil de consumidores ou vendê-los.

Nesse sentido, cumpre esclarecer que o marketing digital não é de todo o mal, o presente trabalho busca demonstrar que, diante da cultura da sociedade informacional onde os dados detém um valor agregado, é necessário a adequação para a sua proteção, para além da regulamentação e orientação trazida pela LGPD, onde o usuário para exercer de forma consciente o seu direito de consentimento trazido pela referida lei deve ter primordialmente a ciência do quão importante são seus dados, ele deve alcançar a autodeterminação informacional.

4.2.1 Utilização das bases legais da LGPD pelos agentes de marketing digital para a coleta de dados

4.2.1.1 Base Legal do Consentimento

Conforme abordada anteriormente neste trabalho, a base legal do consentimento e do legítimo interesse são amplamente utilizadas para coleta de dados por empresas de marketing, sendo elas regulamentadas por lei e a seu respeito cabe esclarecer o seu conceito elencado no art. 5º, inciso XII da LGPD, veja-se:

XII - consentimento: manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada;¹³⁴

Compreender o consentimento no cenário do marketing digital é simples, basta observar na prática, quando o titular dos dados aceita cookies, termos de uso, seja de website ou aplicativos, e quando preenche formulários de redes sociais pela simples marcação em uma caixa com os dizeres: “aceito”, “concordo com os termos”, “sim”, entre outros. Técnica conhecida como “*click-wrap*”. Entretanto, deve ser observado que tal marcação não deve estar posta, o próprio usuário de manifestação livre deve preenchê-la.¹³⁵

Ademais, aliado a manifestação livre do titular é preciso que o texto acompanhado desta marcação seja claro, em linguagem acessível para que o usuário compreenda com clareza o que está consentindo para que exerça essa vontade de forma inequívoca e informada. E, neste sentido é o que preceitua o art. 8º da LGPD, §1º e §4º:

Art. 8º O consentimento previsto no inciso I do art. 7º desta Lei deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular.

§ 1º Caso o consentimento seja fornecido por escrito, esse deverá constar de cláusula destacada das demais cláusulas contratuais.

§ 4º O consentimento deverá referir-se a finalidades determinadas, e as autorizações genéricas para o tratamento de dados pessoais serão nulas.

Nesse óbice, quando o titular dá o seu consentimento e os responsáveis pelos seu tratamento, controlador e operador, seguem as diretrizes legais da LGPD, não há impedimentos legais que proíbam a utilização desses dados, respeitando finalidades lícitas e esclarecidas previamente, por óbvio.

¹³⁴ Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, [2020].

¹³⁵ LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. Validade e obrigatoriedade dos contratos de adesão eletrônicos (shrink-wrap e click-wrap) e dos termos e condições de uso (browse-wrap): um estudo comparado entre Brasil e Canadá. Tese 32 (Doutorado) – Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009. p. 454.

Assim, compreende-se que o consentimento tem a sua validade efetivada quando o titular confere autorização para o tratamento dos seus dados, tendo em vista a observância das finalidades que devem ser informadas.¹³⁶

4.2.1.2 Base Legal do Legítimo Interesse

Exposta como o marketing digital utiliza da base legal do consentimento para o tratamento de dados, passa-se a analisar a base legítimo interesse, também amplamente utilizada nas estratégias de marketing. A LGPD em seu art. 10 define o legítimo interesse como:

Art. 10. O legítimo interesse do controlador somente poderá fundamentar tratamento de dados pessoais para finalidades legítimas, consideradas a partir de situações concretas, que incluem, mas não se limitam a:
I - apoio e promoção de atividades do controlador; e
II - proteção, em relação ao titular, do exercício regular de seus direitos ou prestação de serviços que o beneficiem, respeitadas as legítimas expectativas dele e os direitos e liberdades fundamentais, nos termos desta Lei.

O supracitado artigo, traz então orientações para aplicação do legítimo interesse, procedendo o chamado “teste de adequação para utilização do legítimo interesse” ou “teste para utilização do legítimo interesse”, conhecido na GDPR (General Data Protection Regulation) como *Legitimate Interest Assessment* (LIA). Embora o legislador brasileiro não tenha estruturado claramente o teste no texto legal, é possível esquematizá-lo adequando-o ao ordenamento jurídico brasileiro¹³⁷.

Entretanto, antes de se analisar se o interesse é legítimo, é preciso questionar e delimitar qual é esse interesse, ou o “propósito” deste tratamento de dados pessoais e verificar se ele pode ser considerado legítimo e legal¹³⁸.

¹³⁶ MENDES, Laura Schertel. Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. – Série IDP: linha de pesquisa acadêmica.

¹³⁷ MATTIUZZO, Marcela; PONCE, Paula Pedigoni, O LEGÍTIMO INTERESSE E O TESTE DA PROPORCIONALIDADE: UMA PROPOSTA INTERPRETATIVA, Sociedade Internet, V. 1, N. 2, dezembro de 2020, p. 58. apud Bioni, B. R. (2019). Proteção de dados pessoais: A função e os limites do consentimento. Gen, Editora Forense.

¹³⁸Ibidem. p. 61.

Assim, verificada a legitimidade, para a aplicação do teste do legítimo interesse, devem-se observar três requisitos: (i) adequação, (ii) necessidade e (iii) proporcionalidade em sentido estrito.¹³⁹

No primeiro, deve-se analisar se a medida é apta a alcançar o resultado pretendido. Em seguida, o exame da necessidade exige que se questione se não há medida alternativa, menos gravosa para o direito fundamental atingido, que realize o objetivo com a mesma intensidade.¹⁴⁰

Por fim, deve-se analisar a proporcionalidade em sentido estrito, que consiste em teste de sopesamento entre a intensidade da restrição ao direito fundamental atingido e a importância da realização do direito fundamental que se pretende alcançar e que fundamenta a adoção da medida restritiva.¹⁴¹

4.3 CONTROLE DO COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES PESSOAIS E A VULNERABILIDADE DOS TITULARES DOS DADOS

Visível se faz a existência de uma grande dificuldade do titular em controlar seus dados, diante da sua intensa circulação entre as empresas, o que fragiliza as barreiras da privacidade, permitindo que esta seja invadida, tendo em vista que no uso compartilhado, uma única empresa é capaz de deter diversos tipos de informações diferentes sobre muitas pessoas, sem precisar do fornecimento direto do titular, resultando num banco de dados volumoso.¹⁴²

Nesse sentido, conforme abordado anteriormente, se uma empresa tem acesso ao banco de dados de aplicativos GPS, redes sociais, históricos de buscas, mercado e sites na internet que um indivíduo ou um grupo de usuários frequentemente usam, é possível identificar nesse usuários as suas preferências, intimidades, com quem se relacionam, o que deseja e etc, tendo em vista que as empresas que coletam esses dados fazem uso de tecnologias inteligentes que cruzam todas essas informações, filtrando o que lhes é útil, visando alcançar os mais

¹³⁹ MATTIUZZO, Marcela; PONCE, Paula Pedigoni, O LEGÍTIMO INTERESSE E O TESTE DA PROPORCIONALIDADE: UMA PROPOSTA INTERPRETATIVA, Sociedade Internet, V. 1, N. 2, dezembro de 2020, p. 59. apud Silva, V. A. da. (2002). O proporcional e o razoável. *Revista dos Tribunais*, 798, 23–50. p. 40.

¹⁴⁰ Ibidem.

¹⁴¹ Ibidem.

¹⁴² ALMEIDA MAGALHÃES, R.; OLIVEIRA, E. C. R. N. O DIREITO À PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL. *Revista Jurídica da FA7*, v. 18, n. 1, p. 55-70, 28 jun. 2021. p. 64.

diversos fins, inclusive controlá-los, por meio da manipulação dos dados a distância.¹⁴³

Por outro lado, se considerarmos o comportamento paradoxal dos usuários, é improvável que as empresas desenvolvedoras de redes sociais e aplicativos se sentissem impelidas a proporcionarem melhores formas de resguardar a privacidade de seus usuários, a não ser pelas questões legais impostas pelo governo [Lei No 12.965 2014; Lei No 13.709 2018]. Por fim, há um dilema imposto ao usuário que de fato se preocupa com sua privacidade, pois ao tempo em que ele precisa usar diversos aplicativos e redes sociais para aumentar sua produtividade, dar agilidade em tarefas diárias bem como se sentir digitalmente sociável, ele está refém em aceitar os termos impostos pela política de privacidade que não fornecem informações completas e coesas sobre a privacidade. Pode-se afirmar que há certo desequilíbrio entre optar pela comodidade dos serviços digitais ou pela privacidade de seus dados pessoais.¹⁴⁴

Nesse sentido, não é difícil identificar atualmente os anúncios direcionados ao usuários do mundo digital que utilizam dessa técnica de cruzamento de informações, basta uma pessoa realizar uma pesquisa na internet sobre determinado objeto ou serviço, gerando assim dados que indicam um possível interesse, e logo aparecem propagandas daquilo que se pesquisou na caixa de e-mail pessoal, no canto das páginas dos sites e até mesmo nas redes sociais do indivíduo indicando variações daquele produto e, para o caso de serviços, opções próximas indicando a região onde ele mora.

Vislumbrando essa situação que foi exposta, conclui-se que é inviável tentar descobrir como essas empresas conseguiram tantas informações devido a grande quantidade e a intensa circulação de dados pessoais, tornando-se quase impossível a realização de um acompanhamento de cada etapa, pessoas e/ou entidades envolvidas no caminho em que percorreram.¹⁴⁵

Não obstante, a Lei Geral de Proteção de Dados estabelecer a possibilidade da Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD) exigir das empresas um relatório de impacto, conforme consta no artigo 5º XVII e 38 da lei, com descrição dos

¹⁴³ ALMEIDA MAGALHÃES, R.; OLIVEIRA, E. C. R. N. O DIREITO À PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL. Revista Jurídica da FA7, v. 18, n. 1, p. 55-70, 28 jun. 2021. p. 63-64.

¹⁴⁴ SOARES, Hebert Junior; ARAÚJO, Nelcilenio V. de S.; DE SOUZA, Patricia. Privacidade e Segurança Digital: um estudo sobre a percepção e o comportamento dos usuários sob a perspectiva do paradoxo da privacidade. In: WORKSHOP SOBRE AS IMPLICAÇÕES DA COMPUTAÇÃO NA SOCIEDADE (WICS), 1., 2020, Cuiabá. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2020. p. 97- 106.

¹⁴⁵ ALMEIDA MAGALHÃES, R.; OLIVEIRA, E. C. R. N. O DIREITO À PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL. Revista Jurídica da FA7, v. 18, n. 1, p. 55-70, 28 jun. 2021. p. 64.

processos de tratamento de dados pessoais nos seus bancos de dados, como um mecanismo de fiscalização, uma espécie de boletim de ocorrência, indicando também a criação de novos cargos e setores¹⁴⁶, e a adoção de técnicas e normas de segurança da informação que essas empresas deverão instalar como medidas de proteção dos dados tratados, ainda, percebe-se que é complicado refazer, ou mesmo demonstrar, todo o caminho percorrido pelos dados durante a prática do compartilhamento, para obter o controle da informação.

Raramente o cidadão é capaz de perceber o sentido que a coleta de determinadas informações pode assumir em organizações complexas e dotadas de meios sofisticados para o tratamento de dados podendo escapar a ele próprio o grau de periculosidade do uso desses dados por parte de tais organizações. Além disso, é evidente a enorme defasagem de poder existente entre o indivíduo isolado e as grandes organizações de coleta de dados: nessas condições é totalmente ilusório falar em “controle”. Aliás, a insistência em meios de controle exclusivamente individuais pode ser um álibi de um poder público desejoso de esquivar-se de novos problemas determinados pelas grandes coletas de informações, e que assim se refugia em uma exaltação ilusória, dos poderes do indivíduo, o qual se encontrará, desta forma, encarregado da gestão de um jogo do qual somente, poderá sair com perdedor.¹⁴⁷

Dessa forma, a partir do entendimento do quanto abordado pelo Professor Stefano Rodotà no trecho acima, pode-se concluir que o uso compartilhado pode ferir o direito de privacidade, pois uma pessoa não é capaz de controlar a circulação de suas próprias informações ou mesmo escolher aquilo que está disposto a tornar público, tendo a necessidade, por impulso da carência de utilização dos recursos digitais ou mesmo pelo desconhecimento dos seus riscos de se expor a todo momento.¹⁴⁸

Assim, para participar de uma sociedade movida e alimentada pela informação, os usuários deixam rastros e fragmentos de seus dados, que são coletados e/ou comercializados por empresas que se beneficiam desses elementos para angariar lucros em cima de uma padronização através dos mecanismos do “Big Data”.

Entretanto, sob a ótica de que a própria LGPD disponibiliza mecanismos de controle e regras de tratamento de dados, a justificativa da dificuldade de controle das

¹⁴⁶ Vide artigo 5º VI, VII, VIII. Agentes de tratamento e encarregados, responsáveis pelo tratamento de dados pessoais

¹⁴⁷ RODOTÁ, Stefano. A vida na sociedade de vigilância: a privacidade hoje. Org. Maria Celina Bodin de Moraes. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 37.

¹⁴⁸ ALMEIDA MAGALHÃES, R.; OLIVEIRA, E. C. R. N. O DIREITO À PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL. Revista Jurídica da FA7, v. 18, n. 1, p. 55-70, 28 jun. 2021. p. 65.

informações disponibilizadas pelos usuários que circulam entre as empresas não é suficiente para argumentar que este uso compartilhado fere o direito de privacidade. Entretanto, a ideia da legalidade isolada não emana força o suficiente para proteção do indivíduo, tendo em vista que, na prática, no compartilhamento de dados há diversos fatores que, mesmo havendo legislação, fragilizam os valores fundamentais que formam as barreiras da privacidade, deixando os titulares dos dados vulneráveis.¹⁴⁹

Nesse sentido, não é estranho o pensamento de que os indivíduos tendem a colocar suas necessidades quanto a utilização de recursos tecnológicos hierarquicamente acima da proteção da sua privacidade. Isso ocorre pois, conforme já exposto neste trabalho, a globalização trouxe consigo a ideia da sociedade informacional, onde os indivíduos estão conectados através das tecnologias, sendo estas geridas por empresas que, ao fornecer estes serviços, coletam em troca os dados dos seus usuários.¹⁵⁰

Verifica-se então que o indivíduo utiliza de suas informações como uma “moeda de troca” onde encontra-se mercadologicamente em uma posição inferior, pelo fato dele ser observado a todo o tempo por meio da análise de dados pessoais aliado a necessidade dessa exposição perante a utilização das tecnologias.¹⁵¹

Dessa forma, as instituições têm o controle das informações que querem usar e sabem sobre a vida privada dos seus usuários, o que lhes garante uma condição hierarquicamente superior, colocando seus interesses acima da proteção da privacidade do indivíduo, já que eles passam a ser meros fornecedores.

Dessa forma, os indivíduos encontram-se em uma situação de vulnerabilidade perante as instituições que coletam seus dados pessoais, já que se encontram em um ambiente virtual (Big Data), com uma grande dificuldade no seu controle, apesar da acessibilidade, onde os titulares dos dados tem que confiar que as suas informações estão sendo utilizadas de forma idônea observados os princípios dispostos na LGPD, conforme seu artigo 6º.¹⁵²

Assim, tendo em vista que existem interesses de mão dupla, onde constata-se que o mercado tem a necessidade de coletar informações para manter-se atualizado

¹⁴⁹ ALMEIDA MAGALHÃES, R.; OLIVEIRA, E. C. R. N. O DIREITO À PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL. Revista Jurídica da FA7, v. 18, n. 1, p. 55-70, 28 jun. 2021 p. 66.

¹⁵⁰ Ibidem.

¹⁵¹ Ibidem.

¹⁵² Ibidem.

e os indivíduos têm a necessidade de utilizar dos recursos tecnológicos, faz-se necessário a efetivação dos mecanismos de proteção à privacidade aos dados dos titulares, para que a exposição dos dados ocorra de forma controlada.¹⁵³

Entretanto, para efetivação destes mecanismos de proteção e controle dos dados, que visam o status de direito fundamental da privacidade, não basta somente a legalidade da norma, deve haver o mútuo respeito aos direitos envolvidos nas relações jurídicas, tanto dos titulares quanto das empresas.¹⁵⁴

4.3.1 A tecnologia em prol da atuação do indivíduo para proteção dos seus dados

Conforme já abordado por este trabalho, o indivíduo está imerso na fluidez das próprias informações pessoais nas redes quando estabelece uma relação de troca com os atores envolvidos no processo de tratamento desses dados que constituem, entre si, “parceiros comerciais” ao compartilhar essas informações, visando operacionalizar modelos de negócios baseados em publicidades direcionadas. Por esse ângulo, o mercado atua numa estrutura de agregação de dados tornando comum esta prática, sob o entendimento de que, pela cooperação entre esses agentes, permite-se o compartilhamento dos dados visando alcançar uma finalidade comum.¹⁵⁵

Em suma, as mais variadas informações que são coletadas, agregam-se por meio do seu compartilhamento pelos diversos integrantes dessa rede, culminando num compilado de dados que formam perfis precisos dos hábitos do potencial consumidor. Forma-se então um complexo ecossistema onde integram diversos agentes de tratamento de dados que põem “as mãos” sobre essas informações, tornando o fluxo volátil, e como consequência, o titular desses dados encontra-se perdido devido à dificuldade de determinar precisamente quem são esses atores¹⁵⁶.

¹⁵³ ALMEIDA MAGALHÃES, R.; OLIVEIRA, E. C. R. N. O DIREITO À PRIVACIDADE NA ERA DIGITAL. Revista Jurídica da FA7, v. 18, n. 1, p. 55-70, 28 jun. 2021. p. 66.

¹⁵⁴ Ibidem. 67.

¹⁵⁵ BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020 p. 138

¹⁵⁶ BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020. p 138.

Nesse sentido, percebemos que esse sistema torna o titular vulnerável, na medida em que, ele deveria em teoria, ter consciência a respeito de todos os atores envolvidos e suas respectivas práticas no tratamento dos dados, para que somente ao final, observando os prós e contras dessa relação, pudesse gerenciar as suas informações, consentindo ou não com o seu compartilhamento¹⁵⁷.

Entretanto, conforme trazido pelo professor Bruno Bioni, devido a racionalidade limitada do ser humano, é pouco provável que o indivíduo absorva todas as informações que seriam necessárias para julgar correto o compartilhamento dos seus dados¹⁵⁸. A *bounded rationality* (limitação racional) prescreve justamente que a capacidade do indivíduo de absorver informação é limitada, por tanto, torna-se inviável a tentativa de assimilar e memorizar os inúmeros atores que compõem a referenciada rede social de publicidade, quanto mais compreender como os dados pessoais serão por eles tratados, já que cada um deles tem suas políticas de privacidades próprias¹⁵⁹.

Ainda, vale ressaltar que, para além dessa limitação racional que o indivíduo carrega, que o inibe de compreender todos os agentes envolvidos no processo de tratamento de dados e o papel de cada um deles, temos também a própria vontade do titular em utilizar aquele serviço de forma imediata. Essa decisão de utilidade subjetiva se traduz na tendência do ser humano de valorizar apenas nos benefícios que lhes são visíveis e imediatos, o que no âmbito digital é representado pelo acesso a um produto ou serviço on-line, deixando de sopesar os possíveis prejuízos advindos da concessão do uso de seus dados pessoais, tendo em vista serem possíveis problemas enfrentados em cenários futuros¹⁶⁰.

Dessa forma, por mais que os titulares dos dados tenham a noção da importância do seu tratamento e a proteção da sua privacidade, as tomadas de decisões ainda são contrárias a essa prática, de forma a agir por impulsividade e de forma desleixada. Isto posto, torna-se nítido que o titular dos dados se encontra em uma situação de vulnerabilidade, posto em xeque noção de que ele é plenamente

¹⁵⁷ Ibidem.

¹⁵⁸ Ibidem. p. 139

¹⁵⁹ Ibidem. apud. ACQUISTI, Alessandro; GROSSKLAGS, Jens. Privacy and rationality in individual decision making. IEEE Security & Privacy Review, jan./Feb. 2005. p. 25.

¹⁶⁰ Ibidem. apud. KERR, Ian; BARRIGAR, Jennifer; BURKELL, Jacquelyn; BLACK, Katie. Soft surveillance, hard consent. In: KERR, Ian (Ed.). Lessons from the identity trail: anonymity, privacy and identity in a networked society. New York: Oxford University Press, 2009. p. 9.

capaz de realizar o processo de tomada de decisão, tendo em vista que a autonomia do indivíduo é sufocada pelas complexas práticas de captação de dados por todo o mercado que trata as informações pessoais como ativos econômicos¹⁶¹.

Nesse sentido, por mais que haja a Lei Geral de Proteção de Dados e que os diversos agentes que atuam no tratamento dos dados do titular sigam as diretrizes impostas pela referida lei, o usuário padrão das redes ainda é alheio a necessidade de sua própria observância para fazer valer a proteção de sua privacidade.

Surge então nesse sentido a ideia da autorregulação do mercado, onde as próprias tecnologias poderiam ser utilizadas para trazer um equilíbrio mais favorável para o titular, possibilitando a ele um controle mais efetivo dos processos de obtenção de dados, indo além das simples políticas de privacidade, que se mostra uma ferramenta que não capacita, efetivamente, o cidadão ao exercício do controle sobre suas informações. Sob o entendimento de que, as políticas de privacidade são uma espécie de contrato de adesão feito unilateralmente pelo elo mais forte da relação, que determinará os rumos do fluxo informacional dos usuários, sem deixar margem para qualquer faixa de controle dos usuários.¹⁶²

Nesse sentido, se por um lado a tecnologia pode ser invasiva à privacidade informacional, por outro, ela pode também ser uma ferramenta de proteção aos dados pessoais. Nesse contexto, menciona-se as tecnologias de melhoramento da privacidade (Privacy Enhancing Technologies - PETs)¹⁶³, essas ferramentas atuam na tentativa de equalizar a assimetria da relação entre o mercado e o cidadão, uma vez que são capazes de empoderar os titulares com um melhor controle sobre seus dados.

Uma dessas ferramentas utilizadas pelas PETs é a Do Not Track/DNT (não rastreie), onde, ao navegar pela internet, permitiria que o usuário a qualquer momento acione um comando exteriorizando a vontade de deixar de compartilhar os seus dados com um agente de tratamento específico¹⁶⁴. Percebe-se que tal tecnologia simplifica o controle dos dados, na medida em que apagaria os rastros deixados no

¹⁶¹ BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 151.

¹⁶² *ibidem* pp. 162-163.

¹⁶³ *ibidem* p. 167.

¹⁶⁴ *ibidem* p. 170.

ambiente virtual, sem que necessariamente o usuário fosse um expert no assunto¹⁶⁵. Entretanto, a efetivação dessa ferramenta enfraqueceu devido ao conflito gerado pela dúvida de quem seria a autoridade para implementar o DNT e como se daria sua padronização, tendo em vista o conflito de interesses entre as indústrias de publicidade, que necessitam desses dados para seu funcionamento, e dos detentores dos domínios dos sites.¹⁶⁶

Outra ferramenta que permitiria o usuário um melhor gerenciamento dos seus dados é a Platform for Privacy Preference/P3P, que nada mais é do que a utilização do próprio navegador da internet como mecanismo de seleção de dados que poderiam ser tratados e/ou compartilhados com terceiros, tendo em vista que a publicidade direcionada pode ser do interesse do titular. Nesse sentido, o navegador de internet procederia a uma análise automatizada de políticas de privacidade acessadas, verificando se há ou não a compatibilidade das preferências de privacidade pré-estabelecidas. Entretanto, esta ferramenta esbarrou no mesmo problema enfrentado pela DNT, a falta de padronização para implementar o mecanismo, já que existem uma infinidade de termos de uso com formatos diferentes e finalidades distintas disponíveis no mundo virtual.¹⁶⁷

Dessa forma, a perspectiva de que a própria tecnologia poderia atuar na assimetria da relação do mercado informacional e do titular dos dados, coletando as informações pessoais na mesma medida em que fornece ferramentas para sua privacidade, mostrou-se inviável no plano da realidade dos fatos. A aposta na autorregulação do mercado com a atuação das próprias tecnologias disponíveis por ele fracassou, isso devido ao conflito de interesse dos diversos agentes envolvidos e a falta de uma intervenção regulatória que padronizasse e tornasse as PETs executáveis ao titular dos dados.¹⁶⁸

A viabilização da combinação entre o direito e a tecnologia, demandando necessariamente uma tomada regulatória, seria uma forma de tornar essas

¹⁶⁵ BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020. pp. 170-171. apud. MCDONALD, Aleecia M; CRANOR, Lorrie Faith. The Cost of Reading Privacy Policies. *Journal of Law and Policy for Information Society*, v. 4, p. 543-570, 2008. p. 2.

¹⁶⁶ BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 171.

¹⁶⁷ Ibidem. p. 173.

¹⁶⁸ Ibidem. p. 191.

ferramentas executáveis e incentivaria a sua utilização.¹⁶⁹ Isso quer dizer que, a implementação dessas tecnologias devem observar certas balizas, a fim de alcançar a autodeterminação informacional do indivíduo, ou seja, é necessário ter um uso fácil e amigável, despertando uma real capacidade de gerenciamento de suas informações de forma prática e não apenas teórica. Do contrário, o empoderamento do usuário, que em tese deveria ser alavancado pela transparência do fluxo informacional e a diminuição da assimetria com o mercado de dados, será apenas uma promessa não cumprida.¹⁷⁰

Ainda, ao constatar essa relação de dever-direito de informação perante o titular dos dados, a efetivação e canalização de esforços para a implementação de PETs, possibilita a sua transformação em um instrumento real de melhoria de privacidade. Desse modo, os bons resultados das PETs significam, em termos de proteção de dados, a possibilidade de despertar no indivíduo a capacidade genuína de gerenciamento de suas informações pessoais, ou seja, o sujeito deixaria a sua situação de vulnerabilidade, ou diminuiria essa posição. As tecnologias podem e devem empoderar os indivíduos para que superem as fraquezas impostas pelos agentes de tratamento de dados, devendo haver uma relação entre a autodeterminação informacional e a tecnologia.¹⁷¹

4.3.2 Educação digital como instrumento de desenvolvimento da noção de proteção dos dados pessoais

Vivenciamos um modelo econômico que se fundamenta no fluxo de dados pessoais, o que como visto, demandou a mudança no conceito de privacidade para se adequar a esta economia de dados. Nota-se, portanto, que empresas de todos os ramos de atuação no mercado se utilizam de dados pessoais para o incremento do desempenho de seus modelos de negócio: a extração, o tratamento e a elaboração

¹⁶⁹ KOOPS, Bert-Jaap; LEENES, Ronald E. 'Code' and the slow erosion of privacy. Michigan Telecommunications and Technology Law Review, v. 12, n. 1, 2005. p. 187.

¹⁷⁰ BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 191.

¹⁷¹ *ibidem*. p. 192.

de perfis com a utilização de dados pessoais permitem o direcionamento de experiências e respostas mais assertivas para o consumidor final.¹⁷²

Nesse contexto, surge o dever do próprio indivíduo de reconhecer a sua condição de vulnerabilidade e buscar formas de superá-la, para além de depender de ações da própria tecnologia de coleta de dados como visto anteriormente. Faz-se então, para a sociedade como um todo, uma educação digital como a forma de preservação dos dados pessoais exercida a priori, reservados, preservados em sentido antecipado, à anterioridade de qualquer exposição e, seguindo-se, ainda mesmo depois de transmitidos, repassados ou veiculados, mantida a cautela preservativa, na medida do possível, perfazendo-se todo o resguardo possível dos dados pessoais.¹⁷³

Assim, pensar em educação digital é atentar ao respeito à privacidade dos nossos dados, sem perder a nossa capacidade de informação do mundo à nossa volta, de tal modo a permitir, sem influências de dominação, a possibilidade de desenvolvimento da personalidade de cada indivíduo.¹⁷⁴

Nesse contexto, precisamos falar sobre a autodeterminação informativa, que busca incluir o titular não apenas na fase de consentimento, mas também em fases sucessivas do tratamento de dados pessoais, compreendendo o direito de fornecer e ter acesso aos seus dados, o que será feito com eles, quais as garantias e as pessoas envolvidas no tratamento. Assim, proporcionar a tutela de suas próprias informações, como afirma Doneda, não se limita a um aspecto negativo, de não expor ou fornecer os dados, mas de escolher o que será feito com eles, com base em informações suficientes, claras e de qualidade, que permitam a realização de escolhas livres e conscientes.¹⁷⁵

A Lei Geral de Proteção de Dados tem um objetivo de fomento de uma cultura de proteção de dados pessoais no Brasil, como se percebe de sua própria estruturação, de modo que os artigos iniciais deste diploma legal possuem um

¹⁷² VASCONCELOS, Stela Tannure Leal de. Educação digital, proteção de dados pessoais e novos espaços de trabalho jurídico. Revista Interdisciplinar de Direito. Revista Interdisciplinar de Direito. v. 19, n. 1, p. 166-174, jan./jun., 2021. DOI: 10.24859/RID.2021v19n1.1089. p.3.

¹⁷³ MARQUET, Helena Maria; GREGORI, Isabel Christine Silva de; Anais do II Seminário sobre Inteligência Artificial, Proteção de Dados e Cidadania [recurso eletrônico] / organizadores: Thami Covatti Piaia, Stéfani Reimann Patz, Gabriel Henrique Hartmann. - Santo Ângelo: EdiURI, 2021. p. 166.

¹⁷⁴ Ibidem. p. 167

¹⁷⁵ BORELLI, Alessandra; ZAMPERLIN, Emelyn. "A importância da conscientização do tema privacidade e proteção de dados nas empresas." Data Protection Officer (Encarregado): teoria e prática de acordo com a LGPD e o GDPR. Henrique Fabretti Moraes, Renato Opice Blum, Rony Vainzof (coord.). 1. Ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. p. 367.

objetivo claro de detalhar os conceitos e fundamentos sobre os quais se estrutura a proteção de dados pessoais.¹⁷⁶ Percebe-se então, que o aprofundamento de uma cultura de proteção de dados no Brasil passa pelo incremento de mecanismos de educação digital: compreender a relevância deixa os processos contribuir para melhor entendimento dos limites e para a efetivação dos direitos elencados na LGPD.¹⁷⁷

Percebe-se o importante papel da educação individual como forma de condicionar o indivíduo a compreender qual o papel dos seus dados na sociedade atual, como influenciam o mercado informacional, qual o valor da sua privacidade e como o uso dessas informações podem impactar o cotidiano¹⁷⁸.

Outrossim, a compreensão dos fundamentos e princípios da LGPD se torna mais clara quando é vivenciado um movimento de conscientização e educação para a proteção de dados pessoais. Como um exemplo desta aplicação amadurecida, pode-se falar no entendimento a respeito do princípio da transparência, apresentado no art.6º, VI, da Lei Geral de Proteção de Dados:

Se o objetivo da legislação é tutelar direitos fundamentais, como privacidade o livre desenvolvimento da personalidade, por meio do tratamento ético responsável e seguro dos dados pessoais, não há como garantir referida tutela sem transparência, ou seja, sem que o titular dos dados tenha conhecimento de quem é o agente do tratamento e sobre as características do tratamento, com informações claras, precisas e facilmente acessíveis.

O titular dos dados carece da ampla informação sobre o tratamento de seus dados para que consiga enxergar, cristalinamente, a legalidade, legitimidade e a segurança do tratamento de acordo com o seu propósito, adequação e necessidade. Assim, terá condições para refletir sobre o tratamento e tomar decisões de acordo com os seus direitos.¹⁷⁹

É possível inferir da leitura deste comentário que a compreensão efetiva por parte do titular de dados pessoais a respeito da aplicação do princípio da transparência, no sentido legal, somente pode ser alcançada quando existe

¹⁷⁶ VASCONCELOS, Stela Tannure Leal de. Educação digital, proteção de dados pessoais e novos espaços de trabalho jurídico. Revista Interdisciplinar de Direito. Revista Interdisciplinar de Direito. v. 19, n. 1, p. 166-174, jan./jun., 2021. DOI: 10.24859/RID.2021v19n1.1089. p.4.

¹⁷⁷ Ibidem. p.5.

¹⁷⁸ RODRIGUES, Paula Marques; Vieira, Alessandra Borelli. Capítulo 2 – Educação como um dos pilares para a conformidade. In: BLUM, Renato Opice (Org.). Lei Geral de Proteção de Dados: desafios e soluções na adequação à lei. Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 6.

¹⁷⁹ VAINZOF, Rony. “Capítulo I – Disposições Preliminares”. LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. Renato Opice Blum e Viviane Maldonado (coord.). 2. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. pp. 24-51.

entendimento a respeito do que são os seus dados pessoais, seus limites, suas possibilidades de coleta e tratamento por parte de controladores etc.

Ainda, é de suma importância a aplicação de métodos educacionais que proporcionem para os titulares dos dados uma compreensão mínima e objetiva de determinado produto ou serviço, oferecidos pelo mercado, bem como as possibilidades do uso das informações que foram entregues, além dos riscos que podem surgir de uma eventual má utilização.¹⁸⁰ Para que dessa forma, a educação digital possa desempenhar o seu papel de vetor de mudança, promovendo cada vez mais a cultura do ambiente virtual, fazendo o indivíduo conquistar a sua autodeterminação informacional.¹⁸¹

¹⁸⁰ RODRIGUES, Paula Marques; Vieira, Alessandra Borelli. Capítulo 2 – Educação como um dos pilares para a conformidade. In: BLUM, Renato Opice (Org.). Lei Geral de Proteção de Dados: desafios e soluções na adequação à lei. Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 8.

¹⁸¹ BLUM, Renato Opice. O Marco Civil da Internet e a educação digital no Brasil. In: ABRUSIO, Juliana (coord.) *Educação digital*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015. p. 186.

5 CONCLUSÃO

Devido a modernidade do mundo globalizado e as relações por meio do universo digital para a concepção de vida social, os indivíduos submeteram-se a uma constante observação, através do fornecimento de suas informações pessoais, exposição sua rotina e de seus desejos íntimos, para participar ativamente como um ser existente nessa sociedade. Afinal, na contemporaneidade, faz-se quase impossível não estar conectado ou não ter informações retidas em uma base de dados.

Ao conectar-se à internet para as mais diversas e simples finalidades, como buscas em sites ou aplicativos de redes sociais, as pessoas produzem informações que são coletadas e armazenadas em equipamentos eletrônicos, permitindo que quem as colheu, utilize-as como bem entender, inobstante haver regulação legal da privacidade do indivíduo. Isso se torna um grande problema para os titulares dos dados e para a sociedade como um todo quando essas informações são compartilhadas e disponibilizadas a terceiros, pois culmina na transformação da vida privada do indivíduo em uma espécie de ativo digital, colocando-o em uma posição de vulnerabilidade.

Tais práticas de coletas de informação só se tornaram possíveis e efetivas com o advento da tecnologia e o seu desenvolvimento digital, que culminaram no grande uso e circulação de dados, dando origem ao fenômeno chamado Big Data, que significa de forma simplificada um conjunto de técnicas capazes de se analisar enormes quantidades de dados para a geração de resultados importantes, possibilitando, dessa forma, ao interessado beneficiar-se dessas informações para chegar a um resultado útil.

Diante do exposto, pode-se concluir que os dados pessoais podem ser usados das mais diversas formas, pois como visto neste trabalho, eles circulam entre diversos agentes de tratamento e são armazenados em locais virtuais fora do alcance de qualquer forma de controle por parte do titular. Nesse óbice, vem à tona a necessidade e a relevância da proteção das informações pessoais, pois, além de serem usados de forma desenfreada, os dados pessoais servem para revelar a identidade do indivíduo e, a depender da forma como são usados, atingem a privacidade do titular.

Neste diapasão, cumpre lembrar que o mundo viveu momentos em que a privacidade na internet era violada comumente e ocorriam inúmeros escândalos de incidentes de segurança em bases de dados. Desse modo, diversos países se manifestaram diante da necessidade de criação de regulamentos e ordenamentos legais que tentaram alcançar esse novo direito sobre o prisma digital. Delimitando noções básicas como: o que são dados, a quem pertencem, quem são os responsáveis pela sua coleta, quais as responsabilidades inerentes a coleta e tratamento dessas informações. Este foi o caso da General Data Protection Regulation (GPDR).

Assim, foi com essa concepção que surgiu a Lei Geral de Proteção de Dados, em que os operadores do direito perceberam que os perigos e questões ligadas à exposição e utilização de dados, notadamente para fins comerciais, não mais eram questões pertencentes a um futuro distante, mas sim de uma necessidade imediata de regulação. Aliado a isso, consolidou-se o entendimento que os dados privados dos indivíduos influenciam diretamente na sua convivência no meio social, já que eles acabam por fornecer e delimitar importantes características e preferências dos cidadãos.

Desse modo, a regulação brasileira não visou destruir a relação entre os operadores e os titulares de dados, o objetivo da LGPD foi de traçar padrões mínimos e esperados de segurança e respeito à personalidade do indivíduo. Inclusive, concedendo ao próprio cidadão a autonomia para administrar os seus dados, em que o titular, por meio do consentimento livre, informado e inequívoco, poderia validar ou não práticas de tratamento de suas informações pessoais. Conhecida posteriormente como autodeterminação informacional.

Ainda, nesse ponto, em que pese haver a regulação legal estabelecida pela LGPD, os agentes de tratamento, em particular aqueles responsáveis por campanhas de Marketing Digital, não deixaram de coletar dados dos usuários. Isso porque, respeitando as bases legais e princípios estabelecidos no ditame legal, faz-se possível a coleta dos dados, em que, inobstante não estarem violando diretamente a privacidade do indivíduo, perante a lei, suas práticas culminam na vigilância constante dos usuários de meios digitais.

Essa prática foi viabilizada diante das inúmeras ferramentas disponíveis nos meios digitais que possibilitam a sincronização de dados para que o seu agente de tratamento possa alcançar o seu objetivo. Nesse sentido, os dados pessoais

transformaram-se em alvos do comércio digital, em que, empresas passaram a exercer atividades financeiras voltadas a coleta e distribuição dessas informações pessoais.

Ainda assim, as tecnologias não devem ser encerradas como um grande mal, de forma que, inobstante a sua possibilidade na atuação conjunta com os agentes de tratamento, elas também podem ser utilizadas para a garantia da proteção do titular dos dados, por meio de PTEs. Essas ferramentas atuam na tentativa de equalizar a assimetria da relação entre o mercado e o cidadão, na medida em que são capazes de empoderar os titulares com um melhor controle sobre seus dados.

Entretanto, o titular dos dados não pode depender exclusivamente das tecnologias para a proteção dos seus direitos, ele deve fazer valer o que foi preconizado na LGPD em relação a sua autonomia do consentimento. Assim, para alcançar a plena preservação da sua personalidade em meio ao mundo digital, o indivíduo deve desenvolver uma criticidade quanto a análise de como as suas informações estão sendo divulgadas. Para que desse modo, possa atuar com a sua autodeterminação informacional na proteção de sua privacidade sem perder a conectividade com o mundo digital.

Assim, por todo o exposto, verifica-se que, inobstante haver leis e regulamentos que gerenciam a proteção da personalidade do sujeito em meio ao mundo digital, o indivíduo não perde a sua condição de vulnerabilidade. Isto se dá pela quantidade volumosa de dados e de agentes de tratamento que se utilizam das mais diversas técnicas para filtrar as informações pessoais dos usuários, retirando aquilo que lhe é útil.

Esclarece-se ainda que, todo o caminho percorrido pela Lei Geral de Proteção de Dados no Brasil se faz de suma relevância e grande valia para o desenvolvimento da noção de proteção dos dados pessoais. A importância de uma norma no ordenamento jurídico brasileiro que trata especificamente deste tema é magnânima, pois é um grande ponto de partida para melhoramentos futuros.

Dessa forma, surge a necessidade do indivíduo de se reafirmar como guardião de suas informações privadas, inobstante o vigor de uma lei que preza pela sua proteção, na medida em que, é imprescindível o desenvolvimento de uma visão crítica perante o compartilhamento de dados. Assim, o titular dos dados deve ter a consciência de que, quando vai utilizar-se de dispositivos tecnológicos, ele pode estar efetivamente em uma relação comercial, em que seus dados são a moeda de troca.

Desse modo, partindo dessa premissa, ele será capaz de avaliar se aquela relação estabelecida é relevante, quais os dados que ele está disposto a compartilhar, ter a noção de que há a possibilidade da revogação do consentimento dado a aquele tratamento e uma noção inicial de quem serão os agentes que operam suas informações. Somente assim, o indivíduo alcançará a sua autodeterminação informacional, conforme consta como um dos objetivos da implementação da LGPD, aproximando-se de uma condição mais igualitária com os agentes do Marketing Digital.

6 REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SENADO. **Punições pelo uso indevido de dados pessoais começam a valer no domingo.** Publicado em 29 de jul. de 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/07/29/punicoes-pelo-uso-indevido-de-dados-pessoais-comecam-a-valer-no-domingo#:~:text=Dentre%20as%20san%C3%A7%C3%B5es%20administrativas%20previstas,pessoais%20relacionados%20%C3%A0%20irregularidade%2C%20a>. Acesso em: 21/10/2022.

ALMEIDA MAGALHÃES, R.; OLIVEIRA, E. C. R. N. **O direito à privacidade na era digital.** Revista Jurídica da FA7, v. 18, n. 1, p. 55-70, 28 jun. 2021. Disponível em: <https://periodicos.uni7.edu.br/index.php/revistajuridica/article/view/1173>. Acesso em: 22/10/2022.

BALDISSERA, Olívia. **O que faz o Data Protection Officer (DPO), profissão em alta no mercado de trabalho.** Curitiba: PUCPR, 2021. Disponível em: <https://posdigital.pucpr.br/blog/data-protection-officer>. Acesso em: 21/10/2022.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 15/10/2022

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Institui o Código Civil.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 20/10/2022

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento.** 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

BLUM, Renato Opice. **O Marco Civil da Internet e a educação digital no Brasil.** In: ABRUSIO, Juliana (coord.) Educação digital. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

BORELLI, Alessandra; ZAMPERLIN, Emelyn. **“A importância da conscientização do tema privacidade e proteção de dados nas empresas.”** Data Protection Officer (Encarregado): teoria e prática de acordo com a LGPD e o GDPR. Henrique Fabretti Moraes, Renato Opice Blum, Rony Vainzof (coord.). 1. Ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

CANCELIER, Mikhail Vieira de Lorenzi. **O Direito à Privacidade hoje: perspectiva histórica e o cenário brasileiro.** Revista Sequência – PPGD UFSC. v. 38 n. 76 (2017). publicado em 2017-09-20. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/sequencia/article/view/2177-7055.2017v38n76p213>. Acesso em: 25/10/2022

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** 8. ed. rev. ampl. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2005.

CHLEBA, Márcio. **Marketing Digital: novas tecnologias e novos modelos de negócios** – São Paulo: Futura, 2000.

CORDEIRO, A. Barreto Menezes. **Direito da proteção de dados: à luz do RGPD e da Lei n.º 58/2019**. Coimbra, Almedina, 2020. p. 149.

COSTA, Célio Silva. **A Interpretação Constitucional e os Direitos e Garantias Fundamentais na Constituição de 1988**. Rio de Janeiro: Líber Júrís, 1992.

COSTA, Daniel. **O que é Google Analytics? Guia explicativo sobre como usar essa ferramenta**. Rockcontent. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/google-analytics/>. Acesso em: 25/10/2022.

COTS, Marcio; OLIVEIRA, Ricardo. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais Comentada**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018

DOMINGOS, Pedro. **A revolução do algoritmo-mestre: como a aprendizagem automática está a mudar o mundo**. Barcarena, Manuscrito, 2017.

DONEDA, Danilo. **A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental**. Espaço Jurídico. Joaçaba, v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4555153.pdf>. Acesso em: 27/10/2022.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

GAMIZ, Mario Sergio de Freitas. **Privacidade e intimidade: doutrina e jurisprudência**. Curitiba: Juruá, 2012.

GAVISON, Ruth. **Privacy and the limits of law**. The Yale law journal, v. 89, nº 3. Disponível em: <https://courses.ischool.berkeley.edu/i205/s10/readings/week11/gavison-privacy.pdf>. Acesso em: 28/10/2022.

GOV. Comunicação de incidentes de segurança. **Incidentes de segurança com dados pessoais e sua avaliação para fins de comunicação à ANPD**. Publicado em 22. fev. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/incidente-de-seguranca>. Acesso em: 22/10/2022.

GOV. Quem vai regular a LGPD? **A Autoridade Nacional de Proteção de Dados. É claro que, antes de fiscalizar e penalizar um ente, a ANPD orientará sobre como aplicar a lei**. Disponível em: <https://www.serpro.gov.br/lgpd/governo/quem-vai-regular-e-fiscalizar-lgpd>. Acesso em: 23/10/2022

HOUAISS, José Fernando. **Responsabilidade civil do incapaz**. São Paulo: Atlas, 2008. p.

JAMIL, G. L. **Aspectos do ambiente gerencial e seus impactos no uso dos sistemas de inteligência competitiva para processos decisórios**. Perspect. cienc. inf., Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p. 261-274, jul./dez. 2001

KOOPS, Bert-Jaap; LEENES, Ronald E. **'Code' and the slow erosion of privacy.** Michigan Telecommunications and Technology Law Review, v. 12, n. 1, 2005. p. 187. Disponível em: <http://ssrn.com/abstract=1645532>. Acesso em: 20 out. 2022.

KOTLER, P; **Princípios de marketing.** Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1993.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing.** 10a ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip. **Marketing 3.0: As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano.** Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2012

KOTLER, Philip. **Marketing 4.0.** Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2017 (E-BOOK). Disponível em: <https://www.dgbz.com.br/clientes/kotler-lp/v2/assets/downloads/Marketing-40.pdf>. Acesso em: 23/10/2022.

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, [2020]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 20/10/2022

LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. **Validade e obrigatoriedade dos contratos de adesão eletrônicos (shrink-wrap e click-wrap) e dos termos e condições de uso (browse-wrap):um estudo comparado entre Brasil e Canadá.** Tese 32 (Doutorado) – Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009. p. 454. Disponível em: [https://teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2131/tde-03062011-090910/pt-br.php#:~:text=Validade%20e%20obrigatoriedade%20dos%20contratos,click%2Dwrap\)...&text=Esta%20tese%20tem%20por%20objeto,termos%20e%20condi%C3%A7%C3%B5es%20de%20uso](https://teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2131/tde-03062011-090910/pt-br.php#:~:text=Validade%20e%20obrigatoriedade%20dos%20contratos,click%2Dwrap)...&text=Esta%20tese%20tem%20por%20objeto,termos%20e%20condi%C3%A7%C3%B5es%20de%20uso). Acesso em: 27/10/2022.

MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice (coord). **LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada.** São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

MARCONDES, V. **Novas tecnologias de conexão e o futuro da esfera pública.** Trabalho apresentado no Intercom Sul. CDROM. Passo Fundo, 2007. p.

MARIA, José Serpa de Sta. **Direitos da Personalidade e a Sistemática Civil Geral.** Campinas: Julex, 1987

MARQUET, Helena Maria; GREGORI, Isabel Christine Silva de; **Anais do II Seminário sobre Inteligência Artificial, Proteção de Dados e Cidadania** [recurso eletrônico] / organizadores: Thami Covatti Piaia, Stéfani Reimann Patz, Gabriel Henrique Hartmann. - Santo ngelo: EdiURI, 2021. Disponível em: https://san.uri.br/sites/site_novo/wp-content/uploads/2022/03/Anais-InteligenciaArtificialProtecaodeDadoseCidadania-Volumelll.pdf#page=162. Acesso em 20/10/2022.

MARTINS, Guilherme Magalhães. **Contratos Eletrônicos de Consumo**. 3 ed. Campos Elísios/ SP: Atlas, 2016.

MARTINS, Guilherme Magalhães. **Responsabilidade por acidente de consumo na Internet**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008

MATTIUZZO, Marcela; PONCE, Paula Pedigoni, **O legítimo interesse e o teste da proporcionalidade: uma proposta interpretativa**, Sociedade Internet, V. 1, N. 2, dezembro de 2020. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/o-legitimo-interesse-e-o-teste-da-proporcionalidade-uma-proposta-interpretativa/>. Acesso em: 28/10/2022.

MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental**. São Paulo: Saraiva, 2014. – Série IDP: linha de pesquisa acadêmica.

OLIVEIRA, Jordan Vinícius de; SILVA, Lorena Abbas da. **Cookies de navegador e história da internet: desafios à lei brasileira de proteção de dados pessoais**. Revista de Estudos Jurídicos UNESP, Franca, ano 22, n. 36, p.307, jul/dez. 2018.

PEREIRA, Aline Prates. **A importância da implementação da lei geral de proteção de dados pessoais na era da sociedade da informação**. in: Lei Geral de Proteção de Dados: novos paradigmas do Direito no Brasil/ Mayanne Pontes, Pedro Camilo de Figuerêdo Neto - Salvador, Bahia: Editora Mente Aberta, junho, 2020.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Proteção de Dados Pessoais: comentários à lei n. 13.709/2018 (LGPD)**. São Paulo: Saraiva, 2018.

PONTES DE MIRANDA, Francisco Cavalcanti. **Tratado de direito privado**, t. VII

PONTES, Mayanne; SANT'ANA, Robson. A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental. in: **Lei Geral de Proteção de Dados: novos paradigmas do Direito no Brasil**/ Mayanne Pontes, Pedro Camilo de Figueirêdo Neto - Salvador, Bahia: Editora Mente Aberta. junho. 2020.

PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, **Regulamento (UE) nº 2016/679**, de 27. abril. 2016. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=PT>. Acesso em: 23/10/2022.

RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade da vigilância: A privacidade hoje**. Organização, seleção e apresentação de Maria Celina Bodin de Moraes. Trad. Danilo Doneda e Luciana Doneda. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

RODRIGUES, Paula Marques; Vieira, Alessandra Borelli. Capítulo 2 – **Educação como um dos pilares para a conformidade**. In: BLUM, Renato Opice (Org.). Lei Geral de Proteção de Dados: desafios e soluções na adequação à lei. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

SANTOS, Luciclaudia Daniel dos; VIEIRA, Mateus Lima; ISONI, Miguel Maurício. **A contribuição das ferramentas do marketing digital para a vantagem competitiva**

em uma empresa de pequeno porte. Revista do Programa de pós-graduação em ciências sociais da UFRN: Cronos, v, 20 n. 2, jul/ dez. 2019.

SIQUEIRA JR., Paulo Hamilton. **Teoria do direito.** São Paulo: Saraiva, 2009.

SOARES, Hebert Junior; ARAÚJO, Nelcileno V. de S.; DE SOUZA, Patricia. **Privacidade e Segurança Digital: um estudo sobre a percepção e o comportamento dos usuários sob a perspectiva do paradoxo da privacidade.** In: WORKSHOP SOBRE AS IMPLICAÇÕES DA COMPUTAÇÃO NA SOCIEDADE (WICS), 1., 2020, Cuiabá. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2020. p. 97- 106. ISSN 2763-8707. DOI: <https://doi.org/10.5753/wics.2020.11040>. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/wics/article/view/11040/10911>. Acesso em 20/10/2022.

SZANIAWSKI, Elimar. **Direitos de personalidade e sua tutela.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993

TEIXEIRA, Tarcisio. **Lei geral de proteção de dados pessoais: comentado artigo por artigo/** Tarcisio Teixeira; Ruth Maria Guerreiro da Fonseca Armelin. 2. ed. rev., atual. e ampl. - Salvador: Editora JusPodivm, 2020.

TEIXEIRA, Álvaro. **O que é ANPD? [Autoridade Nacional de Proteção de Dados]. Tecnoblog.** Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-anpd-autoridade-nacional-de-protacao-de-dados/>. Acesso: 23/10/2022.

TEPEDINO, Gustavo; FRAZÃO, Ana; OLIVA, Milena Donato (coord.). **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no Direito brasileiro.** 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020. p. 83-96.

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL. **Big Data: o que é, para que serve, como aplicar e exemplos.** Caxias do Sul: 12, mar. 2020. Disponível em: <https://ead.ucs.br/blog/big-data>. Acesso em: 21/10/2022.

VAINZOF, Rony. “Capítulo I –Disposições Preliminares”. **LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada.** Renato Opice Blum e Viviane Maldonado (coord.). 2. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters Brasil,2019.

VASCONCELOS, Stela Tannure Leal de. **Educação digital, proteção de dados pessoais e novos espaços de trabalho jurídico.** Revista Interdisciplinar de Direito. Revista Interdisciplinar de Direito. v. 19, n. 1, p. 166-174, jan./jun., 2021. DOI: 10.24859/RID.2021v19n1.1089. p.3. Disponível em:<https://revistas.faa.edu.br/FDV/article/view/1089/792>. Acesso em: 29/10/2022.