



Tamanho apelo aos bancos de dados dá-se em razão de que quanto maior a quantidade de informações, mais precisa será da publicidade direta, individual e precisa, logicamente reduzindo os riscos e majorando os lucros (MATOS, 2004). Nesse sentido, aponta Schwenke (apud Mendes, 2014, p.90), o tratamento de dados possui “as seguintes finalidades no mercado: i) previsibilidade e diminuição de riscos, ii) interação com o consumidor (p.ex. marketing direto), iii) diferenciação de produtos e iv) diferenciação de serviços”.

O estudo do tratamento de dados se faz através de uma divisão em três fases: coleta, processamento e transmissão de dados. Na primeira fase, há a obtenção dos dados do consumidor. Na etapa de processamento ocorre o cruzamento dos dados, sua lapidação e transformações dos dados em informações, bem como a predição de outras informações através daquelas já existentes. Por sua vez, na fase final, ocorre a transmissão das informações e dos dados obtidos. (MENDES, 2008). Contudo, no presente estudo, a segunda e a terceira fase não interessam diretamente, e sim seus reflexos, consoante abordado a seguir, e por esta razão não terão grande foco.

Desta forma torna-se claro que o funcionamento destes sistemas necessita de dados, como elemento essencial a sua operabilidade, da mesma forma que um automóvel necessita de combustível. Contudo, aquele se mostra mais valioso que este nos dias atuais. (SARDETO, 2011). Há ainda quem divirja entendendo que a informação não pode ser classificada como um instrumento, ou seja, um combustível, sustentando tal entendimento tem-se a NAICS³ (apud Galvão, 1999, p. 3) que “definiu a informação enquanto uma *commodity*, uma mercadoria que é produzida, manipulada e distribuída por uma variedade cada vez maior de empresas”.

Entretanto, em que pese tal divergência quanto à natureza da informação como combustível ou *commodity*, indiscutível é sua importância, o que remete a forma de obtenção desta. Consoante anteriormente salientado, diversos são os meios de se adquirir tal elemento, chegando a serem considerados por Doneda (2010, p.33) como “onipresentes”.

Os meios de inserção de dados ou de aquisição possuem duas modalidades:
a) voluntariamente; b) involuntariamente.

³ North American Industry Classification System.



Um dos meios involuntários de ampla utilização são os *cookies*, que na lição de Drummond (2003, p. 98) “são pequenos programas colocados no computador do usuário sem a sua permissão durante uma navegação no ambiente da Internet. (...) O objetivo é o de recolher informações sobre a navegação do usuário”. O problema deste mecanismo reside na finalidade a que se usam tais informações, uma vez que na maioria dos casos encontra-se associada à criação e compartilhamento de dados, os quais são desconhecidos pelo usuário.

Válido frisar que, de acordo com o site W3techs (2019), estima-se que 46,1% dos sites existentes valem-se do uso de *Cookies*, dentre eles os gigantes *Google, Facebook, Twitter, Amazone Microsoft*. Não obstante a possibilidade do usuário de desabilitar estes programas, estes não podem ser considerados como um método voluntário de coleta de dados, uma vez desabilitando-os ou limitando-os o conteúdo da referida página pode ser bloqueado ao usuário, consoante consta na Política de Privacidade do Google. Logo não se pode falar em um consentimento válido do usuário.

No que se refere às tecnologias de identificação, tratar-se-á apenas dos *spywares* e de *web bug*, sendo aqueles de acordo com Egele *et al* (2007) um *software* malicioso, que atua de forma silenciosa vigiando e memorizar os passos do os usuários na *web*, furtando seus dados, ao passo em que estes, na consoante leciona Lobato (2007, p. 17) são “pequenas imagens, invisíveis aos olhos humanos, inseridas em mensagens de correio eletrônico ou em sites com o objetivo de monitorar os usuários coletando dados sobre eles”. Ambas as ferramentas destinam-se a captação de informações através de meios similares, e que se encontram manifestamente ilegais, diante da ausência inquestionável de consentimento, pois não há sequer o conhecimento do usuário.

Outro meio involuntário, consoante anteriormente mencionado, trata-se do compartilhamento e da cessão de dados, que adentram numa área em que estes já estão armazenados em algum banco de dados e são transferidos a outro banco de dados, por meio de venda, troca ou aluguel de informações (VIEIRA, 2002). Inegável que os dados em um primeiro momento possam ser obtidos com o consentimento do consumidor/usuário, contudo, este consentimento não é extensível a cessão ou compartilhamento por este desconhecida, mostrando assim tamanha nocividade, pois



possibilita um amplo conhecimento de informações, sem qualquer noção desta pelo seu proprietário.

Por fim, no que se refere ao meio combinatório, este pode ser considerado como pertencente a já citada fase do processamento de dados, uma vez que busca a lapidação e transformação destes (MENDES, 2008). Contudo, é inquestionável que com esses dados, através de um dos seguintes processamentos *datamining*, *profiling* e *on-line analytical processing – OLAP*, acabam por gerar novos dados, além de transformar o que antes era uma informação em potencial numa concreta, possibilitando inclusive padrões futuros de interesse do consumidor, quando aplicados com tais propósitos.

Dessa forma, é possível verificar o quão incisivos são todos esses instrumentos, que perscrutam os gostos dos clientes, sem que muitas das vezes estes tenham ciência do uso que é feito de suas informações particulares. A propósito, a gravidade dessa manipulação de dados tem conduzido o meio acadêmico a enfatizar o quão desrespeitosas aos direitos fundamentais são esses bancos de dados. Direitos fundamentais relevantes, como a intimidade são desrespeitados por essas práticas. Vejamos.

A COLETA DE DADOS PESSOAIS E A PROTEÇÃO AOS DIREITOS À PERSONALIDADE

Sob um viés tradicional, a proteção dos dados relacionados aos gostos do internauta esteve relacionada ao resguardo da intimidade e da privacidade. É natural que estes dois direitos fundamentais estejam imbricados com o uso da internet.

Conforme se falou no capítulo anterior, a rede mundial de computadores está formatada para captar, transmitir e processar nossos dados particulares, de forma a obter o maior lucro possível. Basta um clique ou um aparelho celular conectado na WEB para que se saiba onde o internauta está e quais lojas podem ser potenciais vendedoras de produtos ou serviços para essa pessoa. É claro que esse contexto acarreta praticidade, mas ela é obtida ao custo de uma grande invasão à sua privacidade.

Modernamente, todavia, é possível ver que os gostos, escolhas e caminhos percorridos pelo usuário da internet galgaram novos espaços e tomaram nova dimensão, merecendo uma categorização própria no segmento jurídico.



Hodiernamente é possível afirmar que a necessidade de conferir transparência ao processo de coleta e uso dos dados pessoais do usuário da rede mundial de computadores é um direito fundamental autônomo em face à privacidade e à intimidade.

Há tempos o ordenamento jurídico entreviu a importância de resguardar as informações pessoais dos usuários. Basta lembrar que o Código de Defesa do Consumidor, cuja publicação remonta à década de 1990, já dispunha em seu artigo 43: “O consumidor, sem prejuízo do art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como as suas respectivas fontes” (BRASIL, 1990, s/p). Embora o contexto no qual surgiu o CDC seja substancialmente diverso do hoje existente, o mote principal, que justificou a redação do referido artigo é o mesmo: o manuseio de informações particulares, que merecem ser preservadas e resguardadas

Anteriormente a isso, a própria Constituição Federal estabeleceu como garantia fundamental o *habeas data*, previsto no artigo 5.^o, LXXII da Constituição (BRASIL, 1988), garantindo o acesso aos dados particulares dos cidadãos existentes em órgãos públicos ou entidades assemelhadas. Logo, os constituintes se preocuparam com o uso de informações particulares dos cidadãos. À época, o manuseio de dados pessoais ocorria a partir de instrumentos bem mais modestos, sobretudo porque o processamento desses dados ainda não contava com ferramentas tão potentes quanto à hoje existentes.

Atualmente, em razão do vulto tomado pela coleta de dados pessoais no ambiente virtual, a formação de banco de dados ou de quaisquer outras ferramentas para monitorar os passos do internauta ganhou dimensão própria, transformando-se em direito fundamental. Razões para tanto não faltam, uma vez que a vida cotidiana praticamente não existe descolada do ambiente virtual e em dados momento o ser humano é praticamente conduzido por algoritmos.

A esse respeito:

Trata-se de um novo tipo de identidade e, por isso mesmo, tais dossiês digitais devem externar informações corretas para que seja fidedignamente projetada a identidade do titular daquelas informações. Isso acaba por justificar dogmaticamente a inserção dos dados pessoais na categoria dos direitos da personalidade, assegurando, por exemplo, que uma pessoa exija a retificação de seus dados pessoais para que a sua projeção seja precisa (BIONI, 2019, p. 65).



Bioni (2019) elabora importante raciocínio sobre as informações coletadas dos internautas serem consideradas direito fundamental. Segundo o referido autor, os Direitos Fundamentais existem para estabelecer um mínimo de condições para que o cidadão interaja frutiferamente com a sociedade. Se foram tomados como referência direitos como a saúde e a educação, pode-se notar que ambos objetivam a construção dos pressupostos para que o cidadão dialogue e construa seu entorno de forma minimamente satisfatória. Logo, os Direitos Fundamentais se preocupam, em última análise, com a qualidade dos vínculos que se estabelecem entre o cidadão e a sociedade que o cerca.

Na sociedade conectada, na qual nos inserimos sem mesmo ter a convicção ou o conhecimento disso, a natureza dos nossos dados captados nos categorizam em face às demais pessoas. A partir do momento em que informações são organizadas segundo o poder aquisitivo dos internautas, todos aqueles que forem desinteressantes para o comércio receberão um tratamento condizente com sua (pouca) importância. Dessa forma, o ambiente virtual, no qual aparentemente vigem o livre acesso e as mesmas regras para todos, classificará os sujeitos segundo seus desejos e potencialidades para o consumo (BIONI, 2019). Haverá quem valha menos, haverá quem valha mais. Essa prática, por si só, já fere ao princípio da isonomia, considerado como “instrumento de contenção às práticas discriminatórias” (BIONI, 2019, p. 86)

Aliás, atualmente, as ferramentas de processamento de dados transformaram estes que, isoladamente, seriam inofensivos, em informações preciosas, quando cruzadas e interpretadas em conjunto com outros. Isso conduziu a outro patamar as discussões em torno do processamento de dado, pois elementos inofensivos deixaram de sê-lo. Bioni (2019, p. 85) assim refere a esse respeito: “É possível, portanto, identificar individualidades mais sensíveis das pessoas, tais como identificação sexual, raça e estado de saúde, a partir de informações triviais”. Nesse panorama, os “cliques” e “likes”, que tão inocentemente os usuários da internet realizam em suas incursões na internet formam uma fotografia de seus gostos e ambições.

Gradativamente, com o paulatino esclarecimento a respeito o uso que tem sido realizado dos dados pessoais dos cidadãos, os Poderes Públicos e a própria população têm se convencido da necessidade de discutir o assunto e elevá-lo a outro



patamar. Supreendentemente, no ano de 2019, foi protocolada junto ao Congresso Nacional brasileiro a proposta de Emenda Constitucional n.º 17/2019, visando acrescentar “o inciso XII-A, ao art. 5º, e o inciso XXX, ao art. 22, da Constituição Federal para incluir a proteção de dados pessoais entre os direitos fundamentais do cidadão e fixar a competência privativa da União para legislar sobre a matéria.” (BRASIL, 2019, s/p)

É necessário destacar, também, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – Lei n.º 13.709 – publicada em agosto de 2018, visando regulamentar o manuseio de dados pessoais no ambiente virtual e fora dele. Trata-se de norma muito relevante e paradigmática para o direito brasileiro, pois todas as demais normas anteriormente existentes não cobriam essa lacuna. Esse diploma normativo estabelece prerrogativas que inexistiam explicitamente no ordenamento jurídico brasileiro, mas que são relevantes para a compreensão do ambiente virtual brasileiro.

Os fundamentos sobre os quais se baseia a lei n.º 13.709 são os seguintes:

- I - o respeito à privacidade;
- II - a autodeterminação informativa;
- III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
- IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
- V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
- VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e
- VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais (BRASIL, 2018, s/p).

Dessa forma, se cada momento histórico possibilita a construção de direitos relacionados às demandas sociais e pessoais específicas, o vulto tomado pelas ferramentas de captação de informações pessoais faz surgir um novo direito fundamental, relacionado à transparência na coleta e processamento de informações particulares.

A dimensão da internet na atualidade e sua capacidade de identificar inclusive a localização geográfica do sujeito deve ocasionar um sério debate. Hoje, somos ininterruptamente vigiados e seguidos; infelizmente, o indivíduo galgou novos níveis de indignidade e exposição, se transformando, conforme diz Baumann (2008), na mercadoria mais cobiçada do mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:



Ao cabo deste trabalho, conclui-se que a formação de bancos de dados relacionados aos hábitos na internet é uma prática que, da forma como realizada hoje, ofende frontalmente os direitos fundamentais do usuário da internet. Não bastasse o desrespeito a prerrogativas clássicas do direito constitucional, como a intimidade e a privacidade, os dados pessoais dos consumidores são classificados como direito fundamental dos cidadãos, sobretudo em função da importância do assunto na sociedade atual.

A propósito, a dimensão alcançada por esses bancos de dados fez com que essa garimpagem de dados se transformasse num potencial causador de prejuízos aos cidadãos, daí o motivo pelo qual a transparência em torno dessas operações se transformou em direito fundamental, com relativa independência de direitos fundamentais como a intimidade e a privacidade.

Na verdade, é importante esclarecer sobre a utilização de bancos de dados dos usuários da internet, sobretudo porque a coleta dessas informações ocorre por meios nem sempre evidentes, o que acarreta em prejuízo à livre determinação do cidadão. O usuário da internet, que nesse ponto já se transformou em consumidor, anui e concorda com todas as políticas e ações das empresas vinculadas às redes sociais, mas não tem a mínima consciência disso. Um mero clique, logo após uma página extensa e com letras miúdas, que nunca são lidas pelo internauta, selam e firmam a concordância do internauta em ceder seus dados.

Na verdade, conforme se destacou num primeiro capítulo deste artigo, a lógica que circunda as relações comerciais na atualidade são umbilicalmente atreladas ao desejo do mercado de maximizar seus lucros, embora ao custo de invasão de privacidade e de menor liberdade no ambiente virtual. Na verdade, todo o esforço que se tem empreendido no sentido de criar e operacionalizar ferramentas para a captação de informações corrobora a assertiva de que o próprio ser humano está se transformando em mercadoria.

Os instrumentos utilizados para tanto estão cada vez mais arrojados, contando, inclusive, com a colaboração desinformada do internauta, que clica e aceita os termos de um contrato o qual sequer entende.

Dessa forma, está-se diante de um novo direito fundamental: o acesso e a transparência sobre dados captados no ambiente virtual. Este direito se comunica, naturalmente, com outros mais tradicionais, como a intimidade e a privacidade, mas



_____. Senado Federal. **Proposta de Emenda Constitucional n.º 17/2019**. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/135594>. Acesso em 22 de março de 2019.

BRAMATTI, Daniel. **Justiça Eleitoral repassa dados de 141 milhões de brasileiros para a Serasa**. O Estadão, São Paulo, 2013. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,justica-eleitoral-repassa-dados-de-141-milhoes-de-brasileiros-para-a-serasa,1061255>>. Acesso em 15 de março de 2019.

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

_____, (org). **A proteção de dados pessoais nas relações de consumo: para além da informação creditícia**. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: SDE/ DPDC, 2010.

DRUMMOND, Victor. **Internet, privacidade e dados pessoais**. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2003

EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

EGELE, Manuel et al. **Dynamic spyware analysis**. In Proceedings of USENIX Annual Technical Conference, June 2007.

GALVAO, Alexander Patêz. **A informação como commodity: mensurando o setor de informações em uma nova economia**. Ciência da Informação, v. 28, n. 1, jan. 1999. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/861/895>>. Acesso em 20 de março de 2018.

GANDY, Oscar. **The Panoptic Sort. A Political Economy of Personal Information**. Boulder: Westview Press, 1993.



GOMES, Daniela Vasconcellos. **A Sociedade de Consumo e a Atual do Consumidor como Ser Humano**. In.: PEREIRA, Agostinho OliKoppe e HORN, Luiz Fernando Del Rio (ORG.). *Relações de Consumo – Humanismo*. Caxias do Sul: Editora EDUCS, 2011.

GOOGLE. **Política de Privacidade**. Disponível em: <https://policies.google.com/privacy?hl=pt-BR>. Acesso: em 14 de março de 2019.

LACE, Susane. **The Glass Consumer: life in a surveillance society**. Bristol: Policy Press, 2005.

LOBATO, Luanna Lopes. **Avaliação dos mecanismos de Privacidade e Personalização na Web** – São Carlos : UFSCar, 2007.

MATOS, Tiago Farina. **Comércio de dados, privacidade e internet**. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, VII, n. 18, ago 2004. Disponível em: http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=4146. Acesso em mar 2019.

MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental**. 1. Ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

_____. **Transparência e privacidade: violação e proteção da informação pessoal na sociedade de consumo**. 2008. 156 f. Dissertação (Mestrado em Direito)-Universidade de Brasília, Brasília, 2008. Disponível em <http://repositorio.unb.br/handle/10482/4782>. Acesso em 20 março de 2019.

PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; BOSSARDI, Rafaela Beal. **Relações de Consumo ou o Consumo nas Relações: As Relações Afetivas na Contemporaneidade**. In.: PEREIRA, Agostinho OliKoppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (ORG.). *Relações de Consumo – Humanismo*. Caxias do Sul: Editora EDUCS, 2011.



SANTOS, Milton. **O Espaço do Cidadão**. 4.^a Ed. São Paulo: Ed. Nobel, 1998.

SANTOS, Dagoberto Machado dos e OLIVEIRA, Gabriela de. **As Diversas Faces do Humanismo no Consumo**. In.: PEREIRA, Agostinho OliKoppe e HORN, Luiz Fernando Del Rio (ORG.). *Relações de Consumo – Humanismo*. Caxias do Sul: Editora EDUCS, 2011.

SARDETO, Patricia Eliane da Rosa. **Proteção de dados pessoais: conhecendo e construindo uma nova realidade**. Londrina: Gradual Comunicação, 2011.

VIEIRA, Sônia Aguiar do Amaral. **A inviolabilidade da vida privada e da intimidade pelos meios eletrônicos**. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2002.

W3TECHS ON **.Usage of Cookies for websites**. Disponível em: <https://w3techs.com/technologies/details/ce-cookies/all/all>. Acesso em 20 março de 2019.