

**FACULDADE DE DIREITO DE VITÓRIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

THAÍS ABREU CARVALHO

**APLICABILIDADE DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE
DADOS E DA METODOLOGIA *PRIVACY BY DESIGN* NOS
TERMOS DE USO E DE POLÍTICA DE PRIVACIDADE**

VITÓRIA
2019

THAÍS ABREU CARVALHO

**APLICABILIDADE DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE
DADOS E DA METODOLOGIA *PRIVACY BY DESIGN* NOS
TERMOS DE USO E DE POLÍTICA DE PRIVACIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Direito da Faculdade de Direito de Vitória – FDV, como requisito para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Neves Soto.

VITÓRIA

2019

THAÍS ABREU CARVALHO

**APLICABILIDADE DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE
DADOS E DA METODOLOGIA *PRIVACY BY DESIGN* NOS
TERMOS DE USO E DE POLÍTICA DE PRIVACIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Direito da Faculdade de Direito de Vitória – FDV, como requisito para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Aprovada em ____ de _____ de 2019.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Paulo Neves Soto
Faculdade de Direito de Vitória
Orientador

Prof(a)
Faculdade de Direito de Vitória

Prof(a)
Faculdade de Direito de Vitória

AGRADECIMENTOS

Especialmente a Deus, por me guiar a todo tempo.

A minha família, minha base e razão de toda minha força, que sempre me incentivou e esteve ao meu lado em todos os momentos.

Ao meu prezado orientador, o Prof. Dr. Paulo Neves Soto, pela maestria e por todos os ensinamentos, sem os quais não seria possível a realização deste trabalho.

Ao Prof. Me. Bruno Costa Teixeira, por toda a sabedoria e auxílio em Direito Digital, que permitiram maior interdisciplinaridade.

Por fim, a todos os meus amigos, pela compreensão e pela contribuição em toda essa jornada.

RESUMO

A presente monografia pretende analisar a aplicabilidade das novas disposições concebidas aos dados pessoais pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), especialmente nos Termos de Uso e de Política de Privacidade. A necessidade de regulamentar o tratamento dos dados pessoais com exatidão subsidiou a criação de uma lei específica exigindo alterações substanciais no ambiente virtual. Nesse intuito e com fulcro em certos conceitos distribuídos no regramento europeu, o General Data Protection (GDPR), e na metodologia da privacidade desde a concepção (*privacy by design*), os contratos digitais serão guiados por novos profissionais, os denominados agentes de tratamento, bem como serão devidamente fiscalizados pelas autoridades definidas em lei. Com efeito, uma nova realidade será estruturada no mercado virtual. À luz desses parâmetros, pretende-se analisar, na prática, certas cláusulas que são comumente utilizadas nos Termos de Uso de Política de Privacidade, sobretudo as dispostas no Mercado Livre e no 99Pop. Por fim, objetiva-se pontuar como será observada a responsabilidade dos agentes de tratamento quando verificada a irregularidade no tratamento.

Palavras-chave: Dados pessoais. Lei Geral de Proteção de Dados. *Privacy by design*. Termos de Uso e de Política de Privacidade.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	06
1 A NOVA ERA: O BIG DATA	08
2 DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS	11
2.2 ESPÉCIES DE CONTRATOS ELETRÔNICOS.....	12
2.2.1 Contratos eletrônicos intersistêmicos	12
2.2.2 Contratos eletrônicos interpessoais	13
2.2.3 Contratos eletrônicos interativos	14
3 A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS: O MARCO REGULATÓRIO DA PROTEÇÃO DOS DADOS PESSOAIS NO BRASIL	16
4 TERMOS DE USO E DE POLÍTICA DE PRIVACIDADE	22
4.1 DO CONSENTIMENTO SOB A PERSPECTIVA DO TITULAR DE DADOS	24
4.2 DA PRIVACIDADE DESDE A CONCEPÇÃO: PRINCÍPIOS QUE DEVEM SER OBSERVADOS PELOS AGENTES DE TRATAMENTO.....	26
4.3 ANÁLISE DE CASOS CONCRETOS: A LGPD E A <i>PRIVACY BY DESIGN</i> NOS TERMOS DE USO E POLÍTICA DE PRIVACIDADE	29
5 A RESPONSABILIDADE DOS AGENTES EM TRATAMENTOS IRREGULARES CONFORME A LGPD	36
CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERÊNCIAS	43
ANEXOS	47
ANEXO A – AVISO DE PRIVACIDADE DO EBAY	47
ANEXO B – AVISO DE PRIVACIDADE DA UBER	48
ANEXO C – CLÁUSULAS DO TERMO DE USO DO MERCADO LIVRE	52
ANEXO D – RECORTE DA POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO MERCADO	

LIVRE.....	54
ANEXO E – CLÁUSULAS DO TERMO DE USO DO PASSAGEIRO DO 99Pop.....	57
ANEXO F – RECORTE DA POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO 99Pop.....	59

INTRODUÇÃO

A atual Carta Magna pode ser considerada um marco para a estabilização do regime democrático na história política brasileira. Como consequência, novos direitos foram concebidos em vários âmbitos, especialmente nas relações privadas. Em sua música “Cartomante” (REGINA, 1977), a cantora Elis Regina ilustra o alto intervencionismo estatal que era vivenciado durante a ditadura: “Não ande nos bares, esqueça os amigos. Não pare nas praças, não corra perigos. Não fale do medo que temos da vida. Não ponha o dedo na nossa ferida”.

Contudo, com o estabelecimento do regime democrático e do caráter global concebido à internet, as relações interpessoais que, para Elis Regina, a sua época eram constantemente limitadas, encontraram no ambiente virtual um terreno fértil para sua expansão. Com a promulgação da Constituição de 1988, o direito à vida privada e à liberdade passaram a compor o rol de direitos fundamentais, isto é, direitos inerentes a toda vivência humana (BRASIL, 1988).

Embora presentes em aparente harmonia no ordenamento jurídico, na prática, verifica-se cada vez mais uma intensa tensão entre a privacidade e a livre iniciativa. Todavia, é nesse contexto que os dados pessoais se consagram como parte fundamental do processo consumerista, especialmente no âmbito dos contratos digitais.

Na obra “The Age of Surveillance Capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power”, faz-se explícita menção ao fato de que a experiência humana se tornou a principal matéria-prima para a tradução dos denominados dados comportamentais (ZUBOFF, 2019).

Para Zuboff, malgrado uma parcela significativa dos dados fornecidos seja aplicada à melhoria de produtos ou serviços, grande parte serve para alimentar processos avançados de fabricação conhecidos como “*machine intelligence*” (inteligência da máquina) (ZUBOFF, 2019). Por intermédio desta, é possível prever o que o usuário fará futuramente.

À vista disso, com base em parâmetros passados, é possível antecipar padrões comportamentais futuros: “the competitive dynamics of these new markets drive surveillance capitalists to acquire ever-more-predictive sources of behavioral surplus: our voices, personalities, and emotions¹” (ZUBOFF, 2019).

Com efeito, constata-se que a nova forma de exercer poder pelas empresas ocorre por intermédio do manejo de dados. Por um lado, objetiva-se o enriquecimento e o fomento a todo custo à iniciativa privada, todavia, por outro lado, há o consumidor, vulnerável e que, portanto, merece uma proteção específica para que se coloque em posição de equilíbrio na relação contratual.

Essa vulnerabilidade que possui o consumidor é ainda mais explícita ao ser analisada nos denominados contratos por clique “vis-à-vis”, especialmente nos Termos de Uso e de Política de Privacidade. Nessa ótica, os contratos tradicionais e físicos recebem um novo espaço para sua realização, local em que as relações são cada vez mais rápidas, isto é, o meio digital. Dessa forma, dois fatores relevantes passam a compor essa nova espécie contratual: a distância e o tempo.

Em meio a esse cenário, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) surge com a pretensão de assegurar a proteção do recurso mais visado do século XXI, os dados pessoais, especialmente nas transações realizadas em ambiente virtual. Pretende-se conferir maior soberania ao titular no controle de seus dados, provocando novas adaptações na composição de empresas de qualquer segmento ou abrangência.

Sob esse prisma, uma problemática de extrema relevância para as relações futuras, haja vista que a lei terá sua vigência em agosto do próximo ano (2020), será como a LGPD influenciará o comércio digital, especialmente os Termos de Uso e de Política de Privacidade, e de que forma as empresas deverão se adaptar a essa nova realidade.

¹ A dinâmica competitiva desses novos mercados leva os capitalistas de vigilância a adquirir fontes cada vez mais preditivas de excedente comportamental: nossas vozes, personalidades e emoções (tradução livre).

1 A NOVA ERA: O *BIG DATA*

Nos dias atuais, a internet não mais representa mero luxo ou privilégio, versando, especialmente para as novas gerações, o epicentro do mundo, meio em que são estabelecidas e cultivadas amizades, ou em que livros e filmes são escolhidos e consumidos, e o engajamento político se organiza e ganha força, mas, sobretudo, local no qual os dados pessoais são criados e arquivados (GOMES, 2014).

Noutro giro, vultosas quantidades de dados e informações compõem essas novas relações digitais, cuja interação é realizada a todo tempo, impulsionando o desenvolvimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) e solidificando novas técnicas no manejo de dados. A era do *big data*, encontrou, então, terreno propício para seu desenvolvimento.

O *big data* compreende, desse modo, uma nova forma de captar, analisar, armazenar e, extrair valor de uma grande quantidade de informações, possibilitando, dentre outros, a tomada de decisões automatizadas, o aumento na eficiência empresarial e governamental, criando novos modelos de negócios e gerando substancial riqueza, além da resultante economia de recursos (GOMES, 2017).

Isso posto, constata-se que a coleta de dados cresce em níveis exorbitantes pelas mais variadas empresas, que gozam de fontes e formas de armazenamento distintas. As informações são coletadas com maior variedade, volume e quantidade.

No meio da internet, cada pesquisa, ligação, mensagem ou compra por meio de cartão de crédito configura mais uma informação acrescida ao perfil do usuário. Dessa forma, verifica-se que uma parcela significativa das ações cotidianas pode ser transformada em dados.

Outro aspecto relevante, reflexo do fenômeno do *big data*, é a constituição da denominada “sociedade de sensores”. Os novos dispositivos eletrônicos são programados de tal sorte, que apresentam diversos sensores, com o objetivo de avaliar e contabilizar grande parte das atividades rotineiras dos usuários:

O *big data*, contudo, depende da coleta massiva de informações. A regra é sempre “quanto mais, melhor”. Os dados sequer precisam ser relevantes no momento da sua coleta, pois a importância surgirá somente depois, com o processamento por meio do algoritmo adequado. Como resultado da multiplicação desses dispositivos de coleta de dados, será possível falar no surgimento de uma sociedade dos sensores, em que todos os aspectos da vida humana e do meio ambiente tendem a ser mensurados, automaticamente, por dispositivos eletrônicos (DE MENEZES NETO; DE MORAIS, 2018).

Acrescido a isso, os autores descrevem que, no mundo do *big data*, as correlações que podem ser criadas são ilimitadas, especialmente porque um único conjunto de dados pode ser analisado por algoritmos distintos na busca por novos padrões (DE MENEZES NETO; DE MORAIS, 2018).

Nessa seara, a revista *The Economist*, no ano de 2017, publicou um artigo (THE ECONOMIST, 2017) no sentido de ressaltar a importância que os dados possuem no século atual. Sob essa ótica, defendeu a tese de que atualmente o recurso mais valioso do mundo não seria mais o petróleo, mas os dados. Portanto, por essa premissa é possível concluir que os dados passam, cada vez mais, por um intenso processo de monetização:

O princípio da monetização de dados, não considera se estes são provenientes de bancos de dados generalistas ou se são dados pessoais e sensíveis. O objetivo maior daqueles que se especializam na prospecção de dados com vistas à formação de valor econômico é exatamente a transformação e o enriquecimento da capacidade de monetização destes dados, voltando a empacotá-los de forma tal que os mesmos possam se consolidar em um ativo imaterial que atenda às soluções idealizadas pelo cliente para o uso do meio digital específico (SCHMARZO, 2013, p.111).

O controle de dados pelas denominadas “titãs” da internet, tais como *Google*², *Amazon*³, *Apple*⁴, *Facebook*⁵ e *Microsoft*⁶ lhes dão imenso poder. Nesse sentido, ao coletar dados, uma empresa possui mais informações para melhorar seus produtos, atraindo então mais usuários, e por consequência, gerando ainda mais dados (THE ECONOMIST, 2017). Torna-se, portanto, um movimento cíclico e lucrativo.

² <https://www.google.com/>

³ <https://www.amazon.com.br/>

⁴ <https://www.apple.com/br/>

⁵ <https://www.facebook.com/>

⁶ <https://www.microsoft.com/pt-br/>

Esse cenário, conforme salientam os autores Vianna, Dutra e Frazzon (2016, p.193), exige uma gestão efetiva, bem como a:

[...] necessidade de transformar esses dados em informações de qualidade, que possam ser utilizadas para direcionar os negócios e as estratégias das organizações, minimizando riscos, e apoiando o processo de tomada de decisões.

Nesse ínterim, o manejo de dados envolve operações delicadas, e que não podem ser analisadas tão somente sob a perspectiva da obtenção de lucro, razão pela qual, como anteriormente dito, deve-se visar a diminuição dos riscos. Dessa feita, a delimitação do uso das – e acesso às – informações coletadas e trocadas deve, previamente, preservar os direitos fundamentais dos usuários.

Em meio a todo esse cenário, como consequência do processo de globalização e comercialização das relações humanas, sobretudo em ambiente virtual, os dados pessoais precisavam ser urgentemente tratados com maior destaque. Acrescidas a isso, muitas carências e incongruências eram suscitadas nas legislações anteriores, indicando ao legislador a deficiência que persistia no ordenamento jurídico brasileiro quanto a uma tutela específica de proteção de dados pessoais.

A Lei Geral de Proteção de Dados (lei número 13.709/18) surge, então, com o objetivo de resolver uma série de questionamentos ético-jurídicos na seara regulatória proporcionados pelos avanços tecnológicos.

Essa lei, que entrará em vigor no próximo ano, versa especialmente sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou pessoa jurídica de Direito público ou privado, com o intento de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural (BRASIL, 2018).

Em outras palavras, estabelece como fundamentos basilares para sua criação não somente a proteção da privacidade e de todos os direitos que nela gravitam, como também o respeito às práticas concorrencias e à livre iniciativa. Dessa forma, a lei número 13.709/18 surge para designar um novo norte às transações comerciais

virtuais na era do *big data*, de modo a gerar mudanças significativas sobretudo na formação dos contratos eletrônicos.

2 DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

Preliminarmente, entende-se que os contratos eletrônicos floresceram justamente com a necessidade de tornar a comercialização mais rápida, como uma forma de adaptação às novas tecnologias.

Nessa ótica, nota-se que a sociedade consome progressivamente pela internet, em transações que não se realizam somente entre sujeitos na mesma localidade, mas até mesmo fora do âmbito nacional, de modo que, atualmente, o comércio não mais possui fronteiras.

Conforme os ensinamentos Diniz (2008, p. 30), o contrato deve ser concebido como o acordo de duas ou mais vontades, na conformidade da ordem jurídica, direcionado a estabelecer uma regulamentação de interesses entre as partes, visando, especialmente, adquirir, modificar ou extinguir relações jurídicas de natureza patrimonial.

Contudo, há de se distinguir o contrato tradicional do contrato eletrônico, pois há específica relevância no tratamento de quem se coloca na posição de aceite na relação jurídica contratual.

Nesse diapasão, Leal (2007, p. 79) conceitua o contrato eletrônico como aquele que faz uso de uma rede de computadores como ambiente para manifestação de vontade e/ou instrumentalização da vontade das partes. Por conseguinte, há distinção pertinente em relação aos contratos tradicionais, sobretudo pela técnica utilizada na formação contratual, que faz uso de um ambiente diverso, qual seja, de uma rede de computadores.

Com efeito, segundo Barbagalo (2001, p. 52), o contrato eletrônico não se trata de uma nova espécie contratual, ou de uma categoria autônoma, mas de uma nova técnica de formação contratual.

Demais disso, ressalta-se que a doutrina não é pacífica ao delimitar as espécies de contrato eletrônico, especialmente em razão da contemporaneidade do tema. Todavia, adota-se, preferencialmente, a classificação concebida pela autora Rossi (1999), que leva em consideração a formação de vontade e a distinção no tempo entre a proposta e o aceite. Portanto, os contratos eletrônicos podem se dividir em intersistêmicos, interpessoais e interativos.

2.2 ESPÉCIES DE CONTRATOS ELETRÔNICOS

2.2.1 Contratos eletrônicos intersistêmicos

O contrato eletrônico intersistêmico (BRANDINI, 1999) apresenta como característica fundamental a manifestação volitiva emitida sem intervenção humana direta. À vista disso, a contratação é celebrada entre sistemas de aplicativos previamente programados, o que justifica, então, a ausência de intervenção humana imediata.

Sob essa ótica, Rossi (1999, p.106) ensina que, após aperfeiçoado um protocolo de negociação, as partes transmitem ao computador as vontades que foram delimitadas previamente, de modo que a interligação dos sistemas caracteriza a aceitação do negócio jurídico realizado.

Em linhas gerais, constata-se que o conteúdo é previamente acordado entre os contratantes, de modo que os computadores são utilizados apenas para reunir e integralizar as respectivas vontades (ROSSI, 1999, p. 106). Por essa razão, tal contratação é acessória a um acordo principal anteriormente fixado.

Ademais, os contratos eletrônicos intersistêmicos podem ser realizados mediante o *Electronic Data Interchange* – EDI, isto é, pela troca eletrônica de dados. Conforme os dizeres do autor Júnior (2005, p. 88–89):

O EDI é um modo de efetivar comunicação por meio do computador, tendo por base o intercâmbio de transmissão e recepção de dados, servindo como uma ferramenta para proporcionar a troca de informações entre empresas e organizações comerciais. Na realidade, a natureza das informações que circulam por EDI é a mesma de hoje, por papel; ordens de compra; notificação de recebimento de ordens de compra; informação sobre rejeição ou aceitação da ordem; notas de despacho de trânsito etc. O sistema do EDI faz com que o custo operacional seja sensivelmente diminuído, sendo assim, utilizado por empresas multinacionais por exemplo.

Portanto, trata-se de um sistema de interconexão de empresas pelo meio eletrônico, haja vista que permite que o sistema de uma empresa se comunique com o de outra, sem que haja direta interferência humana. Comumente, pretende-se a comunicação entre sistemas de vendas, objetivando a aquisição de determinado produto.

2.2.2 Contratos eletrônicos interpessoais

Nos contratos eletrônicos interpessoais, o computador é concebido como meio de comunicação entre as partes, para a formação de vontade e instrumentalização do contrato (BARBAGALO, 2001, p. 53). Nessa espécie contratual, antes da contratação eletrônica, há uma comunicação, seja pelo correio eletrônico ou por salas de conversação em tempo real, as denominadas salas de bate-papo.

Isso posto, há relevante diferenciação entre os contratos eletrônicos intersistêmicos. Nesses, há a comunicação de uma vontade previamente constituída ou a execução de um contrato concluído previamente. Nas contratações interpessoais, todavia, as partes dialogam pelo meio virtual (BARBAGALO, 2001, p.53).

Outrossim, a autora Barbagalo (2001, p. 53) entende que essa classificação se subdivide em outras duas, quais sejam: as simultâneas, em que as partes celebram o contrato em tempo real, isto é, as partes estão presentes, *on-line*, em ambiente virtual e suas declarações de vontades são transmitidas para o contrato; e as não

simultâneas, *a contrario sensu*, cuja celebração não ocorre em tempo real, de modo que se verifica certo lapso temporal. Nessas, geralmente, observa-se que os contratos são firmados via *e-mail*.

2.2.3 Contratos eletrônicos interativos

Os contratos eletrônicos interativos são concebidos como a forma mais usual de se firmar um contrato por intermédio da internet. Nesses casos, a interação ocorre entre uma pessoa e um sistema destinado ao processamento eletrônico de informações, assim disposto por outro sujeito, sem que este esteja, em tempo real, conectado ou, ainda, tenha ciência imediata da finalização do contrato (2001, p. 55).

A título exemplificativo, é possível mencionar o acesso a sites de compra, por intermédio da *World Wide Web* (“WWW”), ou de um banco para movimentar conta corrente (1999, p. 105). Contudo, atualmente, parte considerável dessas contratações são realizadas por intermédio dos aplicativos (“apps”).

Nessa ótica, Rossi (1999, p. 105) delimita que essas contratações são resultado de uma relação de comunicação firmada entre uma pessoa e um sistema de aplicativo. Demais disso, esse sistema de aplicativo nada mais é que um programa de computador que possibilita o acesso a banco de dados, ao mesmo tempo em que apresenta funções múltiplas que permitem ao usuário escolher itens de compra, preencher formulários de dados pessoais e, sobretudo, firmar sua aceitação aos termos de fornecimento do produto ou de serviço, tornando meio hábil para a interação antes mencionada (ROSSI, 1999, p. 105).

Essa contratação se enquadra no conceito de *Business to Consumer* (B2C), isto é, segundo Lisboa (2005, p. 80), refere-se à categoria de contratos celebrada entre fornecedor e consumidor, tornando-se necessário aplicar o diploma consumerista. É possível firmar um contraponto ao *Business to Business* (B2B), isto é, aos negócios firmados entre empresas.

Notadamente, esse tipo de contratação é realizado mediante o acesso, por parte do consumidor, de um site ou um aplicativo, de modo que, caso o titular de dados tenha interesse na compra dos produtos ou obtenção do serviço, deverá interagir com a página, celebrando um contrato cujas cláusulas, com ressalvas, já estão previamente definidas. Portanto, cabe a outra parte aceitar ou rejeitar tais disposições e, em caso de aceite, fornecer as informações faltantes, em especial quanto a sua identificação e à especificação do objeto.

Com efeito, o momento de formação do contrato é vislumbrado no instante em que o usuário faz uso do botão “concordo”, razão pela qual é de extrema relevância a concordância com os Termos de Uso e com as Políticas de Privacidade na utilização das tecnologias interativas.

Atualmente, visando obter maior eficiência e rapidez nas relações comerciais, vislumbra-se que as empresas fazem uso constantemente dos contratos por clique “vis-à-vis”.

Em sua obra, Lemos (2006, p. 154) discorre sobre as peculiaridades desse contrato. A primeira característica analisada é a unilateralidade. São considerados unilaterais, vez que são redigidos exclusivamente por uma das partes, que possui controle absoluto sobre a linguagem empregada e o tempo:

O incentivo à leitura de um contrato por clique é ainda mais deficiente do que no caso dos contratos de adesão: como invariavelmente não há contato pessoal quando do exercício do consentimento, dificilmente existe qualquer comunicação entre as partes quanto ao seu conteúdo.

Dessa forma, conforme o autor (LEMOS, 2006, p. 155), a possibilidade de se questionar as disposições do contrato é ainda mais complexa que nos contratos de adesão, previstos no artigo 54, *caput*, do CDC. Primeiramente, a objeção aos termos contratuais depende de se identificar o responsável pelo contato com o usuário. Assim, a objeção demanda tempo significativo.

Além disso, outra peculiaridade dos contratos por clique “vis-à-vis” está relacionada a sua volatilidade, especialmente porque, segundo Lemos, o hábitat natural desses contratos é o ambiente eletrônico. Nesse sentido:

Em se tratando de um website, um contrato por clique pode ser modificado a qualquer momento, de modo que aqueles que eventualmente concordaram com os seus termos em um dado momento no tempo – quando suas cláusulas dispunham sobre um certo rol específico de direitos – ficam sujeitos às suas posteriores alterações, introduzidas unilateralmente e a qualquer tempo pelo ofertante, muitas vezes de modo sutil.

O contrato de adesão permite, dentro dos seus limites, uma certa inconformidade ou crítica dirigida à contraparte, mesmo na forma de risco ou anotação. Em contrapartida, os contratos por clique, em linhas gerais, são ainda mais subordinantes que os contratos de adesão, uma vez que, segundo o autor, torna-se quase impensável negociar seus termos.

À vista disso, conforme salienta Lyra (2004, p. 120):

As cláusulas contratuais abusivas podem estar presentes em qualquer contrato, e não apenas naqueles que se referem ao modelo de adesão. A justificativa básica para essa conclusão reside no fato de que a proteção ao consumidor é premissa constitucional, devendo, assim, ser assegurada em todas as relações jurídicas.

Dessa forma, as empresas, valendo-se da unilateralidade característica ao contrato por clique “vis-à-vis”, podem estabelecer condições que extrapolam a previsão legal, especialmente para atingir determinada finalidade lucrativa, sem que a outra parte tenha sequer conhecimento de que se trata de uma ilegalidade. Portanto, são contratos que, a depender de sua confecção, também pode ser nocivos à parte contratante.

3 A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS: O MARCO REGULATÓRIO DA PROTEÇÃO DOS DADOS PESSOAIS NO BRASIL

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), 13.709/2018, tem por finalidade dispor 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 (BRASIL, 2018).

Sob esse viés, objetiva-se não somente o respeito à privacidade dos cidadãos, ao garantir que as transações realizadas se deem de forma transparente e segura, mas também permitir o desenvolvimento tecnológico e suas constantes inovações, ressaltando-se a livre iniciativa e a livre concorrência, inerentes ao atual sistema capitalista.

Essa lei é aplicável a qualquer empresa, isto é, seja pessoa jurídica de Direito público ou privado, que realize o tratamento de dados pessoais (artigo 3º, da 13.709/2018), empresas de vários segmentos e abrangência.

Nesse sentido, a LGPD delimita os diversos dados objetos de tratamento, quais sejam, os dados pessoais, os dados pessoais sensíveis e os dados anonimizados, além de previamente definir os procedimentos e os demais personagens que atuam na esfera comercial, como o controlador, o operador e o encarregado.

O conceito de dados pessoais é fundamental, sobretudo porque delimita o escopo de aplicação da lei. Dessa forma, o presente regramento conceitua dados pessoais como toda informação relacionada à pessoa identificada ou identificável (artigo 5º, inciso I, da 13.709/2018).

Acrescido a isso, é instituída uma espécie de dados pessoais que merece especial atenção, os denominados dados pessoais sensíveis. Conforme prevê o artigo 5º, inciso II, da lei:

[...] 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 (BRASIL, 2018).

Sob essa temática, a lei determina que a utilização de dados sensíveis é vedada para fins de processamento de dados, haja vista a relevância desses aspectos na esfera individual, tais como a orientação sexual, a raça e etnia, a religião, a opinião política, os dados genéticos, os dados biométricos, bem como os dados relativos à saúde.

Essa espécie de dados, portanto, não pode estar sujeita ao tratamento sem consentimento específico e detalhado do titular ou do responsável, salvo se comprovados alguns requisitos que a lei impõe para que ocorra (artigo 11, da 13.709/2018). A título exemplificativo, uma dessas situações em que o tratamento resta autorizado, ainda que sem consentimento, é percebida em questões relativas à vida ou à morte, o que a lei delimita como proteção da vida ou da incolumidade física do titular ou de terceiro (artigo 11, alínea d, da 13.709/2018).

Além disso, a legislação menciona outra modalidade de dados: os dados anonimizados. São dados relativos ao titular que não possam ser identificados, considerando a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis na ocasião de seu tratamento (artigo 5º, inciso III da 13.709/2018).

Nesse sentido, alguns autores brasileiros se preocuparam em diferenciar dados de informações. Segundo Doneda (2014, p. 61-78), dado seria o que é apresentado na sua forma mais primitiva, abstrata, fragmentada, equiparável à potencial informação, isto é, traduzindo-se em uma pré-informação. Em contrapartida, a informação em seu sentido pleno, refere-se ao que é apresentável para além da representação abstrata e fragmentada contida no dado, chegando ao limiar da cognição, de modo que se relaciona ao direito à privacidade, na seguinte equação, qual seja, quanto menor a difusão de informações, de maior grau será a privacidade.

Contudo, conclui-se que o dado possui papel expressivo na obtenção de informações, pois é por meio de sua cognição que elas serão obtidas. Assim, o dado permanecerá como informação em seu estado latente até o momento em que alguém compreenda a mensagem nele contida e transmitida. Por conseguinte, a pretensão da lei não se resume à diferenciação dos dados, objetivando-se também delimitar seu tratamento:

Art. 5º. [...] [...] [...]

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 (BRASIL, 2018).

Dessa forma, verifica-se que a legislação brasileira foi muito influenciada pelo *General Data Protection Resolution* (GDPR). Por este regulamento, o processamento de dados (*processing*) envolve qualquer operação ou conjunto destas, executadas em dados pessoais, independente de serem automatizados, envolvendo todas as atividades que gravitam em torno do tratamento desses dados, como a coleta, a estruturação, e a sua transmissão (UNIÃO EUROPEIA, 2016).

Além disso, constata-se na legislação europeia outra terminologia que merece especial atenção, o *profiling* (UNIÃO EUROPEIA, 2016). Cabe mencionar que a LGPD não delimita esse conceito, de constante utilização no comércio digital. Na prática, é verificado quando as empresas traçam um perfil de seus usuários, para atender aos desejos e às necessidades de seus consumidores.

Segundo o GDPR, o *profiling* pode ser compreendido como o uso de dados com a finalidade de avaliar certos aspectos relacionados a pessoa, dentre eles, suas preferências, sua situação econômica, seu comportamento e, em linhas gerais, seus movimentos (UNIÃO EUROPEIA, 2016).

Isso posto, Zanatta (2019, p. 6), ao se desdobrar sobre esse conceito jurídico, conclui que *profiling* se trata de uma “forma de tratamento automatizado”, consistente no (i) uso de dados pessoais para (ii) avaliação de certos aspectos relacionados à pessoa natural, em particular (iii) a análise e predição de aspectos comportamentais. Tais aspectos comportamentais podem ser entendidos de forma ampla, de modo a incluir a performance de trabalho, a situação econômica (e de crédito), a saúde, as preferências pessoais de consumo, os interesses intelectuais, a confiança social e os padrões de mobilidade.

Com efeito, Zanatta (2019, p. 4) compreende que o *profiling* seria o ato de perfilização. A perfilização, portanto, segundo a tradição da ciência da informação anglo-saxônica, seria o processo de construção e aplicação de um perfil (*user profile*), gerado por intermédio de análises de dados computadorizadas.

Dessa forma, a legislação europeia, que muito inspirou a LGPD, também serve para esclarecer alguns conceitos que não estão previstos no regramento brasileiro. Nesse sentido, o *General Data Protection Resolution* apresenta a pretensão de uniformizar, na seara regulatória internacional, as operações dos dados pessoais, enquanto a lei brasileira delimita a sua aplicabilidade, nos moldes do artigo 3º:

Art. 3º Esta Lei aplica-se a qualquer operação de tratamento realizada por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, independentemente do meio, do país de sua sede ou do país onde estejam localizados os dados, desde que:

I - a operação de tratamento seja realizada no território nacional;

II - a atividade de tratamento tenha por objetivo a oferta ou o fornecimento de bens ou serviços ou o tratamento de dados de indivíduos localizados no território nacional; ou

III - os dados pessoais objeto do tratamento tenham sido coletados no território nacional.

§ 1º Consideram-se coletados no território nacional os dados pessoais cujo titular nele se encontre no momento da coleta.

§ 2º Excetua-se do disposto no inciso I deste artigo o tratamento de dados previsto no inciso IV do caput do art. 4º desta Lei (BRASIL, 2018).

Nesse ínterim, a lei delimita quem seriam os agentes de tratamento pessoais (artigo 5º, inciso IX, da 13.709/2018), isto é, os controladores e operadores. São pessoas naturais ou jurídicas, de Direito público ou privado a quem, respectivamente, competem as decisões referidas ao tratamento de dados pessoais ou realiza o tratamento de dados pessoais em prol do controlador (artigo 5º, incisos VI e VII, da 13.709/2018).

Os agentes supramencionados precisam observar certos princípios. São eles: finalidade, adequação, necessidade, livre acesso, qualidade dos dados, transparência, segurança, prevenção, não discriminação e, por fim, responsabilização e prestação de contas (artigo 6º, incisos, da 13.709/2018).

A Lei Geral de Proteção de Dados ainda impõe um papel fundamental ao controlador. Este atuará no desenvolvimento do Relatório de Impacto à Privacidade (RIPD) (artigo 38, da 13.709/2018). A partir desse relatório, será analisada a gravidade e a extensão dos processos de tratamento para os dados pessoais (artigo 5º, inciso XVII, da 13.709/2018). Ademais, convém ressaltar que a empresa deverá,

de imediato, comunicar o titular em caso de interferências graves em seus dados. Portanto, essa atividade tem como parâmetro o princípio da prevenção, fundamental para a mitigação dos riscos.

Nesse sentido, os princípios elencados no artigo 6º da LGPD, simultaneamente com a boa-fé, servem como mecanismos de segurança para fins de proteção dos dados.

Dessa forma, visando garantir a efetiva observância aos princípios e aos demais regramentos da lei, tornou-se necessária a estruturação de um órgão federal de fiscalização. Portanto, foi sancionada, pelo Congresso Nacional, a lei número 13.853/19, alterando algumas disposições da LGPD e com o desígnio de criar a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

Dentre as atribuições da ANPD (BRASIL, 2018), constam os objetivos de zelar pela proteção dos dados pessoais, nos termos da legislação, de elaborar diretrizes para a Política Nacional de Proteção de Dados Pessoais e da Privacidade e de fiscalizar e aplicar sanções em caso de tratamento de dados realizado de forma irregular, isto é, em descumprimento ao previsto na LGPD.

Em suma, a ANPD apresentará natureza transitória, podendo ser transformada em entidade da administração pública federal indireta, em regime autárquico especial, vinculada à Presidência da República, após 02 (dois) anos (artigo 55-A, §1º e §2º, da 13.709/2018).

A autoridade sobredita, em conformidade com o que prevê o artigo 55-C da Lei, terá a seguinte estrutura organizacional: Conselho Diretor (órgão máximo de direção), Conselho Nacional de Proteção de Dados Pessoais e da Privacidade, Corregedoria, Ouvidoria, órgão de assessoramento jurídico próprio e, por fim, unidades administrativas necessárias à aplicação da lei.

Segundo a Lei Geral de Proteção de Dados, o *Data Protection Officer* (DPO) ou encarregado, será o profissional responsável por planejar, implementar e manter a proteção dos dados, considerado como canal de comunicação entre o controlador, os titulares de dados e a Autoridade Nacional (BRASIL, 2018).

Convém ressaltar, quanto à pessoa do encarregado, que não somente pessoas físicas podem atuar como DPO de empresas, como também pessoas jurídicas (artigo 5º, inciso IX, da 13.709/2018). Não se exige que o DPO possua formação jurídica, mas, especialmente, que seja detentor de conhecimentos avançados sobre a proteção de dados.

Por fim, ficará o encarregado responsável por receber comunicações da Autoridade Nacional e adotar providências. Além disso, também possuirá papel fundamental na comunicação com o titular dos dados, visando prestar esclarecimentos e buscar solucionar as demandas levadas a seu conhecimento (artigo 41, incisos, da 13.709/2018).

4 TERMOS DE USO E DE POLÍTICA DE PRIVACIDADE

Em primeiro plano, em consonância com o princípio da transparência nas relações negociais previsto na Lei Geral de Proteção de Dados, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) impõe como direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem (artigo 6º, inciso III, da 13.709/2018). Ademais, institui, em seu artigo 46, caput, que:

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance (BRASIL, 2002).

Nessa seara, os autores Marques e Miragem compreendem que o direito à informação envolve basicamente quatro espécies relevantes de mensagens, quais sejam, a informação publicitária, a informação oficial ou governamental, a informação de dados pessoais automatizados ou não e, por fim, a informação jornalística (DE CARVALHO, 2002, p. 554).

Isso posto, seus conteúdos abrangem o dever de informar, o direito de informar, o direito de ser informado, a faculdade de receber informação e a faculdade de investigar (não só o fato, mas a própria informação), que são os responsáveis por transformarem o recebedor da informação de mero espectador para sujeito de direitos (DE CARVALHO, 2002, p. 554).

Dessa forma, embora o ingresso no mercado de consumo seja indispensável para o ato de consumir, não basta para a efetivação do direito ao consumo. Este direito não se resume a ter condições materiais de comprar um produto ou contratar certo serviço, isto é, ao seu aspecto formal. Para além disso, em seu aspecto material, pressupõe que no ato de consumo sejam respeitadas a dignidade, saúde e segurança do consumidor, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida e, sobretudo, a transparência e harmonia nas relações de consumo (DORINI, 2010, p. 934).

Nesse sentido, o termo de uso de um aplicativo ou de um site é um documento que informa aos usuários, visitantes e consumidores, em linhas gerais, a modalidade de prestação de serviço e como esta será realizada, breves informações relativas ao tratamento de dados e como se dará a responsabilização, com a finalidade de possuir o aceite de quem recebe tais informações.

A política de privacidade, por sua vez, descreve, especificamente, os tratamentos de dados pessoais que serão realizados e sua extensão, na medida em que o titular consentir com os termos de uso. Por conseguinte, a função dessa espécie de documento é esclarecer como os dados do usuário serão utilizados e para qual finalidade.

Como anteriormente mencionado, a maioria das relações negociais se perfazem em contratos eletrônicos interativos, tais como os Termos de Uso e Política de Privacidade. Portanto, extrai-se a relevância do aceite do usuário nessas relações comerciais e o direito que o titular dos dados possui de extrair as informações adequadas para subsidiar o ato do consentimento.

4.1 DO CONSENTIMENTO: SOB A PERSPECTIVA DO TITULAR DE DADOS

A Lei Geral de Proteção de Dados elenca, em seu artigo 7º, as hipóteses em que seria admitido o tratamento de dados pessoais. Dentre elas, urge mencionar o inciso I do mesmo artigo. Esse determina que o tratamento de dados somente poderá ser realizado mediante o consentimento de seu titular, o que a lei delimita como pessoa natural a quem se referem os dados pessoais, que são objetos de tratamento (artigo 5º, inciso V, da 13.709/2018). Nessa seara:

Art. 7. [...]

[...]

§ 5º. O controlador que obteve o consentimento referido no inciso I do caput deste artigo que necessitar comunicar ou compartilhar dados pessoais com outros controladores deverá obter consentimento específico do titular para esse fim, ressalvadas as hipóteses de dispensa do consentimento previstas nesta Lei (BRASIL, 2018).

Ademais, tal consentimento deve ser fornecido por escrito ou por outro meio que evidencie a manifestação de vontade do titular (artigo 8º, caput, da 13.709/2018), o que demonstra um incentivo do legislador à criação de meios mais interativos nas relações comerciais que se utilizam do ambiente virtual, sobretudo para garantir, de forma efetiva, que o consumidor estará ciente de todas as informações a ele repassadas.

Sob essa ótica, se o consentimento for escrito, a lei delimita que este deverá constar de cláusula destacada das demais cláusulas contratuais (artigo 8º, §1º, da 13.709/2018), de modo que será vedado o tratamento de dados pessoais mediante vício do consentimento (artigo 8º, §3º, da 13.709/2018), cabendo, nesses casos, a responsabilização do controlador.

Assim sendo, constata-se que o consentimento deverá se referir a finalidades determinadas, caso contrário, isto é, em caso de autorizações genéricas, recairá a nulidade ao tratamento realizado (artigo 8º, §4º, da 13.709/2018).

Ainda, é possível extrair da lei (artigo 5, inciso XII, da 13.709/2018), por influência do regramento europeu e com fundamento no direito à autodeterminação informativa que, para que se afigure a legitimidade de qualquer operação de coleta e tratamento de dados, o consentimento deverá ser manifestamente expresso, livre, específico, informado, inequívoco e explícito, isto é, como um instrumento adequado para o exercício do dever de informar.

O consentimento prévio é exteriorizado de forma anterior à constituição contratual (UNIÃO EUROPEIA, 2016). Simultaneamente, o consentimento deverá ser específico. Portanto, no termo deverá constar o objeto, isto é, o dado que se pretende, bem como as finalidades referentes ao seu tratamento (UNIÃO EUROPEIA, 2016).

Por outro lado, o consentimento livre visa evitar práticas abusivas na constituição do negócio jurídico, de modo que o usuário não poderá ser forçado a consentir com o tratamento de seus dados (UNIÃO EUROPEIA, 2016).

Além disso, deverá ser informado, isto é, torna-se necessário fornecer ao titular informações suficientes para subsidiar o ato de tomada de decisão. Em linhas gerais, é necessário dispor de uma descrição rigorosa e facialmente compreensível do objeto do consentimento, das consequências do consentimento, como também de sua recusa (UNIÃO EUROPEIA, 2014).

Nesse sentido, direciona-se a um conhecimento inequívoco (UNIÃO EUROPEIA, 2014), isto é, em que não há espaço para dúvidas razoáveis de que o titular pretendia comunicar a sua permissão para o tratamento dos seus dados.

Por fim, o consentimento explícito diz respeito a um ato que pode ser facilmente visualizado no contrato, em contraposição ao não-explícito, qual seja, aquele deduzido meramente pelas circunstâncias (UNIÃO EUROPEIA, 2014).

Por tudo dito, a ideia de se observar o consentimento em suas facetas, quais sejam, um consentimento manifestamente expresso, livre, específico, informado, inequívoco

e explícito, é de extrema relevância, ao se considerar que, na maioria das vezes, o usuário exterioriza seu aceite de forma automatizada.

Será verificado, ademais, que pode ser concebido como uma consequência estrutural dos próprios Termos de Uso e de Política de Privacidade atuais, sobretudo, porque, a linguagem utilizada na contratação e a forma como são apresentados não permitem uma clareza de seu conteúdo.

4.2 DA PRIVACIDADE DESDE A CONCEPÇÃO: PRINCÍPIOS QUE DEVEM SER OBSERVADOS PELOS AGENTES DE TRATAMENTO

Inicialmente, convém mencionar um aspecto relevante para a proteção de dados pessoais, qual seja, a observância à metodologia da *privacy by design* (privacidade desde a concepção) e, como decorrência da primeira, à *privacy by default* (privacidade por padrão), especialmente na produção dos mais variados aplicativos e de outros serviços digitais.

Deve-se ressaltar que esses conceitos foram instituídos no ano de 1990, pela Comissária de Informação e Privacidade de Ontário do Canadá, a Dra. Cavoukian (2011), e atualmente podem ser observados no modelo europeu.

A privacidade desde a concepção, como o próprio nome indica, é observada desde o projeto inicial do serviço a ser prestado, do aplicativo a ser desenvolvido. Nessa ótica, a autora Cavoukian aborda o *privacy by design* (PbD) em sete princípios básicos.

O primeiro dos princípios faz menção à proatividade, isto é, é necessário que as empresas priorizem uma postura proativa e não reativa (CAVOUKIAN, 2011), que, na legislação brasileira, coaduna-se com o princípio da boa-fé objetiva.

Dessa forma, tem por finalidade a antecipação aos eventos invasivos à privacidade, isto é, compreender o que poderia afetar a privacidade dos usuários durante a

utilização plataforma. Em síntese, a autora menciona que o PbD vem antes do fato, por meio da adoção de uma política de privacidade forte, objetivando:

A clear commitment, at the highest levels, to set and enforce high standards of privacy – generally higher than the standards set out by global laws and regulation.

A privacy commitment that is demonstrably shared throughout by user communities and stakeholders, in a culture of continuous improvement.

Established methods to recognize poor privacy designs, anticipate poor privacy practices and outcomes, and correct any negative impacts, well before they occur in proactive, systematic, and innovative ways⁷ (CAVOUKIAN, 2011).

Outro conceito relevante é a privacidade como configuração padrão. Nesse contexto, a configuração referente à privacidade deve, em linhas gerais, garantir o máximo de proteção à privacidade do usuário. Por isso, não se exige do titular qualquer posicionamento no sentido de alterar configuração para maximizar sua privacidade. As especificações prestadas devem ser claras, limitadas e relevantes para os fins necessários (CAVOUKIAN, 2011).

Além disso, quanto à privacidade incorporada ao projeto (embutida no *design*), entende-se que a privacidade deve ser concebida como parte integrante do sistema, sem que isso diminua sua funcionalidade. Com efeito, enfatiza-se a necessidade de serem redigidos relatórios detalhados sobre os eventuais riscos e impactos à privacidade, bem como as medidas possíveis para saná-los (CAVOUKIAN, 2011).

A funcionalidade total (“soma positiva e não soma zero”) remete ao fato de que a proteção de dados pessoais deve ser concebida em conformidade com os interesses legítimos de quem se utiliza das informações prestadas. Nesse sentido, deve-se respeitar a privacidade sem prejudicar as funcionalidades e objetivos da plataforma, o que exige maior criatividade e dedicação dos desenvolvedores do aplicativo (CAVOUKIAN, 2011).

⁷ Um compromisso claro, nos níveis mais altos, de fazer cumprir altos padrões de privacidade, geralmente, ainda em um patamar ainda maior do que aqueles estabelecidos pelas leis e regulamentos globais. O segundo item engloba um compromisso de privacidade comprovadamente compartilhado pelas comunidades de usuários e partes interessadas, em uma cultura de melhoria contínua. Por fim, um compromisso com a elaboração de métodos para reconhecer projetos inadequados, antecipar práticas e resultados de privacidade inadequados e corrigir quaisquer impactos negativos, muito antes de ocorrerem de maneira proativa, sistemática e inovadora (tradução livre).

Outrossim, o princípio da segurança de ponta-a-ponta (*lifecycle protection*) se refere à proteção dos dados desde a sua coleta, isto é, quando o usuário insere seus dados até a sua eliminação. Portanto, preza-se por uma proteção em sentido amplo, durante todo o ciclo da vida dos dados:

Applied security standards must assure the confidentiality, integrity and availability of personal data throughout its lifecycle including, inter alia, methods of secure destruction, appropriate encryption, and strong access control and logging methods⁸ (CAVOUKIAN, 2011).

Quanto à visibilidade e à transparência, esta possui reflexo na comunicação realizada com o titular dos dados, devendo-se enfatizar a clareza que deve ser posta pelos agentes de tratamento ao titular nos Termos de Uso e de Política de Privacidade, no que diz respeito, por exemplo, à finalidade ou à coleta de dados. Dessa forma, abrange também a responsabilidade por todas as políticas e procedimentos relacionados à privacidade (CAVOUKIAN, 2011).

Por fim, tem-se o respeito à privacidade do usuário, isto é, uma solução voltada para o titular dos dados, a fim de que se torne capaz de desempenhar um papel ativo no gerenciamento de seus próprios dados. Esse princípio visa garantir ao usuário a tomada de decisão sobre as suas informações armazenadas, que, remete, portanto, a um consentimento adequado. Nesse sentido, quanto maior a sensibilidade dos dados, mais clara e específica será a qualidade do consentimento pretendido (CAVOUKIAN, 2011).

A Lei Geral de Proteção de Dados prevê em seu artigo 46, § 2º, que os agentes de tratamento devem adotar medidas de segurança técnicas e administrativas desde a concepção, ou seja, refere-se à ideia de *privacy by design*.

Nesse sentido, os princípios da privacidade desde a concepção podem servir como parâmetro para as empresas na execução de um programa de governança em privacidade (art, 50, *caput*, da Lei 13.709/2018) e, conseqüentemente, para colocar em prática a segurança que a legislação brasileira constantemente menciona. Dessa

⁸ Os padrões de segurança aplicados devem garantir a confidencialidade, a integridade e a disponibilidade dos dados pessoais durante todo o seu ciclo de vida, incluindo, entre outros métodos de destruição segura, criptografia apropriada e métodos fortes de controle de acesso e registro (tradução livre).

feita, em todas as etapas que compreendem o desenvolvimento do produto ou serviço, torna-se necessário respeitar a privacidade do usuário.

4.3 ANÁLISE DE CASOS CONCRETOS: A LGPD E A *PRIVACY BY DESIGN* NOS TERMOS DE USO E POLÍTICA DE PRIVACIDADE

Atualmente, observa-se que alguns termos apresentam métodos que tentam persuadir o consumidor à leitura das condições nele contidas, embora sigam um modelo limitado que é comumente utilizado nos contratos físicos.

Uma delas é a necessidade de rolagem de todo o texto, para então se permitir o aceite durante o cadastro do usuário na plataforma. Há, além disso, o destaque às cláusulas que envolvam a limitação de certos direitos e os tratamentos de dados pessoais, seja por intermédio do uso de cores diversas ou por frases contendo somente letras maiúsculas.

Em caso de eventuais modificações, ainda há a possibilidade de informar a alteração que será realizada de imediato aos usuários cadastrados na plataforma, direcionando o acesso às novas versões e aos canais de comunicação oferecidos (*chats*). Estes canais são relevantes para suprir eventuais dúvidas que surgirem sobre o tratamento de dados.

Com efeito, o Decreto nº 6.523/2008, ao fixar normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), pretende garantir a observância dos direitos básicos do consumidor de obter informação adequada e clara sobre os serviços e de manter-se protegido contra práticas abusivas ou ilegais impostas no fornecimento desses serviços (BRASIL, 2008). O SAC, portanto, estabelece um contato direto entre a empresa e o consumidor, seja por telefone, correios eletrônicos, ou até mesmo pelos “chats” já mencionados.

Por outro lado, o FAQ (*Frequently Asked Questions*), também utilizado, refere-se às perguntas mais frequentes do site de uma empresa ou negócio que deverão ser

respondidas de forma didática, clara e objetiva. É um método adequado para esclarecer dúvidas recorrentes, todavia, não se perfaz em um contato direto.

Esses meios, portanto, são utilizados no momento atual para garantir maior efetividade no fornecimento de produtos e na prestação de serviços, suprimindo eventuais dúvidas e garantindo, por vezes, um contato em tempo real com o atendente.

Acrescido a isso, empresas como Uber e Ebay, ao redigirem os Termos de Política de Privacidade, estruturam seus termos de tal sorte, que proporcionam uma maior organização das informações que são fornecidas ao usuário.

Verifica-se que a Uber, empresa multinacional americana destinada ao fornecimento de serviços de transportes, divide sua Política de Privacidade (ANEXO B) em “introdução”, “visão geral”, “coletas e usos de dados”, “opções e transparência” “atualizações deste aviso”, de modo que o usuário pode optar por acessá-los separadamente (UBER TECNOLOGIA LTDA, 2019).

No âmbito de “coleta e uso de dados”, a plataforma esclarece o responsável pelo tratamento dos dados com maior precisão, isto é, em conformidade com o local em que o serviço é utilizado, bem como indica as informações que serão coletadas, especificamente quanto aos dados fornecidos pelo titular, que podem incluir o perfil do usuário e até mesmo dados de verificação de segurança (UBER TECNOLOGIA LTDA, 2019).

Portanto, vislumbra-se que para cada dado a plataforma define sua utilização e sua abrangência. Além disso, a empresa indica como serão utilizadas as informações, delimitando em tópicos as finalidades visadas aos dados que foram coletados (UBER TECNOLOGIA LTDA, 2019).

Por outro lado, também sob o ponto de vista estrutural, o site Ebay, que tem por finalidade a venda e compra de bens, optou por um modelo ainda mais dinâmico. O usuário tem a sua disposição infográficos (recursos visuais), indicando um item específico da Política de Privacidade (ANEXO A). Dessa forma, ao se optar por um

dos títulos, tem-se um acesso mais transparente, por exemplo, aos objetivos do processamento e à segurança dos dados fornecidos.

Em contrapartida, contratos como Mercado Livre e 99Pop seguem o modelo tradicional dos Termos de Uso e de Política de Privacidade (ANEXOS C, D, E e F) , em que as informações são dispostas em um texto corrido tal como nos documentos físicos, sem dispor de um meio interativo. Nesses casos, não há observância aos conceitos da privacidade desde a concepção, especialmente quanto ao princípio do respeito à privacidade do usuário.

Por esse princípio, conclui-se que o conhecimento de todas as condições pelo titular dos dados é essencial para que seu consentimento seja válido. Contudo, o termo de serviço dispõe de uma estrutura visualmente cansativa, não atraindo a atenção do consumidor.

Sob essa ótica, esse modelo faz com que muitas pessoas optem por não ler detalhadamente as cláusulas e rapidamente aceitem o que nele está contido. Em contrapartida, o meio interativo que propõe a LGPD encontra no ambiente digital um leque de possibilidades, permitindo uma maior receptividade das informações passadas.

Além disso, o “Termo de Condições Gerais do Uso do Site” do Mercado Livre (ANEXO C), comumente utilizado nas relações de compra e venda de produtos mais variados possíveis, em uma de suas cláusulas, antecipa-se sobre a possibilidade de alterar o termo de uso, de modo que os novos termos deverão entrar em vigor 10 (dez) dias após sua publicação, considerando que, no prazo de 5 (cinco) dias, contados a partir da publicação da nova versão, é ônus do usuário se comunicar por e-mail caso discorde de tais alterações, com a consequente extinção do vínculo contratual (EBAZAR.COM.BR LTDA, 2019).

Ademais, determina que, não havendo tal manifestação no prazo estipulado, presume-se que o titular aceitou os termos e o contrato, então, permanecerá (EBAZAR.COM.BR LTDA, 2019).

Ocorre que essas disposições conflitam com o que está previsto na LGPD. Em razão da necessidade de um consentimento específico, a lei determina que, em caso de eventuais alterações de informações antes dispostas referentes à finalidade específica do tratamento, à forma e a sua duração, bem como à identificação do controlador, é necessário informar ao titular, podendo este, quando sua anuência for novamente exigida ante a alteração proposta, revogar seu consentimento (artigo 8º, §6º, da 13.709/2018).

Conforme visto anteriormente, o consentimento deduzido da mera inércia não constitui um consentimento inequívoco (UNIÃO EUROPEIA, 2014) e a exatidão do consentimento é uma das facetas para torná-lo válido.

Essa delimitação também fere frontalmente o texto do Código de Defesa do Consumidor, em especial em seu artigo 39, incisos III e VI (BRASIL, 1990), isto é, ao pretender executar um serviço ou fornecer determinado produto sem solicitação prévia e autorização expressa do consumidor. A atualização de aplicativos sem que tenha havido a autorização, trata-se de amostra grátis, de modo que não é possível cobrar o novo serviço prestado.

Simultaneamente, no item “privacidade da informação” (ANEXO C), o site impõe uma cláusula excludente de responsabilidade, ressaltando que, embora pretenda zelar pela segurança e confidencialidade dos dados:

Não se responsabilizará por eventuais prejuízos que sejam decorrentes da divulgação de tais informações por parte de terceiros que utilizem as redes públicas ou a internet, subvertendo os sistemas de segurança para acessar as informações de Usuários (EBAZAR.COM.BR LTDA, 2019).

Nessa seara, dispõe a lei, em seu artigo 42 (BRASIL, 2018), que o controlador ou operador que, em razão dos riscos de exercício da atividade de tratamento de dados pessoais, causar danos a outrem, em violação à LGPD, é obrigado a repará-lo, razão pela qual a excludente de responsabilidade não possui fundamento. Além disso, trata-se de ônus dos agentes de tratamento a prova de que se encaixa em uma excludente de responsabilidade (artigo 43, da 13.709/2018).

Com efeito, a Lei Geral de Proteção de Dados busca garantir uma maior segurança nessas transações comerciais, sobretudo ao titular dos dados. Portanto, o atual desafio para as empresas será a adaptação a essa nova realidade. Em suma, o que se percebe é que ainda existem muitas falhas referentes ao dever de informar.

Outro aplicativo que apresenta equívocos em certas cláusulas é o 99Pop, constantemente utilizado no fornecimento de serviços de transporte. Nesse sentido, ao delimitar os Termos de Uso de Passageiro (ANEXO E), no item “dados do usuário e privacidade” disserta que:

O usuário entende e concorda que o seu uso e a prestação de serviços envolvem a coleta e utilização de informações e dados sobre o usuário (conforme definido na política de privacidade aplicável), incluindo a transferência destas informações e dados para outros territórios, para fins de armazenamento, processamento e utilização pela 99, sua controladora e demais empresas do mesmo grupo econômico, para as finalidades de prestação de serviço e demais previstas na política de privacidade (99 TECNOLOGIA LTDA, 2018).

Isso posto, resta claro que o tratamento de dados é imprescindível para a realização do serviço. Nessa ótica, a lei defende a observância ao princípio da transparência quando o tratamento de dados pessoais for condição para realização do serviço ou fornecimento do produto, razão pela qual o titular será devidamente informado, de forma detalhada sobre esse exercício (artigo 9º, §3º, da 13.709/2018). Objetiva-se, portanto, obter um consentimento informado, sem que restem dúvidas.

Acrescido a isso, deverá ser esclarecido ao titular os meios pelos quais poderá exercer seus direitos, nos moldes do artigo 18 da Lei Geral de Proteção de Dados.

Demais disso, a parte final disposta na cláusula acima também merece especial atenção. Afinal, permite a transferência de dados a terceiros, a parceiros comerciais, no entanto sem especificá-los (99 TECNOLOGIA LTDA, 2018). Trata-se de um direcionamento expressamente proibido pela legislação brasileira.

A lei número 13.709/2018 exige que o controlador que obteve o consentimento para o tratamento de dados pessoais indicado no artigo 7º, inciso I do mesmo diploma,

que precisar compartilhar os dados pessoais com outros controladores deverá obter um consentimento específico do titular para essa finalidade.

Todavia, essa disposição já violava o Marco Civil da Internet, em seu artigo 7º, incisos VII e VIII, haja vista que se trata de direito do usuário o não fornecimento de seus dados pessoais a terceiros sem expresse consentimento.

Cláusula semelhante também é prevista nos termos de uso do site do Mercado Livre. Neste, dispõe-se que, com o aceite dos termos, o usuário expressamente autoriza que suas informações e dados pessoais sejam partilhadas pela empresa, com as demais empresas integrantes do grupo econômico, parceiros comerciais, membros do Programa de Proteção à Propriedade Intelectual, autoridades e pessoas físicas ou jurídicas que aleguem ter sido lesadas por usuários (EBAZAR.COM.BR LTDA, 2019).

A disposição de cláusulas como essa perpassa os conceitos de algoritmo, perfilização e transações comerciais. Conforme Cormen (2013), um algoritmo de computador é um conjunto de etapas para executar uma tarefa descrita com precisão suficiente para que um computador possa executá-la.

Os algoritmos são utilizados em diversos serviços, a fim de extrair informações contidas nos dados e, especialmente, desenvolver comandos e respostas práticas adequadas segundo os interesses das pessoas, instituições e empresas que os mineram e processam (PINTO; MÓDOLO, 2017).

Nesse sentido, permite-se que sejam traçados perfis comportamentais dos usuários a partir de suas predileções, em conformidade com o que acessam no ambiente virtual. Destina-se, portanto, à criação de modelos de computador preditivos, capazes de antecipar o futuro, por intermédio de análise matemática de eventos do passado (DE MENEZES NETO; DE MORAIS, 2018).

Esse processo, como visto anteriormente, é denominado de perfilização (*profiling*) e embasa as transações comerciais realizadas entre diversas empresas, de modo que

as informações obtidas a partir da coleta e processamento dos dados servem para movimentar a parceria econômica, tornando-se uma operação muito lucrativa.

Sob a perspectiva do termo de uso do 99Pop, para além da cláusula que permite a transferência de dados a terceiros, ainda há a possibilidade, no item “modificação ou encerramento do serviço” (ANEXO E), de, a qualquer tempo, modificar ou descontinuar, temporariamente ou permanentemente, o serviço ou parte dele, com ou sem notificação (99 TECNOLOGIA LTDA, 2018).

Com efeito, a LGPD reiteradamente torna imperativo o consentimento, sobretudo ao se tratar de novas modificações (artigo 8º, §6º, da 13.709/2018), de modo é por completo irrazoável que as alterações do serviço se deem sem notificação do titular de dados.

Ainda quanto à “modificação ou encerramento do serviço”, é determinado que o aplicativo não será responsabilizado, e, ainda, não terá qualquer obrigação adicional, implícita ou explícita, para com o usuário ou terceiros em razão da modificação, suspensão ou desativação do serviço (99 TECNOLOGIA LTDA, 2018).

Acrescido a isso, a plataforma impõe ao usuário que não se responsabilizará por quaisquer danos morais ou materiais, incluindo, sem limitação, danos por lucros cessantes ou de informações ou outras perdas intangíveis resultantes do: uso ou incapacidade de usar o serviço; quebras de segurança e acesso não autorizado às transmissões ou informações do usuário, bem como da alteração destas; e, em suma, por motivos de força maior ou caso fortuito, por atos praticados pelo usuário ou sob a responsabilidade de terceiros (99 TECNOLOGIA LTDA, 2018).

Por fim, novamente se verifica uma tentativa de afastar a responsabilidade da empresa, que, de fato, não é sustentada pela LGPD. Nesse sentido, o próprio Código de Defesa do Consumidor veda essa prática, especialmente em seu artigo 25, *caput*, considerando-as cláusulas nulas de pleno direito (artigo 51, inciso I, do CDC).

5 A RESPONSABILIDADE DOS AGENTES EM TRATAMENTOS IRREGULARES CONFORME A LGPD

Os autores Andrade e Acioli (2013, p. 140) delimitam que os riscos provenientes do desenvolvimento tecnológico compuseram uma nova sociedade, a denominada sociedade de risco. Consoante aos preceitos dos autores:

Tais riscos, além de possuírem o caráter global, tendo em vista que já não mais respeitam fronteiras territoriais ou sociais, são responsáveis por gerar situações de perigo ante o uso desmesurado das novas tecnologias capazes de atingir a própria noção de personalidade, bem como por causar novas situações de desigualdade social, constituindo em novos perigos decorrentes da modernização pelo desenvolvimento tecnológico.

Diante da premissa da sociedade de risco, constantemente se verifica o vazamento de dados como um risco atual em meio às novas disposições tecnológicas. O magistrado, portanto, deve se adaptar a essas inovações e conseqüentemente aos reflexos negativos que podem proporcionar, sobretudo em relação aos direitos que compõem a própria esfera individual, com o objetivo de se garantir o efetivo acesso à justiça. Conforme os dizeres de Andrade e Bussinger (2010, p. 238), o acesso à justiça pode ser interpretado sob óticas diversas:

Há os que consideram o acesso à Justiça correspondente ao exercício efetivo de cidadania, outros acreditam que o acesso consiste na possibilidade de receber a tutela jurisdicional do Estado, isto é, ter acesso ao Poder Judiciário e às demais instituições capazes de viabilizar o direito à proteção, à tutela jurisdicional competente.

Nessa seara, embora a utilização indevida dos dados pessoais seja uma temática recente no âmbito das decisões judiciais, a Lei Geral de Proteção de Dados surge para esclarecer eventuais dúvidas sobre a responsabilidade da empresa, em especial, sobre a responsabilidade dos agentes de tratamento, os protagonistas do tratamento de dados pessoais.

Com a legislação específica, novos meandros foram concebidos aos casos relativos ao vazamento de dados pessoais e demais tratamentos irregulares. Dessa forma, verifica-se que o legislador atribuiu uma seção própria para a responsabilidade e o ressarcimento dos danos e, em seu artigo 42, determinou a responsabilidade do

controlador ou o operador que, em razão do tratamento de dados pessoais, causarem danos em violação à lei (BRASIL, 2018).

Em contrapartida, a violação à LGPD não é tão simples de ser constatada. No artigo 44 do mesmo diploma, são previstas as hipóteses em que o tratamento de dados pessoais será considerado irregular:

Art. 44. O tratamento de dados pessoais será irregular quando deixar de observar a legislação ou quando não fornecer a segurança que o titular dele pode esperar, consideradas as circunstâncias relevantes, entre as quais:
I – o modo pelo qual é realizado;
II – o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
III – as técnicas de tratamento de dados pessoais disponíveis à época em que foi realizado.
Parágrafo único. Responde pelos danos decorrentes da violação da segurança dos dados o controlador ou o operador que, ao deixar de adotar as medidas de segurança previstas no art. 46 desta Lei, der causa ao dano (BRASIL, 2018).

Por se tratar de uma relação consumerista, isto é, em síntese, entre o fornecedor de serviços e o consumidor (titular dos dados), torna-se necessário observar o Código de Defesa do Consumidor. No artigo 14 do mesmo diploma, há a denominada responsabilidade pelo fato do serviço. São hipóteses em que o fornecedor será responsabilizado objetivamente, isto é, independente da análise de culpa, pelos danos causados por defeitos na prestação de serviço (BRASIL, 1990).

Além disso, o §1º do artigo 14 conceitua o serviço defeituoso, isto é, aquele que não fornece a segurança que o consumidor espera, quanto ao modo de fornecimento, aos resultados e riscos e considerando-se a época em que foi fornecido (BRASIL, 1990). Constata-se, portanto, que há significativa semelhança com o que a nova legislação prevê no que diz respeito aos tratamentos de dados pessoais irregulares.

Noutro giro, cabe analisar o que a LGPD descreve como “técnicas de tratamentos de dados pessoais disponíveis à época em que foi realizado”, indicadas no inciso III do artigo 44 da lei, bem como expressamente mencionadas no artigo 46 do mesmo diploma:

Art. 46. Os agentes de tratamento devem adotar medidas de segurança, 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 qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito (BRASIL, 2018).

Sob esse cenário, Corrêa (2019) entende que a verificação em concreto das “técnicas que eram disponíveis à época em que o tratamento de dados foi realizado”, exige um posicionamento específico dos julgadores, dotado de certa profundidade técnica. Esta profundidade, para fins de se apurar a responsabilidade dos agentes de tratamento, demandaria a utilização de prova pericial quanto ao vazamento de dados, nos moldes do artigo 474 do Código de Processo Civil brasileiro de 2015 – CPC (BRASIL, 2015).

Portanto, somente com a perícia finalizada é que seria possível comprovar o ato ilícito, juntamente com o nexo causal e o dano realizado ao titular de dados, que compõem os elementos da responsabilidade civil objetiva.

Nesse sentido, para o autor Gonçalves (2012, p. 44) a responsabilidade civil objetiva pode ser entendida da seguinte forma:

A classificação corrente e tradicional, pois, denomina objetiva a responsabilidade que independe de culpa. Esta pode ou não existir, mas será sempre irrelevante para a configuração do dever de indenizar. Indispensável será a relação de causalidade entre a ação e o dano, uma vez que, mesmo no caso de responsabilidade objetiva, não se pode acusar quem não tenha dado causa ao evento. Nessa classificação, os casos de culpa presumida são considerados hipóteses de responsabilidade subjetiva, pois se fundam ainda na culpa, mesmo que presumida.

Dessa forma, há o entendimento (CORRÊA, 2019) no sentido de que a responsabilidade civil objetiva pura, concebida pela doutrina e também prevista no CDC, ao ser verificada em caso concreto, importará em uma análise cuidadosa sobre as técnicas dispostas, demandando conhecimentos específicos sobre tecnologia, não sendo possível concluir, de imediato, o ato ilícito.

Ainda sob a temática da responsabilidade, cabe mencionar o §1 do artigo 42 da Lei Geral de Proteção de Dados. Este pretende delimitar especificamente as responsabilidades dos envolvidos no tratamento dos dados, a fim de proporcionar uma efetiva indenização ao titular:

[...]

I - o operador responde solidariamente pelos danos causados pelo tratamento quando descumprir as obrigações da legislação de proteção de dados ou quando não tiver seguido as instruções lícitas do controlador, hipótese em que o operador equipara-se ao controlador, salvo nos casos de exclusão previstos no art. 43 desta Lei;

II - os controladores que estiverem diretamente envolvidos no tratamento do qual decorreram danos ao titular dos dados respondem solidariamente, salvo nos casos de exclusão previstos no art. 43 desta Lei (BRASIL, 2018).

Verifica-se, assim, a solidariedade dos agentes. Em primeiro plano, o inciso I trata da possibilidade de ser exigido ao operador quando este descumprir a LGPD ou, ainda, quando não observar instruções legais do controlador. O inciso II, por outro lado, permite a responsabilidade solidária do controlador, quando diretamente envolvido no tratamento que gerou danos ao titular.

Contudo, como a definição de tratamento de dados pessoais é extensa (artigo 5º, inciso X, da 13.709/2018), isto é, apresenta uma pluralidade de atividades, tais como a coleta, modificação, transmissão, processamento e armazenamento, por vezes, é possível que exista mais de um controlador, que praticou uma dessas atividades separadamente. Por exemplo, é possível que um agente tenha sido responsável pela coleta e outro pela modificação dos dados fornecidos.

Dessa forma, em termos práticos, verifica-se uma cadeia de pessoas que podem compor a definição de controlador, o que torna a responsabilidade ainda mais complexa.

À vista disso, a legislação de proteção de dados também delimita situações específicas que eximem os agentes de responsabilidade, cujo ônus da prova recai aos mesmos. Inicialmente, quando, atribuídos a certo tratamento de dados, comprovarem que não realizaram tal tratamento; que, nas situações em que tenha realmente realizado o tratamento de dados que lhe é atribuído, não houve violação à legislação de proteção de dados; e, por fim, que o dado proporcionado ao titular é decorrente de culpa exclusiva deste ou de um terceiro (artigo 43, incisos, da 13.709/2018).

Em suma, a partir da análise das excludentes de responsabilidade do controlador e do operador, é possível concluir que essas acabariam por afastar o nexo de causalidade entre a ação ou omissão e o dano causado ao titular de dados, descaracterizando, nesses casos específicos, a regra da responsabilidade objetiva.

Por tudo dito, a LGPD, além de incentivar que o tratamento de dados seja um tratamento seguro, em conformidade com as suas disposições, a fim de proteger os dados do titular em sua integralidade, também busca equilibrar as relações, em sua justa medida, a fim de que não haja excessos na responsabilidade dos agentes de tratamento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos dias atuais, as tecnologias compõem quase que a integralidade das atividades humanas. As relações interpessoais são mantidas por intermédio de dispositivos eletrônicos, cujas comunicações são feitas, em linhas gerais, por mensagens instantâneas. A instantaneidade da época faz com que a sociedade anseie, cada vez mais, por relações mais rápidas.

Essa ansiedade tem reflexo na forma com que os Termos de Uso e de Política de Privacidade são formados, isto é, um contrato eletrônico interativo, realizado de forma sucinta, em texto corrido, a fim de que seja fornecido o “aceite”, para que o serviço ou o produto que se pretenda seja alcançado de imediato.

Em contrapartida, como desdobramento intrínseco a essas relações, há de se falar do aumento dos riscos de vazamento e da utilização inadequada dos dados pessoais. Os dados pessoais se tornaram o recurso mais valioso no século atual e, em razão disso, geraram e ainda geram o enriquecimento de empresas de diversos setores.

A Lei Geral de Proteção de Dados, portanto, especialmente por possuir como escopo a tutela dos dados pessoais, imporá novos parâmetros para as relações comerciais virtuais, não somente por estabelecer novos protagonistas no tratamento desses dados que deverão constar no quadro de funcionários da empresa, como também por orientar toda a atividade empresarial com princípios destinados à proteção de dados pessoais e definir a responsabilidade especificamente em cada caso.

Em suma, o que se percebe é a constância de muitas falhas nos Termos de Uso e Política de Privacidade, visando um contrato intencionalmente mais rápido e lucrativo. No entanto, com a vigência da lei no próximo ano, os contratos digitais deverão ser realizados com maior cuidado, desde sua confecção, isto é, na elaboração do *design*. O novo ideal será uma postura preventiva e não reativa, visando a mitigação dos riscos ao titular dos dados.

Dessa forma, constata-se que será um processo de adaptação complexo para as empresas. Nesse cenário, o controlador, o operador e o encarregado, irão atuar para que o tratamento de dados seja realizado de forma segura e transparente, a fim de que o titular de dados, vulnerável nessa relação, possua seus direitos fundamentais observados.

REFERÊNCIAS

ANDREADE, Fábio Siebeneichler. ACIOLI, Catarine Gonçalves. A inclusão digital no Brasil e a responsabilidade civil estatal por omissão. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, V.14, n.2, 2013.

BARBAGALO, Erica Brandini. **Contratos eletrônicos: contratos formados por meio de rede de computadores peculiaridades jurídicas da formação do vínculo**. Tese (Mestrado), Universidade de São Paulo Faculdade de Direito. São Paulo: USP-SP, 2000.

BOIAGO JÚNIOR, José Wilson. **Contração eletrônica: aspectos jurídicos**. Curitiba: Juruá, 2005.

BRANDINI, Erica. **Aspectos legais do comércio eletrônico**. Anais do XIX Seminário Nacional de Propriedade Intelectual, 1999. p.105-6.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm> Acesso em: 22 de set. de 2019.

BRASIL. **Decreto nº 6523, de 31 de julho de 2008**. Regulamenta a Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990, para fixar normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6523.htm>. Acesso em: 09 set. 2019.

BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://goo.gl/ndvX2T>. Acesso em: 22 de set. de 2019.

BRASIL. **Lei 13.105, de 16 de março de 2015**, que instituiu o Código de Processo Civil. In: Palácio do Planalto. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13105.htm>. Acesso em: 21 set. 2019.

BRASIL. **Lei 13. 709, de 14 de agosto de 2018**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: 14 ago. 2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 21 ago. 2019.

CAVOUKIAN, Ann. **Information & Privacy: 7 foundational principles**. Internet Architecture Board. 2011. Disponível em: https://www.iab.org/wp-content/IABuploads/2011/03/fred_carter.pdf. Acesso em 18 out. 2019.

CORRÊA, Leonardo. **É importante não perder o foco da segurança jurídica no âmbito da LGPD.** In: Revista Consultor Jurídico, 03 de março de 2019. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2019-mar-03/leonardo-correa-seguranca-juridica-ambito-lgpd>>. Acesso em: 21 ago. 2019.

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

DONEDA, Danilo. **O direito fundamental à proteção de dados pessoais.** In: MARTINS, Guilherme Guimarães (Coord.). Direito Privado e Internet: atualizado pela Lei nº 12.965/2014: Marco Civil da Internet no Brasil. São Paulo: Atlas, 2014. P.61-78.

DE CARVALHO, Luis Gustavo Grandinetti Castanho. **A informação como bem de consumo.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

DINIZ, Maria Helena – **Curso de direito civil brasileiro.** Vol. 3. São Paulo: Saraiva, 2008.

DORINI, João Paulo de Campos. **Direito de Acesso ao Consumo.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

GOMES, Orlando. **Contratos.** 14. ed., Rio de Janeiro: Forense, 1996.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro**, volume 4: responsabilidade civil. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

LEAL, Sheila do Rocio Cercal Santos. **Contratos Eletrônicos – Validade Jurídica dos Contratos via Internet.** São Paulo: Atlas, 2007.

LEMOS, Ronaldo. **Direito, Tecnologia e Cultura.** Editora FGV. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2190/Ronaldo%20Lemos%20Direito%20Tecnologia%20e%20Cultura.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 08 ago. 2019.

LYRA, Bruna Duque. **A intervenção estatal e a liberdade contratual: uma investigação acerca da ponderação de princípios na ordem econômica constitucional.** 2004. 219 f. Dissertação (Mestrado em Direitos e Garantias Constitucionais Fundamentais) – Faculdade de Direito de Vitória, Vitória, 2004.

MASSI, Eva Dubrini; MASSI, Watson Maranhão. **A internet e os contratos eletrônicos.** Piracicaba: Cadernos de Direito, 2006.

PINTO, Alexandre; MÓDOLO, Leandro. **Big Data e a espoliação algorítmica dos dados:** novos meios para uma velha dominação. Disponível em: <<https://blogdaboitempo.com.br/2017/10/11/big-data-e-a-espoliacao-algoritmica-dos-dados-novos-meios-para-uma-velha-dominacao/>>. Acesso em: 08 set. 2019.

REGINA, Elis. **Cartomante**. Intérprete: Elis Regina. Compositores: Ivan Lins e Vitor Martins. In: Elis. Rio de Janeiro: Phonogram: 1977. 1 disco óptico, lado B, faixa 8 (3:17 min).

ROSSI, Mariza Delapievi. **Aspectos legais do comércio eletrônico:** contratos de adesão. In: Seminário Nacional De Propriedade Intelectual, 19, 1999, São Paulo.

SCHMARZO, Bill. **Big data, El poder de los datos**. Madrid: Anaya. 2013.

SOUZA PRIOLI, Vinicius Roberto. **Contratos Eletrônicos e Validade da Assinatura Digital**. Curitiba: Juruá, 2009.

EBAY SERVIÇOS DE CONSULTORIA E MARKETING LTDA. **Privacy Notice** – Última atualização: 30 de julho de 2019. Disponível em: <<https://www.ebayinc.com/company/privacy-center/privacy-notice/>>. Acesso em 8 set. 2019.

EBAZAR.COM.BR LTDA. **Termo e condições gerais de uso do site** – Última atualização: 05 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://www.mercadolivre.com.br/ajuda/991>>. Acesso em: 8 set. 2019.

UBER TECNOLOGIA LTDA. **Aviso de Privacidade** – Última atualização: 12 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://www.uber.com/global/pt-pt/privacy/notice/>>. Acesso em: 8 set. 2019.

99 TECNOLOGIA LTDA. **Termos e Uso do Passageiro**. Última atualização: 02 de agosto de 2018. Disponível em: <<https://99app.com/legal/termos/passageiro/>>. Acesso em: 8 set. 2019.

THE ECONOMIST. **The world's most valuable resource is no longer oil, but data**. Londres, 6 de maio de 2017. Disponível em: <<https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data?fsrc=scn/tw/te/rfd/pe>>. Acesso em: 8 set. 2019.

UNIÃO EUROPEIA, Agência dos Direitos Fundamentais. **Manual da Legislação Europeia sobre Proteção de Dados**. Luxemburgo: Serviço das Publicações da União Europeia, 2014, p. 62. Disponível em: <<https://rm.coe.int/16806ae65f>>. Acesso em: 8 ago. 2019.

UNIÃO EUROPEIA. **Regulamento 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, 2016.** Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32016R0679>>. Acesso em: 8 ago. 2019.

VIANNA, W. B.; DUTRA, M. L.; FRAZZON, E. M. Big data e gestão da informação: modelagem do contexto decisional apoiado pela sistemografia. **Informação & Informação**, v. 21, n. 1, p. 185-212, 2016. DOI: 10.5433/1981-8920.2016v21n1p185 Acesso em: 21 out. 2019.

ZANATTA, Rafael. (2019). **Perfilização, Discriminação e Direitos:** do Código de Defesa do Consumidor à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. 10.13140/RG.2.2.33647.28328.










ZUBOFF, Shoshana. **The age of the surveillance capitalism:** the fight for the future at the new frontier of power. London: Profile Books. 2019.

ANEXO A – AVISO DE PRIVACIDADE DO EBAY

Our Principles **Privacy Notice** FAQs Privacy Contact GDPR English ▾

Privacy Notice

In our User Privacy Notice we have compiled all essential information about our handling of your personal data and your corresponding rights for you. This User Privacy Notice is effective from July 30, 2019.

 Controller	 Data protection officer and contact	 What personal data we collect and process
 Purposes and legal basis for data processing and categories of recipients	 International data transfers	 Storage duration and erasure
 Rights as a data subject	 Cookies & similar technologies	 Data security

Fonte: site Ebay.

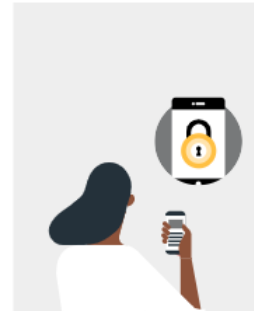
ANEXO B – AVISO DE PRIVACIDADE DA UBER

Uber Produtos Empresa Segurança Ajuda

PT-BR Entrar

Cadastre-se

Aviso de privacidade da Uber



[I. Introdução](#) / [II. Visão geral](#) / [III. Coletas e usos de dados](#) / [IV. Opções e transparência](#) / [V. Atualizações deste aviso](#)

I. Introdução

Quando você usa a Uber, você nos confia seus dados pessoais. E temos o compromisso de manter essa confiança. Para começar, queremos ajudar você a compreender nossas práticas de privacidade.

Este aviso descreve os dados pessoais que coletamos, como eles são usados e compartilhados e as suas opções com relação a esses dados. Recomendamos ler este aviso junto com o [visão geral de privacidade](#), que destaca os pontos principais das nossas práticas de privacidade.

Última alteração: 12 de novembro de 2019

Entrada em vigor: 12 de dezembro de 2019

[Baixar a versão anterior](#)

II. Visão geral

A. Escopo

Este aviso aplica-se aos usuários dos serviços da Uber em todo o mundo, incluindo usuários de apps, sites, recursos ou outros serviços da Uber.

Este aviso descreve como a Uber e suas afiliadas coletam e usam dados pessoais. Ele aplica-se a todos os usuários de apps, sites, recursos ou outros serviços da Uber, em todo o mundo, exceto aqueles cobertos por um aviso de privacidade à parte, como o [Aviso de Privacidade do Uber Freight](#). Este aviso se aplica especificamente a:

- **Passageiros:** indivíduos que solicitam ou recebem transporte, incluindo os que recebem transporte solicitado por outra pessoa
- **Motoristas parceiros:** indivíduos que oferecem ou se inscrevem para oferecer transporte com a Uber individualmente ou por meio de empresas parceiras de transporte
- **Destinatários de entrega:** indivíduos que solicitam ou recebem alimentos ou outros produtos e serviços

B. Responsável pelo tratamento dos dados e transferências

A Uber B.V. e a Uber Technologies Inc. são as controladoras dos dados pessoais coletados em conexão com o uso dos serviços da Uber na União Europeia e no Reino Unido.

A Uber Technologies Inc. é a controladora dos dados pessoais coletados em conexão com o uso dos serviços da Uber em todos os outros países.

A Uber B.V. (Mr. Treublaan 7, 1097 DP, Amsterdã, Holanda) e a Uber Technologies Inc. (1455 Market Street, San Francisco, CA, 94103, EUA) são as controladoras dos dados em conexão com o uso dos serviços da Uber na União Europeia e no Reino Unido. Se você for motorista parceiro no Reino Unido, a entidade da Uber titular da licença pertinente de operador de PHV será responsável por cumprir os requisitos de licenciamento.

A Uber Technologies Inc. é a controladora dos dados pessoais coletados em conexão com o uso dos serviços da Uber em todos os outros países. Nós processamos dados pessoais dentro e fora dos Estados Unidos. Os dados pessoais dos usuários fora dos Estados Unidos são transferidos com base em mecanismos aprovados sob as leis aplicáveis, como as [Cláusulas Contratuais Padrão](#).

Dúvidas, comentários e reclamações sobre as práticas de tratamento de dados da Uber podem ser enviados [aqui](#).

III. Coletas e usos de dados

A. Os dados que coletamos

A Uber coleta:

- Dados informados à Uber pelos usuários, por exemplo durante a criação da conta
- Dados criados durante o uso de nossos serviços, como de localização, utilização do app e do aparelho
- Dados de outras fontes, como parceiros da Uber e terceiros que usam APIs da Uber

Os dados a seguir são coletados pela Uber ou em nome dela:

1. Dados informados pelos usuários. Isso inclui:

- **Perfil do usuário:** coletamos dados quando os usuários criam ou alteram suas contas da Uber. Isso pode incluir nome, e-mail, número de telefone, login e senha, endereço, foto do perfil, informações de pagamento ou dados bancários (inclusive as de confirmação de pagamento relacionadas), documentos de identidade oficiais, incluindo número e imagem da carteira de habilitação, data de nascimento, assinatura e foto. Esses dados também incluem informações do veículo ou seguro dos motoristas parceiros e parceiros de entregas e configurações do usuário. Podemos usar as fotos enviadas pelos motoristas parceiros e/ou parceiros de

A. Os dados que coletamos

A Uber coleta:

- Dados informados à Uber pelos usuários, por exemplo durante a criação da conta
- Dados criados durante o uso de nossos serviços, como de localização, utilização do app e do aparelho
- Dados de outras fontes, como parceiros da Uber e terceiros que usam APIs da Uber

Os dados a seguir são coletados pela Uber ou em nome dela:

1. Dados informados pelos usuários. Isso inclui:

- **Perfil do usuário:** coletamos dados quando os usuários criam ou alteram suas contas da Uber. Isso pode incluir nome, e-mail, número de telefone, login e senha, endereço, foto do perfil, informações de pagamento ou dados bancários (inclusive as de confirmação de pagamento relacionadas), documentos de identidade oficiais, incluindo número e imagem da carteira de habilitação, data de nascimento, assinatura e foto. Esses dados também incluem informações do veículo ou seguro dos motoristas parceiros e parceiros de entregas e configurações do usuário. Podemos usar as fotos enviadas pelos motoristas parceiros e/ou parceiros de entregas para confirmar suas identidades, por exemplo, por meio de tecnologias de reconhecimento facial. Para mais informações, consulte a seção intitulada "**Como usamos seus dados pessoais**".
- **Checagem de antecedentes e confirmação de identidade:** coletamos informações de checagem de antecedentes e confirmação de identidade de motoristas parceiros e parceiros de entregas. Elas podem incluir informações como histórico de direção ou antecedentes criminais (onde permitido por lei) e direito de trabalhar. A coleta disso pode ser feita por um prestador de serviços autorizado em nome da Uber. Coletamos também a confirmação de identidade dos usuários Uber Eats para entrega de bebidas alcoólicas.
- **Dados demográficos:** podemos coletar dados demográficos sobre os usuários, inclusive por meio de pesquisas com usuários. Em alguns países, também recebemos de terceiros dados demográficos sobre usuários.
- **Conteúdo do usuário:** coletamos informações que os usuários enviam quando entram em contato com o suporte ao cliente da Uber, fazem avaliações ou elogios para outros usuários ou restaurantes parceiros ou entram em contato com a Uber de outra forma. Isso pode incluir comentários, fotos ou outros registros coletados por usuários.

2. Dados criados durante o uso dos nossos serviços. Isso inclui:

- Dados de localização:** quando ativado pelo usuário, o recurso nos permite coletar dados de localização precisos ou aproximados do aparelho. Dos motoristas parceiros e parceiro de entregas, a Uber coleta esses dados quando o app da Uber está sendo executado em primeiro plano (app aberto e na tela) ou em segundo plano (app aberto, mas que não está na tela) no aparelho deles. Dos passageiros, destinatários de entrega e locadores, a Uber coleta esses dados quando o app da Uber está sendo executado em primeiro plano. Em certas regiões (que não inclui a União Europeia), a Uber também pode coletar esses dados quando o app da Uber está em execução em segundo plano no aparelho do usuário. Passageiros, destinatários de entrega e locadores podem usar os apps da Uber sem permitir que a Uber colete dados de localização dos seus aparelhos. No entanto, isso pode afetar alguns recursos disponíveis nos apps da Uber. Por exemplo, o usuário que não ativar a coleta de dados de localização precisará inserir manualmente seu endereço. Além disso, os dados de localização coletados do aparelho de um motorista ou veículo alugado durante a viagem serão conectados com a conta do passageiro ou locador, mesmo se ele não tiver ativado a coleta de dados de localização do seu aparelho, inclusive para fins de geração de recibos, suporte ao cliente, detecção de fraudes, seguro e disputas judiciais.
- Informações de transações:** coletamos informações de transações relacionadas ao uso de nossos serviços, inclusive o tipo de serviço solicitado ou prestado, informações de entrega, a data e hora em que o serviço foi prestado, o valor cobrado, a distância percorrida e a forma de pagamento. Além disso, se alguém usar seu código promocional, podemos associar seu nome a essa pessoa.
- Dados de utilização:** coletamos dados sobre a interação dos usuários com nossos serviços. Isso inclui datas e horários de acesso, recursos do app ou páginas visualizadas, problemas do app e outras atividades do sistema, tipo de navegador e sites ou serviços de terceiros utilizados antes da interação

3. Dados de outras fontes. Isso inclui:

- Feedback do usuário, como avaliações, comentários ou elogios.
- Usuários que participam dos nossos programas de indicação. Por exemplo, quando um usuário indica alguém, nós recebemos os dados pessoais da pessoa indicada.
- Proprietários de conta da Uber que solicitam serviços para outros usuários, ou em nome deles, ou que permitem que usuários solicitem ou recebam serviços por meio de suas contas. Isso inclui proprietários de contas da Uber para Empresas.
- Usuários ou outras pessoas que fornecem dados relativos a reclamações ou contestações.
- Os parceiros comerciais da Uber, por meio dos quais os usuários criam ou acessam sua conta da Uber, como provedores de pagamento, serviços de redes sociais, ou apps ou sites que usam as APIs da Uber ou cujas APIs a Uber usa.
- Parceiros comerciais da Uber em conexão com o cartão Uber Visa, no limite divulgado nos termos e condições do cartão.
- Fornecedores que nos ajudam a confirmar a identidade dos usuários, informações de antecedentes e qualificação para a parceria, para fins de regulamentação e segurança.
- Provedores de seguro, veículo ou serviços financeiros para motoristas parceiros e/ou parceiros de entregas.
- Empresas de transporte parceiras (para motoristas parceiros e parceiros de entregas que usam nossos serviços por meio de uma conta associada a tal empresa).
- Fontes publicamente disponíveis.
- Prestadores de serviços de marketing.

A Uber pode combinar os dados coletados dessas fontes com outros em sua posse.

B. Como usamos os dados pessoais

A Uber coleta e usa dados para possibilitar transporte, entregas e outros produtos e serviços de forma confiável e prática. Também usamos os dados que coletamos:

- Para melhorar a segurança dos nossos usuários e serviços
- Para suporte ao cliente
- Para pesquisa e desenvolvimento
- Para permitir a comunicação entre os usuários
- Para enviar comunicações, inclusive de marketing, aos usuários
- Para utilizá-los em procedimentos jurídicos

A Uber não vende nem compartilha dados pessoais do usuário com terceiros para marketing direto, exceto se houver consentimento do usuário.

A Uber usa os dados que coleta para os seguintes fins, entre outros:

1. Fornecer serviços e recursos. A Uber usa os dados que coleta para oferecer, personalizar, manter e melhorar nossos produtos e serviços.


Isso inclui usar os dados para:

- Criar e alterar contas de usuários.
- Confirmar identidade, antecedentes e qualificação de motoristas parceiros e parceiros de entregas.
- Viabilizar transporte, entregas e outros serviços.
- Oferecer, processar ou facilitar pagamentos dos nossos serviços.
- Oferecer, obter, fornecer ou facilitar soluções de seguro, veículos, faturamento ou financeiras relacionadas aos nossos serviços.
- Acompanhar e compartilhar o progresso das viagens ou entregas.
- Oferecer recursos que possibilitem que os usuários compartilhem informações com outras pessoas, como elogios de passageiros a motoristas, comentários de destinatários de entregas a restaurantes ou entregadores, indicação de amigos à Uber, divisão de valor ou compartilhamento de previsão de chegada e localização com contatos.
- Oferecer recursos para personalizar as contas dos usuários da Uber, como criação de locais favoritos, e para permitir acesso rápido a destinos anteriores. Podemos, por exemplo, apresentar recomendações personalizadas de restaurantes ou pratos a usuários Uber Eats com base em pedidos anteriores. Consulte a seção deste aviso intitulada "Opções e transparência" para saber como se opor ao uso dos dados pessoais.
- Oferecer recursos de acessibilidade que facilitem o uso de nossos serviços para usuários com deficiências, tais como os

Fonte: site Uber.

ANEXO C – CLÁUSULAS DO TERMO DE USO DO MERCADO LIVRE



 **mercado livre**

[Ajuda](#) > Termos e condições gerais de uso do site

Termos e condições gerais de uso do site

[English Version](#)

Última modificação: 05/11/19

Sumário do contrato do Mercado Livre

Ao usuário do Mercado Livre,

Obrigado por dedicar este tempo para ler o Sumário do contrato do Mercado Livre.

Estas informações o ajudarão a operar na nossa plataforma de anúncios. É muito importante que conheça as nossas políticas e, por esta razão, é necessário que leia e compreenda os Termos e condições gerais de uso do site, bem como a leitura das cláusulas que viabilizam a contratação e as limitativas de direitos, aqui destacadas:

1. O Mercado Livre não é fornecedor de quaisquer produtos ou serviços anunciados no site. O Mercado Livre presta um serviço consistente na oferta de uma plataforma na internet que fornece espaços para que Usuários anunciantes/potenciais vendedores anunciem, oferecendo à venda, os seus próprios produtos e serviços para que eventuais interessados na compra dos...

Termos e condições gerais de uso do site

Estes Termos e condições gerais aplicam-se ao uso dos serviços oferecidos pelo EBAZAR.COM.BR LTDA, empresa devidamente inscrita no CNPJ/MF sob o nº 03.007.331/0001-41, situada na Av. das Nações Unidas, nº 3.003, Bonfim, Osasco/SP, doravante denominada Mercado Livre, por meio dos sites www.mercadolivre.com.br e www.erremate.com.br ("Sites").

Qualquer pessoa, doravante denominada Usuário, que pretenda utilizar os serviços do Mercado Livre deverá aceitar os Termos e condições gerais e todas as demais políticas e princípios que o regem.

A aceitação destes Termos e condições gerais é absolutamente indispensável à utilização dos Sites e serviços prestados pelo Mercado Livre.

O Usuário deverá ler, certificar-se de haver entendido e aceitar todas as condições estabelecidas nos Termos e condições gerais e nas Políticas de privacidade, assim como nos demais documentos a eles incorporados por referência, antes de seu cadastro como Usuário do Mercado Livre.

Em caso de dúvidas, acesse [Contato](#).

04 - Modificações dos Termos e condições gerais

O Mercado Livre poderá alterar, a qualquer tempo, estes Termos e condições gerais, visando seu aprimoramento e melhoria dos serviços prestados. Os novos Termos e condições gerais entrarão em vigor 10 (dez) dias após sua publicação nos Sites. No prazo de 5 (cinco) dias contados a partir da publicação da nova versão, o Usuário deverá [comunicar-se por e-mail](#) caso não concorde com os termos alterados. Nesse caso, o vínculo contratual deixará de existir, desde que não haja contas ou dívidas em aberto. Não havendo manifestação no prazo estipulado, entender-se-á que o Usuário aceitou os novos Termos e condições gerais de uso e o contrato continuará vinculando as partes.

As alterações não vigorarão em relação às negociações e anúncios já iniciados antes de sua publicação, permanecendo, nestes casos, vigente a redação anterior.

06 - Privacidade da Informação

Toda informação ou Dado Pessoal do Usuário é armazenado em servidores ou meios magnéticos de alta segurança. Salvo com relação às informações que são publicadas nos Sites, o Mercado Livre adotará todas as medidas possíveis para manter a confidencialidade e a segurança das informações sigilosas, porém não se responsabilizará por eventuais prejuízos que sejam decorrentes da divulgação de tais informações por parte de terceiros que utilizem as redes públicas ou a internet, subvertendo os sistemas de segurança para acessar as informações de Usuários.

O Usuário expressamente autoriza que suas informações e dados pessoais sejam compartilhados pelo Mercado Livre com as demais empresas integrantes do grupo econômico, parceiros comerciais, membros do Programa de Proteção à Propriedade Intelectual, autoridades e pessoas físicas ou jurídicas que aleguem ter sido lesadas por Usuários.

Em caso de dúvidas sobre a proteção a Dados Pessoais ou para obter mais informações sobre Dados Pessoais e os casos nos quais poderá ser quebrado o sigilo de que trata esta cláusula, por favor, consultar a página de [Privacidade e Confidencialidade](#).

Fonte: site Mercado Livre.

ANEXO D – RECORTE DA POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO MERCADO LIVRE



[Ajuda](#) > [Políticas de Privacidade](#)

Políticas de Privacidade

Privacidade e Confidencialidade da Informação

Leia com atenção estas Políticas de privacidade antes de cadastrar-se ou mesmo navegar nos Sites do MercadoLivre.

Estas Políticas de privacidade (doravante denominadas "Políticas de privacidade") aplicam-se a todos os Usuários cadastrados e integram os Termos e condições gerais de uso do MercadoLivre.

Estas Políticas de privacidade contêm informações claras e completas sobre coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção dos dados pessoais dos Usuários e visitantes do

MercadoLivre, com a finalidade de demonstrar absoluta transparência quanto a este importante assunto.

O Mercado Livre toma precauções e cautelas para resguardar toda a informação, utilizando os mecanismos de segurança em informática mais completos e eficazes.

O MercadoLivre, pela natureza dos serviços prestados, poderá acessar, coletar, armazenar e, em alguns casos, revelar informações de seus usuários e visitantes relativas aos dados cadastrais e registros de acesso aos seus Sites, para terceiros, tais como, não se limitando a, empresas integrantes de seu grupo econômico, fornecedores, parceiros comerciais, membros do Programa de Proteção à Propriedade Intelectual, autoridades e pessoas físicas ou jurídicas que aleguem ter sido lesadas por usuários cadastrados.

Coleta e Armazenamento de dados pessoais

A primeira providência para utilizar os serviços do Mercado Livre é cadastrar-se e informar seus dados pessoais ("Informação Pessoal") completos e exatos. Poderão ser solicitados, recebidos e armazenados os seguintes dados: apelido para operar no site do

MercadoLivre, nome, imagem pessoal, número de documento ou identificação válida e informação de contato (como número de telefone, endereço de e-mail, endereço físico etc.). O Mercado Livre poderá confirmar os dados pessoais informados, consultando entidades públicas, companhias especializadas ou bancos de dados e está desde já expressamente autorizado a fazê-lo.

O Mercado Livre coleta e armazena automaticamente algumas informações sobre a atividade dos Usuários cadastrados e visitantes de seu site. Tal informação pode incluir a URL de onde eles provêm (seja ela do próprio Mercado Livre ou não), a que URL acessaram em seguida (seja ela do próprio Mercado Livre ou não), o navegador que utilizam e seus IPs de acesso, as páginas visitadas, as buscas realizadas, os anúncios, compras ou vendas, qualificações e réplicas inseridas, mensagens nos fóruns, endereços físicos ou eletrônicos, dentre outras que poderão ser armazenadas e retidas.

O Mercado Livre acesse as listas de contatos dos dispositivos móveis utilizados pelos usuários para fornecer seus serviços. Essa informação somente será utilizada para localizar e marcar números de telefones celulares e/ou endereços de e-mails de potenciais usuários. Por sua vez, os usuários reconhecem que têm autorização para compartilhar tais informações com o MercadoLivre.

Sobre os potenciais usuários, o Mercado Livre não armazenará nomes, endereços, dados bancários, números de RG, CPF ou outra informação que permita identificar uma pessoa. Somente armazenará números de telefones celulares e endereços de e-mails.

O usuário, ao cadastrar-se no MercadoLivre, está ciente e concorda expressamente que o Mercado Livre poderá intermediar e armazenar as trocas de mensagens eletrônicas entre os usuários dentro da comunidade com o objetivo principal de proporcionar a segurança nas relações e comunicações da comunidade.

Todos os dados pessoais dos usuários serão armazenados em um arquivo automatizado de dados pessoais, localizado nos EUA. O Usuário, ao cadastrar-se no MercadoLivre, confirma que está informado da localização deste arquivo e autoriza esta transferência internacional de seus dados.

O uso que fazemos da informação

Para fornecer um excelente serviço e para que os usuários possam realizar operações de forma ágil e segura, o Mercado Livre requer certas informações de caráter pessoal, incluindo número de telefone e endereço de e-mail. A coleta dessas informações nos permite oferecer aos Usuários serviços e funcionalidades que possam ser melhor adequados às suas necessidades e personalizar nossos serviços para fazer com que suas experiências no Mercado Livre sejam o mais satisfatórias possível. A Informação Pessoal que solicitamos tem as seguintes finalidades:

- Ajudar o comprador e o vendedor a entrarem em contato direto entre si, após o Usuário potencial comprador manifestar sua intenção de compra. Neste caso, o Mercado Livre fornecerá, por e-mail, aos interessados, os dados pessoais (nome, telefones, localidade, e-mail e CPF ou CNPJ) de sua contraparte. O Mercado Livre não autoriza o uso de tais informações para finalidade diversa da oferta/promoção dos produtos e da conclusão do negócio, tal como publicidade, promoção ou outras atividades não relacionadas ao MercadoLivre, salvo expressa autorização do Usuário e sua contraparte.
- Desenvolver estudos internos sobre os interesses, comportamentos e demografia dos Usuários para compreender melhor suas necessidades e interesses e oferecer melhores serviços ou prover-lhes informação adequada ao seu perfil.
- Aprimorar nossas iniciativas comerciais e promocionais e analisar as páginas visitadas, buscas realizadas pelos Usuários para melhorar nossa oferta de conteúdos e produtos, personalizar conteúdos, sua apresentação e serviços.
- Enviar aos nossos Usuários mensagens sobre novos serviços, publicidade, promoções e banners, notícias sobre o MercadoLivre, além de informação expressamente autorizada na seção de preferências. O Usuário poderá solicitar que o excluam das listas para o envio de mensagens promocionais ou publicitárias. Para fazer isso basta acessar Minha conta > Configurações > "E-mails".
- Compartilhar a Informação Pessoal (incluindo endereço de e-mail e telefone) com os provedores de serviços, ou com as empresas com as quais o Mercado Livre tenha uma relação de colaboração, parceria ou acordo comercial, para aprimorar ou facilitar as operações realizadas no Mercado Livre, tais como, sem se limitar a serviços de: transporte, pagamento, seguro, call center, programas de fidelidade, entre outros.
- Fornecer a Informação Pessoal dos Usuários às entidades que intervenham na resolução de disputas entre eles: seguradores, juízos arbitrais, e demais órgãos competentes para solucionar tais disputas.

Fonte: site Mercado Livre.

ANEXO E – CLÁUSULAS DO TERMO DE USO DO PASSAGEIRO DO 99Pop


Motorista
Passageiro
Empresas
99 Food
Segurança
Ajuda

Termos e condições

Termos de Uso Passageiro

1. INTRODUÇÃO E DISPOSIÇÕES GERAIS

1.1. Bem-vindo à 99! Estes são os Termos de Uso (“**Termos**”) que regem o acesso e uso, como pessoa física, dentro do Brasil, dos serviços prestados através de aplicação tecnológica (“**Aplicativo**”), sítios da Internet e conteúdos relacionados (“**Serviço(s)**”), disponibilizados pela 99 Tecnologia Ltda. (“**99**”), inscrita no CNPJ/MF sob o nº 18.033.552/0001-61, com sede na Avenida dos Bandeirantes, nº 460, Bairro Brooklin, São Paulo, Capital, CEP 04553-900, ou qualquer de suas afiliadas, a toda e qualquer pessoa que utilize os Serviços na qualidade de passageiro, a seguir denominado simplesmente “**Usuário(s)**”.

1.1.1. POR FAVOR, LEIA COM ATENÇÃO ESTES TERMOS ANTES DE ACESSAR OU USAR OS SERVIÇOS.

1.2. ACEITAÇÃO DOS TERMOS E CONDIÇÕES DE USO. AO SE CADASTRAR E UTILIZAR CONTINUAMENTE OS SERVIÇOS, O USUÁRIO ESTARÁ DECLARANDO TER LIDO, ENTENDIDO E ACEITO OS TERMOS. CASO, A QUALQUER TEMPO, O USUÁRIO NÃO CONCORDE COM OS TERMOS, DEVERÁ CESSAR IMEDIATAMENTE A UTILIZAÇÃO DO APLICATIVO E DESINSTALÁ-LO DE SEU APARELHO.

2. DADOS DO USUÁRIO E PRIVACIDADE

2.1. A 99 POSSUI UMA POLÍTICA EXPRESSA SOBRE PRIVACIDADE. AS INFORMAÇÕES DE REGISTRO E OUTRAS INFORMAÇÕES SOBRE O USUÁRIO ESTÃO SUJEITAS AO TRATAMENTO REFERIDO EM TAL POLÍTICA DE PRIVACIDADE. O USUÁRIO ENTENDE E CONCORDA QUE O SEU USO E A PRESTAÇÃO DO SERVIÇO ENVOLVEM A COLETA E UTILIZAÇÃO DE INFORMAÇÕES E DADOS SOBRE O USUÁRIO (CONFORME DEFINIDO NA POLÍTICA DE PRIVACIDADE APLICÁVEL), INCLUINDO A TRANSFERÊNCIA DESTAS INFORMAÇÕES E DADOS PARA OUTROS TERRITÓRIOS, PARA FINS DE ARMAZENAMENTO, PROCESSAMENTO E UTILIZAÇÃO PELA 99, SUA CONTROLADORA E DEMAIS EMPRESAS DO MESMO GRUPO ECONÔMICO, PARA AS FINALIDADES DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO E DEMAIS PREVISTAS NA POLÍTICA DE PRIVACIDADE. FAVOR CONSULTAR A POLÍTICA DE PRIVACIDADE DA 99 NO SEGUINTE LINK: <https://99app.com/termos#privacidade>. A POLÍTICA DE PRIVACIDADE DA 99 CONSTITUI PARTE INTEGRANTE DOS TERMOS.

4.2. Modificação ou Encerramento do Serviço. A 99 se reserva o direito de, a qualquer tempo, modificar ou descontinuar, temporariamente ou permanentemente, o Serviço ou parte dele, com ou sem notificação. O Usuário concorda que a 99 não será responsabilizada, nem terá qualquer obrigação adicional, implícita ou explícita, para com o Usuário ou terceiros em razão de qualquer modificação, suspensão ou desativação do Serviço.

8.1.1. O USUÁRIO EXPRESSAMENTE CONCORDA E ESTÁ CIENTE DE QUE A 99 NÃO TERÁ QUALQUER RESPONSABILIDADE, SEJA CONTRATUAL OU EXTRA-CONTRATUAL, POR QUAISQUER DANOS PATRIMONIAIS OU MORAIS, INCLUINDO, SEM LIMITAÇÃO, DANOS POR LUCROS CESSANTES OU DE INFORMAÇÕES OU OUTRAS PERDAS INTANGÍVEIS RESULTANTES DO: (A) USO OU INCAPACIDADE DE USAR O SERVIÇO; (B) QUEBRAS DE SEGURANÇA E ACESSO NÃO AUTORIZADO ÀS TRANSMISSÕES OU INFORMAÇÕES DO USUÁRIO, BEM COMO DA ALTERAÇÃO DESTAS; (C) ORIENTAÇÕES OU CONDUTAS DE TERCEIROS SOBRE O SERVIÇO; E (D) POR MOTIVOS DE FORÇA MAIOR OU CASO FORTUITO, ATOS PRATICADOS PELO PRÓPRIO USUÁRIO E ATOS PRATICADOS POR OU SOB A RESPONSABILIDADE DE TERCEIROS.

8.2. LIMITAÇÃO DE RESPONSABILIDADE PELOS SERVIÇOS DE TRANSPORTE. O USUÁRIO RECONHECE E CONCORDA QUE OS MOTORISTAS PARCEIROS SÃO AUTÔNOMOS E RESPONSÁVEIS EXCLUSIVOS PELA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TRANSPORTE. A 99 ADOTARÁ AS MEDIDAS POSSÍVEIS DENTRO DE SEU ÂMBITO DE ATUAÇÃO PARA QUE O USUÁRIO TENHA A MELHOR EXPERIÊNCIA POSSÍVEL TAMBÉM COM OS SERVIÇOS DE TRANSPORTE PRESTADOS PELOS MOTORISTAS PARCEIROS, MAS A 99 EXPRESSAMENTE SE ISENTA DE PRESTAR QUALQUER GARANTIA E NÃO SE RESPONSABILIZA POR: (I) QUALQUER MOTORISTA PARCEIRO, INCLUINDO QUAISQUER DE SEUS ATRIBUTOS TÉCNICOS OU PESSOAIS; (II) A AVALIAÇÃO E INSPEÇÃO CONTÍNUA DE TAIS MOTORISTAS PARCEIROS E SEUS RESPECTIVOS VEÍCULOS; E (III) QUAISQUER ATOS, FATOS, PERDAS, DANOS E PREJUÍZOS RELACIONADOS DIRETA OU INDIRETAMENTE AOS SERVIÇOS DE TRANSPORTE DE PESSOAS PRESTADOS PELOS MOTORISTAS PARCEIROS, INCLUINDO MAS SEM LIMITAÇÃO: (A) O ITINERÁRIO OBSERVADO PELO MOTORISTA PARCEIRO; (B) O HORÁRIO DE CHEGADA DO USUÁRIO AO DESTINO FINAL; (C) O ENCERRAMENTO ADEQUADO DA CORRIDA PELO CONDUTOR NA PLATAFORMA; E (D) A GUARDA DE OBJETOS ESQUECIDOS PELO USUÁRIO NO VEÍCULO DO CONDUTOR.

Fonte: site 99Pop.

ANEXO F – RECORTE DA POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO 99Pop



99 Motorista Passageiro Empresas 99 Food Segurança Ajuda

Termos e condições

Política de Privacidade

Informações Importantes:

A Política de Privacidade ("Política de Privacidade") que você está acessando integra os Termos e Condições de Uso e descreve como a 99 TECNOLOGIA LTDA. ("99") e as suas subsidiárias, afiliadas, sociedades coligadas e sua controladora ("Afiliadas") realizam a coleta, armazenamento, uso, processamento, associação, proteção, compartilhamento e demais formas de tratamento das suas informações, incluindo os seus dados pessoais, em conexão com o Aplicativo e os Serviços regidos pelos Termos e Condições de Uso.

A 99 está comprometida com a sua privacidade e, por isso, disponibiliza esta Política de Privacidade em seu site para que você possa acessar a versão mais atualizada sempre que desejar.

ESTA POLÍTICA DE PRIVACIDADE ESTABELECE AS CONDIÇÕES DE TRATAMENTO DOS SEUS DADOS NECESSÁRIAS PARA A OPERAÇÃO DO APLICATIVO DA 99 E O FORNECIMENTO DOS SERVIÇOS DA 99, INDISTINTAMENTE PARA MOTORISTAS, TAXISTAS E PASSAGEIROS. CASO VOCÊ NÃO CONCORDE COM ALGUMA DISPOSIÇÃO DESTA POLÍTICA DE PRIVACIDADE, VOCÊ NÃO DEVE UTILIZAR O APLICATIVO DA 99 E OS SERVIÇOS DA 99. VOCÊ COMPREENDE E CONCORDA DE MANEIRA EXPRESSA QUE A 99 PODERÁ COLETAR, ARMAZENAR, PROCESSAR, ASSOCIAR, COMPARTILHAR, UTILIZAR, DIVULGAR OU DE OUTRO MODO TRATAR AS SUAS INFORMAÇÕES, INCLUINDO SEUS DADOS PESSOAIS, SOB QUALQUER DAS FORMAS E PARA TODAS AS FINALIDADES PREVISTAS NESTA POLÍTICA DE PRIVACIDADE.

- **Informações coletadas**

Quando você se cadastra e utiliza os Serviços, você fornece e a 99 coleta informações estatísticas de utilização dos Serviços, dados agregados e dados de identificação pessoal. Essas informações passam a ser tratadas conforme esta Política de Privacidade e podem ser utilizadas nas situações e para as finalidades descritas na [Seção 3 abaixo].

A 99 pode coletar suas informações, incluindo dados aptos a identificar você, em diversas circunstâncias, incluindo:

- Quando da criação do seu cadastro na 99;
- Quando você acessa nosso site ou utiliza Serviços da 99; e
- Durante a utilização do Aplicativo, enquanto este permanecer ativo, em primeiro e em segundo plano (quando a aplicação está aberta mas não é exibida na tela do dispositivo), inclusive durante as suas viagens.

Ao se cadastrar na 99, você fornece determinadas informações, que podem incluir o seu nome, foto, endereço, número de telefone, e-mail, número do CPF, CNH, RENAVAL, sexo, data de nascimento, RG e comprovante de residência. Outras informações podem ser coletadas e processadas pela 99 em razão de normas legais que lhe sejam aplicáveis.

A 99 também requer que, para a função de "Contatos de Confiança", você conceda permissão de acesso à sua Lista de Contatos. Se você não conceder acesso a sua Lista de Contatos, você não poderá utilizar a função "Contatos de Confiança".

- **Uso e Compartilhamento**

As suas informações, incluindo seus dados pessoais, são utilizadas para prestar e aprimorar, estética e funcionalmente, o Aplicativo e os Serviços da 99, além das outras finalidades previstas nesta Seção. Com exceção das hipóteses previstas abaixo, a 99 não compartilhará suas informações com terceiros.

Em específico, a 99 utilizará as suas informações para as seguintes finalidades:

- (i) prestar, fornecer, manter, desenvolver, aprimorar, divulgar e ampliar a utilização do Aplicativo e dos Serviços da 99;
- (ii) identificar você e personalizar a sua experiência e utilização do Aplicativo e dos Serviços da 99, inclusive para fornecimento de promoções e incentivos financeiros (saiba mais);
- (iii) gerar análises e relatórios estatísticos sobre o funcionamento e operação do Aplicativo e dos Serviços da 99, em benefício da 99 e/ou dos seus parceiros;
- (iv) possibilitar que a 99 entre em contato com você a respeito do Aplicativo e dos Serviços que disponibiliza, bem como para prestar suporte ao usuário;
- (v) disponibilizar e melhorar mecanismos de segurança e monitoramento do Aplicativo e dos Serviços da 99, inclusive o monitoramento de segurança durante uma viagem (saiba mais);
- (vi) detectar e proteger a 99 e os usuários contra fraudes, abusos ou atos ilegais;

Fonte: site 99Pop.