

Economia Digital e Privacidade

III Seminário de Proteção à
Privacidade
e aos Dados Pessoais

São Paulo, 01 de outubro de 2012

Veridiana Alimonti



sobre o Idec

O Idec - **Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor**, é uma organização não-governamental brasileira que atua para representar a voz do consumidor e defender os seus direitos.



Criado em 1987, desde sua fundação o Idec não aceita recursos de governos e empresas. Seu trabalho é mantido principalmente através da contribuição de associados que garantem a independência da organização e o compromisso com os interesses coletivos.

IDEC - Temas Prioritários



Alimentos



Bancos e serviços financeiros

Energia elétrica



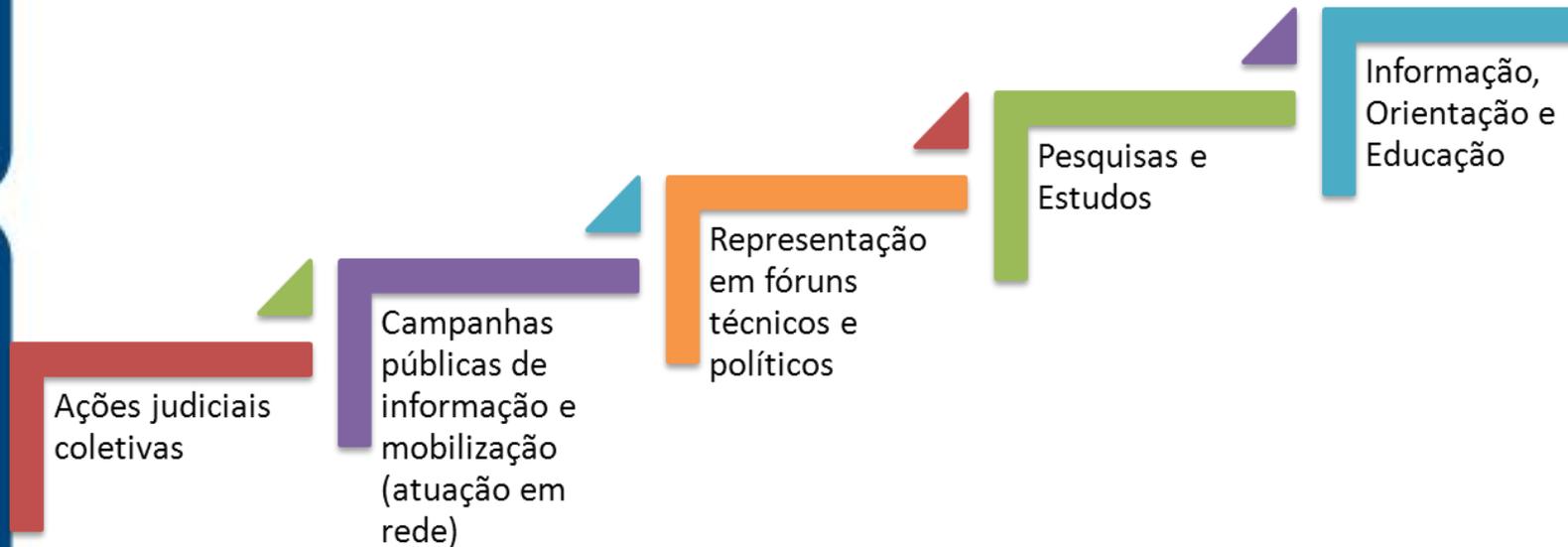
Serviços e produtos de saúde

Qualidade de produtos e serviços



Telecomunicações e acesso ao conhecimento

como o Idec trabalha



INTERNET

Preocupação central:

Como fica a defesa dos consumidores
no **mundo digital**?

Consumidor



inserido na cultura digital



**utilizando novas ferramentas
tecnológicas**



e possibilidades da Internet

CONSUMIDOR NA INTERNET

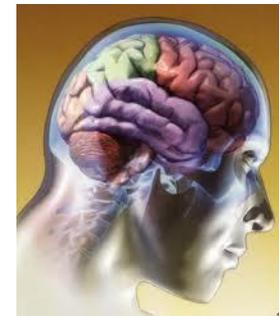
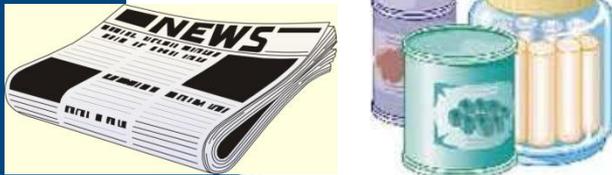
- Ferramentas tecnológicas servindo para acessar bens culturais, produtos, serviços, ferramentas de cidadania
- Alteração no comportamento de consumo
- Transmissão de dados pessoais
- Compartilhamento de conteúdos
- Redimensionamento do papel do consumidor

Redimensionamento do consumidor

ANTES



HOJE



Utilização da rede



PRIVACIDADE

PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

Privacidade - mercado de consumo tradicional - “analógico”

- Comercialização indevida e desautorizada de bancos de dados para fins diversos;
- Cruzamento de bancos de dados para fins publicitários e comerciais, como telemarketing e propaganda direcionada;
- Solicitação desproporcional de dados e informações, sem qualquer aviso sobre as finalidades de uso;
- Falta de proteção especial com “dados sensíveis”;
- Registro indevido de dados em cadastros negativos;

Problemas se agravam com a proteção de dados na Internet

CONSUMIDOR NA INTERNET

- Versatilidade das tecnologias de captação, guarda, organização e tratamento dos dados;
- Velocidade do uso e do compartilhamentos dos dados pessoais pelas empresas;
- Manipulação virtual desses dados.

Pode significar:

**AMEAÇA À PRIVACIDADE
E À PROTEÇÃO DOS DADOS PESSOAIS**

Cenário complicado no Brasil hoje

- Não existe uma **lei de proteção de dados**
- O **Marco Civil** com princípios, direitos e responsabilidades, **NÃO** foi aprovado
- Empresas **já cometem abusos** com relação ao direito à privacidade e proteção dos dados



Várias violações à privacidade **GRANDES PROVEDORES**

**Pesquisa IDEC
(Junho 2011)**

Net, Oi, Telefônica (Vivo), GVT



- contratos que infringem direito fundamental à privacidade e proteção de dados
- contratos que **CONTRARIAM** as políticas de privacidade
- repasse indevido de dados a terceiros (parceiros comerciais)
- empresas que se eximem da responsabilidade de tratamento adequado dos dados
- compulsoriedade do fornecimento de dados

Ameaça à Privacidade

Monitoramento da navegação

- Desde a conexão
- Empresas de telecomunicações
- Comercialização e tratamento indevido de bancos de dados





**Comitê Gestor da Internet
no Brasil**

Resolução CGI.br/RES/2012/008/P

O COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br, em sua 4ª Reunião Ordinária de 2012, realizada em 18 de maio de 2012, na sede do NIC.br, e no uso das atribuições que lhe confere o Decreto nº 4.829/2003, resolve aprovar esta Resolução, da seguinte forma:

Resolução CGI.br/RES/2012/008/P – Anti-Phorm

Trata-se de se examinar as implicações para a Internet da implantação de uma ferramenta da empresa inglesa Phorm, que tem filiais na Romênia e no Brasil. Essa ferramenta é divulgada no Brasil com o nome de "Sistema Navegador".

Considerando que no "Sistema Navegador", instalado num provedor de acesso à Internet, a publicidade estará sendo feita pela empresa que provê o meio de acesso à Internet, sem

[Home](#)

[The Facts](#)

[Fight Back](#)

[News](#)

[Submit News](#)

[Forum](#)

[Download](#)

 **Welcome**

BT trialled Phorm spyware on 200,000 customers

So, what's all the fuss about?

Simply put, three of the UK's largest ISPs (Virgin Media, BT and TalkTalk) had decided to sell your private browsing history to an advertising broker. Yes, the entire content of every web page you visit would have been sent to Phorm in real time, as you click. A personal profile would then have been created, allowing Phorm to send you 'targeted advertising'.

Naturally the ISP's are not too keen on telling their users this, they'd much rather feed us all platitudes about how it'll help combat phishing and how the targeted adverts will be so much better than the random ones we see today. In fact, they didn't even announce it to the UK press, we had to find out about it from the [New York Times](#).

 **login**

Username:

Password:

Remember me

[\[Signup \]](#)

[\[Forgot password? \]](#)

[\[Resend Activation Email \]](#)

 **Site Links**

[BadPhorm AUP](#)

[Member Services](#)

[Google vs Phorm](#)

[The \(almost\) complete FAQ](#)

[Phorm's Online Q&A](#)

[Phorm's 2nd Online Q&A](#)

[Phorm's 3rd Online Q&A](#)

[Phorm Answers your Questions](#)

PRIVACIDADE

Acesso aos
dados dos
consumidores

Monitoramento do consumo



Empresas

Monitoramento da
navegação

Spam

Publicidade
comportamental

Santander paga para usar dados de clientes da Telefónica, diz jornal

Acesso aos dados de clientes na América Latina para direcioná-los às ofertas de seguros custou cerca de US\$ 54,5 milhões

+ Salvar notícia

Tweet 24

Recomendar 99

(2) Views (3275)

Sarah Morris, da  REUTERS

EXAME.com





Questionamentos:



Há garantias suficientes sobre a **SEGURANÇA** no tratamento desses dados pessoais?

Qual é a real **QUANTIDADE** de dados coletados?

A empresa tem exigido mais que o **mínimo necessário** para a prestação do serviço?

Qual o nível de **cruzamento e perfilação** desses dados?

Os consumidores sabem que se faz publicidade **comportamental, DIRECIONADA e INDEVIDA**?

Os consumidores dão, de fato, **consentimento expreso** para o tratamento dos seus dados?

Dados pessoais são de **titularidade** dos próprios consumidores

Princípio da **AUTODETERMINAÇÃO**

Políticas de Privacidade devem deixar claro:

o pleno de direito de acesso e bloqueio de seus próprios perfis



Art. 7º O acesso à Internet é essencial ao exercício da cidadania e ao usuário são assegurados os seguintes Direitos (...)

VI - ao **não fornecimento a terceiros de seus registros de conexão e de acesso a aplicações** de Internet, salvo mediante consentimento livre, expresso e informado ou nas hipóteses previstas em lei;

VII - a informações claras e completas sobre a coleta, uso, **tratamento e proteção de seus dados pessoais**, que somente poderão ser utilizados para as finalidades que fundamentaram sua coleta, respeitada a boa-fé;

VIII - à **exclusão definitiva dos dados pessoais** que tiver fornecido a determinada aplicação de Internet, a seu requerimento, ao término da relação entre as partes; e

IX - à ampla publicização, em termos claros, de eventuais políticas de uso dos provedores de conexão à Internet e de aplicações de Internet.

Questionamentos:



Sem lei específica e autoridade garantidora de proteção de dados, **qual a garantia sobre o correto tratamento dos dados?**

A quem deve caber hoje **fiscalizar** os procedimentos de guarda e tratamento?

Como **impedir** que o **gerenciamento** dos dados seja feito **por terceiros especializados** sem qualquer tipo de controle?

Obrigada!
veridiana@idec.org.br
@idec
www.idec.org.br

Ajude o Idec a proteger os direitos do consumidor
Associe-se! www.idec.org.br