



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
ISABELLA DE SOUZA COPETTI ELIAS

**PRINCÍPIO DA FINALIDADE E DIREITO À IMAGEM: LEI GERAL DE
PROTEÇÃO DE DADOS E USO DO RECONHECIMENTO FACIAL NA RELAÇÃO
DE CONSUMO**

Palhoça

2020

ISABELLA DE SOUZA COPETTI ELIAS

**PRINCÍPIO DA FINALIDADE E DIREITO À IMAGEM: LEI GERAL DE
PROTEÇÃO DE DADOS E USO DO RECONHECIMENTO FACIAL NA RELAÇÃO
DE CONSUMO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Direito, da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientadora: Profa. Patrícia Rodrigues de Menezes Castagna, Esp.

Palhoça

2020

ISABELLA DE SOUZA COPETTI ELIAS

**PRINCÍPIO DA FINALIDADE E DIREITO À IMAGEM: LEI GERAL DE
PROTEÇÃO DE DADOS E USO DO RECONHECIMENTO FACIAL NA RELAÇÃO
DE CONSUMO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de Bacharel em Direito e aprovado em sua forma final pelo Curso de Graduação em Direito, da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palhoça, (dia) de (mês) de (ano da defesa).

Professor e orientador Patrícia Rodrigues de Menezes Castagna, Esp.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Nome do Professor, titulação
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Nome do Professor, titulação
Universidade do Sul de Santa Catarina

TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

PRINCÍPIO DA FINALIDADE E DIREITO À IMAGEM: LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS E USO DO RECONHECIMENTO FACIAL NA RELAÇÃO DE CONSUMO

Declaro, para todos os fins de direito, que assumo total responsabilidade pelo aporte ideológico e referencial conferido ao presente trabalho, isentando a Universidade do Sul de Santa Catarina, a Coordenação do Curso de Direito, a Banca Examinadora e o Orientador de todo e qualquer reflexo acerca deste Trabalho de Conclusão de Curso.

Estou ciente de que poderei responder administrativa, civil e criminalmente em caso de plágio comprovado do trabalho monográfico.

Palhoça, 08 de julho de 2020.

ISABELLA DE SOUZA COPETTI ELIAS

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, que me deu energia e benefícios para concluir este trabalho.

Agradeço aos meus pais, família e amigos, por todo amor, incentivo, apoio e compreensão nestes anos de faculdade, os quais são os proporcionadores desta etapa.

Agradeço à professora Patrícia Rodrigues de Menezes Castagna, a qual não mediu esforços para a orientação do presente trabalho, por todo seu apoio, atenção, direcionamento e carinho.

A todo o corpo docente do Curso de Direito da UNISUL, que propiciou uma jornada humana e consciente no mundo universitário e jurídico. Também, à professora Sâmia Fortunato, coordenadora do Núcleo de Monografia, por sua presença e seu incentivo constante.

E o agradecimento mais especial para a pequena Laura, por todos os dias e noites de companheirismo, incentivo e por todos os sorrisos que me deixam cada dia mais alegre e grata.

“Tudo o que temos de decidir é o que fazer com o tempo que nos é dado.” (Senhor dos Anéis – A sociedade do anel – J.R.R. Tolkien)

RESUMO

Diversas tecnologias surgem diariamente e, dentre as finalidades possíveis no momento de sua criação, ressalta-se o aprimoramento das relações pessoais e consumeristas como um dos seus principais objetivos. O reconhecimento facial se apresenta como uma destas tecnologias que, no atual momento, vêm ensejando diversas discussões, em especial no que tange aos limites inerentes ao seu uso e sobre uma possível invasão da privacidade dos cidadãos, o que blindaria certos pontos positivos da inovação. No Brasil, a abordagem da temática ganhou novos rumos com o advento da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n. 13.709/2018), com foco na relação da tecnologia com o direito à imagem das pessoas e com o princípio da finalidade do ato. Diante desse cenário, busca-se, por meio deste trabalho, analisar o reconhecimento facial à luz das relações de consumo e eventual desrespeito à privacidade ou imagem das pessoas, com destaque especial aos dispositivos trazidos pela Lei Geral de Proteção de Dados. Para tanto, inicialmente apresentam-se os princípios consumeristas relacionados ao tema da pesquisa; na sequência, breve histórico sobre a Lei Geral de Proteção de Dados, seus princípios e tratamento de dados, bem como um comparativo entre o direito à imagem no Código Civil e na Lei Geral de Proteção de Dados. Por fim, ao tratar do ponto central da pesquisa, apresentam-se o reconhecimento facial e o Projeto de Lei n. 2.537/2019; o reconhecimento facial na perspectiva da Lei Geral de Proteção de Dados, bem como nas perspectivas doutrinária e jurisprudencial. Quanto à metodologia empregada, utiliza-se o método dedutivo, mediante a técnica de pesquisa bibliográfica, por meio do uso de doutrinas, artigos, julgados e legislação que versem sobre a temática analisada.

Palavras-chave: Relação de Consumo. Reconhecimento Facial. Proteção de dados.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	PRINCÍPIOS CONSUMERISTAS	10
2.1	PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE	11
2.2	PRINCÍPIO DO ESTUDO DAS MODIFICAÇÕES DO MERCADO	13
2.3	PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO	14
2.4	PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA	15
2.5	PRINCÍPIO DA BOA-FÉ	17
2.6	PRINCÍPIO DO EQUILÍBRIO	19
3	LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS: PRINCÍPIOS E REQUISITOS	21
3.1	BREVE HISTÓRICO LEGISLATIVO	21
3.2	PROTEÇÃO DE DADOS DO CONSUMIDOR	22
3.2.1	Princípio da finalidade	24
3.2.2	Princípio da necessidade	26
3.2.3	Princípio da transparência	27
3.3	TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS	28
3.3.1	Direito à imagem no Código Civil e Lei Geral de Proteção de Dados	33
4	PRINCÍPIO DA FINALIDADE E DIREITO À IMAGEM: LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS E USO DO RECONHECIMENTO FACIAL NA RELAÇÃO DE CONSUMO	36
4.1	RECONHECIMENTO FACIAL E O PROJETO DE LEI N. 2.537/2019	37
4.2	RECONHECIMENTO FACIAL NA PERSPECTIVA DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS	40
4.3	RECONHECIMENTO FACIAL NA PERSPECTIVA DOUTRINÁRIA	43
4.4	RECONHECIMENTO FACIAL NA PERSPECTIVA JURISPRUDENCIAL	45
5	CONCLUSÃO	50
	REFERÊNCIAS	53
	ANEXO	61
	ANEXO A – Decisão monocrática proferida nos autos nº 1006616-14.2020.8.26.0053	62

1 INTRODUÇÃO

Na medida em que o tempo passa, novas tecnologias vão surgindo, e o aprimoramento das relações pessoais e consumeristas torna-se um fator de extrema importância no momento de suas criações. Ocorre que, para uma real evolução, reputa-se como necessária a existência de uma utilidade prática destes mecanismos, motivo pelo qual o reconhecimento facial vem causando certas discussões, especialmente no que tange ao limite de sua utilização, pautado na obtenção de resultados positivos e na possível invasão da privacidade dos cidadãos.

No Brasil, a abordagem da temática ganhou novos rumos com o advento da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), com foco na relação da tecnologia com o direito à imagem das pessoas e com o princípio da finalidade do ato.

É neste cenário que o presente trabalho de conclusão do curso se insere, pensado a partir da seguinte problematização: partindo da interpretação do princípio da finalidade e do direito à imagem, bem como da LGPD, o uso do reconhecimento facial fere o direito à imagem do consumidor?

Na tentativa de responder a tal problema, traça-se como escopo principal a abordagem da recente LGPD, cujas positivamente guardam uma relação direta com a implementação do reconhecimento facial no território nacional. Além disso, este trabalho busca demonstrar, ainda que brevemente, de que forma o software de reconhecimento facial poderia ser implementado, assim como seus possíveis impactos.

Esta abordagem apresenta-se como extremamente relevante, uma vez que não se trata de uma mera inovação tecnológica, mas sim da criação de um mecanismo que pode e, de certa forma, já interfere diretamente no cotidiano das pessoas.

Não obstante, tal tema ainda representa uma significativa importância para aqueles interessados pela atividade legislativa nacional, especialmente pela recente elaboração da LGPD e das diversas discussões nas Casas Legislativas acerca de novos projetos envolvendo regulamentações da mesma ordem, que certamente regem os passos do convívio em sociedade e gozam de importância ímpar na convivência social.

Sobre este trabalho de pesquisa, destaca-se que foram utilizados o método dedutivo e um estudo bibliográfico para apresentação da proposta de pesquisa, mediante o uso de artigos científicos, doutrinas, leis, matérias jornalísticas e decisões proferidas em processos judiciais acerca do assunto, os quais consistem em uma base confiável para ampliação do conhecimento sobre a matéria em análise.

Ademais, vale citar que este trabalho de conclusão de curso foi organizado em cinco capítulos, sendo o primeiro deles esta introdução. A partir do segundo capítulo, busca-se uma análise acerca dos princípios consumeristas, mediante abordagem dos seus respectivos conceitos e características. No terceiro capítulo, trata-se da LGPD, relacionada com a temática central da pesquisa. Neste momento apresenta-se uma contextualização geral da referida norma, assim como os princípios e requisitos nela presentes, com foco na sua relação com os dados pessoais e o direito à imagem das pessoas. Por fim, neste capítulo é esclarecida ainda a relação entre o direito à imagem no Código Civil e na LGPD.

No quarto capítulo, é desenvolvida a temática central, qual seja, a relação entre o princípio da finalidade e o direito à imagem presentes na LGPD com o uso do reconhecimento facial, dando foco às relações de consumo. Nesta oportunidade, realiza-se uma comparação entre os limites legais e o exercício propriamente dito do reconhecimento facial, mediante exposição das suas diversas facetas, desde aquelas destinadas ao aprimoramento do contato com o consumidor até as discussões acerca de possíveis vícios no seu uso, especialmente no que tange às possíveis violações de privacidade. Em que pese o tema seja uma novidade no ordenamento jurídico nacional, buscam-se referências jurisprudenciais e doutrinárias da matéria, bem como se traz o reconhecimento facial na perspectiva específica da LGPD.

Por fim, no quinto capítulo consta a conclusão, em que se apresenta um apanhado do que foi colhido durante a pesquisa, expondo os resultados obtidos e possível elucidação ao problema, a fim de reforçar os assuntos explanados neste trabalho.

2 PRINCÍPIOS CONSUMERISTAS

O direito de consumo procura efetivar os direitos fundamentais da pessoa humana; compreende um campo jurídico dedicado à proteção da coletividade consumidora de bens produzidos ou serviços oferecidos, objetos de comercialização. Nesse sentido, Rocha ensina que “os princípios são valores morais, políticos e jurídicos de determinada sociedade proclamados por normas de direito, que denominamos normas principiológicas” (ROCHA, 2001, p. 50).

Sobre o assunto, considera Wambier (2001, p. 65):

Mas, o que são esses princípios? Para que servem? Qual a importância de seu estudo? Trata-se, na verdade, de regras não escritas, de caráter geral, que têm a função de inspirar e orientar o legislador ao escrever os textos das leis processuais e que nos possibilitam compreender o contexto histórico, ético e moral que influenciou a elaboração da norma processual. Portanto, devem servir de vetores orientativos para o intérprete.

A respeito da aplicação dos princípios na sistemática consumerista, Tartuce e Neves (2019) percorrem na diretriz que os princípios não são utilizados apenas em casos de lacunas da lei, de forma exclusivamente subsidiária, mas também de forma imediata, para rever normas injustas em determinadas situações, visando ao compromisso das partes em uma relação consumerista harmônica, devendo predominar uma relação justa e segura para ambos. Por sua vez, descreve Theodoro (2004, p. 09), “Segurança e justiça passaram a serem os dois valores a serem perseguidos em plano de harmonização efetiva”.

Segundo Ferreira (1988, p. 529), os princípios são “proposições diretoras de uma ciência, às quais todo o desenvolvimento posterior dessa ciência deve estar subordinado”, trazendo consigo uma ideia de começo, início, origem.

Diante da importância dos princípios dentro do ordenamento jurídico, neste capítulo serão analisados, na esfera consumerista, os seguintes princípios: vulnerabilidade, boa-fé, equilíbrio nas relações de consumo, informação, transparência, harmonização dos interesses e garantia de adequação, e estudo das modificações do mercado, a fim de observar os princípios a serem respeitados nas situações que envolvem relações de consumo. Referidos princípios são previstos na Lei n. 8.078/90, Código de Defesa do Consumidor (CDC) (BRASIL, 1990), de forma expressa ou implícita, como se verá a seguir.

2.1 PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE

No que diz respeito ao princípio da vulnerabilidade, que reconhece a fragilidade do consumidor no mercado de consumo, o artigo 4º, inciso I do CDC, estabelece que:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;
[...] (BRASIL, 1990).

Amaral (2010, p. 26) trata o princípio da vulnerabilidade como um superprincípio, que permeia todo o texto do CDC. Ressalta, ainda, que “[...] o reconhecimento dessa Vulnerabilidade é o pressuposto básico de todo o sistema de defesa do consumidor brasileiro”.

A vulnerabilidade do consumidor tem origem na sua hipossuficiência. A necessidade de que o consumidor seja protegido é consequência de fazer parte de uma grande massa vulnerável, sendo visto como “[...] a parte fraca da relação jurídica de consumo” (NUNES, 2016, p. 176).

Bolzan de Almeida (2019, p. 249-250) corrobora esse raciocínio ao afirmar que:

[...] o consumidor é considerado a parte mais frágil da relação jurídica de consumo [...] Com a constatação de que a relação de consumo é extremamente desigual, imprescindível foi buscar instrumentos jurídicos para tentar reequilibrar os negócios firmados entre consumidor e fornecedor, sendo o reconhecimento da presunção de vulnerabilidade do consumidor o princípio norteador da igualdade material entre os sujeitos do mercado de consumo.

Almeida expõe sobre o princípio da vulnerabilidade com a seguinte afirmação:

Os que não dispõem de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem se submeter ao poder dos titulares destes. Isto quer dizer, que a definição de consumidor já descreve essa vulnerabilidade, essa relação de hipossuficiência que pode ocorrer por desinformação, por fraude ou quando o produtor não dê ou não honre a garantia ao bem produzido (ALMEIDA, 1993, p. 15).

Dessa forma, o consumidor fica à mercê dos fornecedores, pela sua própria vulnerabilidade, pois, por se tratar de parte hipossuficiente, ou mais fraca, acaba tendo que se submeter às condições que lhe são impostas pelos fornecedores, parte mais forte.

Essa fragilidade é decorrente de aspectos de ordem técnica, econômica (NUNES, 2016) e jurídica (MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, 2006), tornando, assim, o consumidor vulnerável perante o fornecedor.

A vulnerabilidade técnica decorre do fato de que o consumidor não detém informações específicas sobre o produto ou serviço que está sendo oferecido no mercado, podendo estar desprotegido, tendo como aparato a boa-fé e confiança pela outra parte. Dentro do sistema do CDC, a vulnerabilidade técnica do consumidor é presumida (MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, 2006).

Por conseguinte, a vulnerabilidade econômica advém dos desequilíbrios econômicos que existem entre o fornecedor e consumidor, encontrando-se o fornecedor em posição de supremacia, sendo ele detentor do poder econômico. Nunes (2016) destaca que essa vulnerabilidade não é absoluta, podendo haver situações em que um fornecedor tenha menos capacidade econômica do que um consumidor, entretanto, não é essa a regra geral.

Enquanto isso, Marques, Benjamin e Nunes (2006, p. 120) ressalta a vulnerabilidade jurídica relacionada à falta de conhecimentos jurídicos específicos. Salienta que para pessoas jurídicas e profissionais vale a presunção de que devem ter conhecimento específico; para consumidores não profissionais e pessoas físicas vale a presunção de vulnerabilidade. (MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, 2006).

Não se pode confundir vulnerabilidade com hipossuficiência. Nas palavras de Amaral (2010, p. 68), “todos os consumidores são vulneráveis por definição – e por presunção absoluta (*jure et de jure*) – mas nem todos são hipossuficientes, pelo menos quanto ao restrito aspecto da economicidade [...]”.

Visto que a primeira se trata de um conceito de direito geral e material, por outro lado a segunda é um conceito particularizado e processual, conforme esclarecimento de Bonatto (2001, p. 46), ao citar Arruda Alvim, Eduardo Arruda Alvim e James Marins:

A vulnerabilidade do consumidor não se confunde com a hipossuficiência que é característica restrita aos consumidores que além de presumivelmente vulneráveis, vêm-se agravados nessa situação por sua individual condição de carência cultural, material ou como ocorre com frequência, ambas. Citando Antônio Herman Benjamin a vulnerabilidade é um traço universal de todos os consumidores, ricos ou pobres, educadores ou ignorantes, crédulos ou espertos. Já a hipossuficiência é marca pessoal, limitada a alguns - até mesmo a uma coletividade - mas nunca a todos os consumidores.

Saad (1998, p. 126) explica que os consumidores são considerados hipossuficientes “no tocante às informações sobre a qualidade e composição do que adquire[m]”. Conforme pensamento de Gérard Cas (*apud* GRINOVER, 2000, p. 117), “o legislador procura proteger os mais fracos contra os mais poderosos, o leigo contra o mais bem informado [...]”.

Assim, a hipossuficiência atinge apenas certa parte da população, enquanto a vulnerabilidade alcança todos os consumidores. E os fornecedores, os quais se prevalecerem desta situação de hipossuficiência, estarão agindo de forma abusiva.

No que se refere à vulnerabilidade, o autor finaliza:

Por último, deve ser dito que o princípio da vulnerabilidade representa a defesa dos princípios constitucionais da função social da propriedade, da defesa do consumidor, da redução das desigualdades regionais e sociais e da busca do pleno emprego, esculpidos no artigo 170 da C.R.F.B., cabendo ressaltar que os empregos somente surgem caso existam consumidores para investir nas empresas, as quais repassarão estas riquezas novamente para os consumidores, que são os seus empregados (BONATTO, 2001, p. 46).

Como esclarece Bonatto, a vulnerabilidade está nos princípios constitucionais, devendo ser respeitada a dignidade do consumidor enquanto cidadão que tem direitos, os quais devem ser cumpridos. Isso porque as relações de consumo devem ser o manifesto esforço de se evitar uma relação desigual e injusta, impedindo-se, assim, qualquer prejuízo para o consumidor, prezando pela satisfação de ambos.

2.2 PRINCÍPIO DO ESTUDO DAS MODIFICAÇÕES DO MERCADO

O inciso VIII, do artigo 4º do CDC, estabelece como princípio consumerista o estudo constante das modificações do mercado de consumo:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

[...]

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo. (BRASIL, 1990).

Referido princípio apresenta a mutabilidade constante como característica da sociedade, ou seja, das modificações do mercado de consumo que se encontram em constante evolução social. Nesse sentido, para Saad, Saad e Branco (2006), as modificações de mercado ocorrem de acordo com as preferências dos consumidores. Os autores relatam que não existe um órgão que centralize as informações pertinentes às dinâmicas do consumo, o que poderia ser interessante para as associações que representam os consumidores, bem como para os empresários.

Com base em Amaral (2010), este princípio impõe ao Estado a tarefa de estudar as modificações e tendências do mercado, observando a forma mais correta de o consumidor aplicar seu dinheiro em produtos de qualidade, os quais necessite e não os induzindo a consumir produtos desnecessários. Conforme o autor, os estudos devem analisar o mercado a partir da lógica do consumidor e também do fornecedor, visando a “uma economia mais saudável e mais sustentável” (AMARAL, 2010, p. 80), para que haja uma justa relação de consumo.

Nelson Nery Jr. destaca que em razão da permanente evolução social, o estudo constante das modificações ocorridas no mercado de consumo evita que as normas instituídas regrem as relações de consumo se tornem ultrapassadas e sem eficácia (NERY JUNIOR, 2000, p. 432), trazendo ao mercado de consumo uma relação equânime, garantindo ao consumidor segurança e garantia também às vias comerciais na internet.

2.3 PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO

O princípio da informação pode ser compreendido como “[...] um dever exigido mesmo antes do início de qualquer relação. A informação passou a ser componente necessário do produto e do serviço, que não podem ser oferecidos no mercado sem ela” (NUNES, 2016, p. 183).

Nesse sentido, tal princípio encontra respaldo no artigo 4º, inciso IV do CDC:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

[...]

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

[...]. (BRASIL, 1990).

Além de princípio, a informação está prevista no Código Consumerista como um direito básico do consumidor. Desse modo, dispõe o artigo 6º, III do CDC, que os produtos e serviços devem conter informação “adequada e clara”:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

[...]

III - 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;

[...]. (BRASIL, 1990).

A informação, portanto, enquanto princípio e direito, enseja o dever do fornecedor na relação de consumo em informar os fatos de maior relevância do contrato, tratando-se de um princípio que estabelece direitos e deveres: “[...] a informação, nesse âmbito da ciência jurídica, tem dupla face: o dever de informar e o direito de ser informado, sendo o primeiro relacionado com quem oferece o seu produto ou serviço ao mercado; e o segundo, com o consumidor vulnerável” (TARTUCE, 2007, p. 141).

No mesmo sentido, Amaral (2010, p. 77) afirma que “esse direito não se restringe apenas às informações acerca do produto ou serviço, mas também quanto aos direitos e deveres de todos enquanto consumidor”.

Claudia Lima Marques, por sua vez, sustenta que “o dever de informar passa a representar, no sistema do CDC, um verdadeiro dever essencial, dever básico [...] para a harmonia e transparência das relações de consumo” (MARQUES, 2006, p. 646). Na mesma linha, Efig (2004, p. 108) menciona que a informação “[...] se traduz em *transparência* na medida em que de forma qualificada atinge com eficácia o consumidor”.

Como destaca Efig (2004), é direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com características e especificações completas, sendo dever do fornecedor do produto ou serviço informar. No entanto, apresentadas previamente todas as informações, o fornecedor evita que futuramente haja uma frustração, já que o consumidor teria todo o conhecimento prévio e efetivo.

2.4 PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA

O princípio da transparência é elencado no CDC como um dos objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo, conforme se observa no artigo 4º, *caput*:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, [...]. (BRASIL, 1990).

O princípio da transparência, segundo Carvalho (2002), consagra que o consumidor deve ser informado sobre todos os aspectos, sejam eles de serviço ou do produto exposto ao consumo, traduzindo-se, assim, no princípio da informação. Com cunho democrático, infere-se das palavras de Silva (2003) que o princípio da transparência, ao reconhecer que o poder em uma sociedade não é apenas político, mas também econômico, integra a ideia de que o CDC

emana uma finalidade de regulamentação do poder de economia, visando à sua maior visibilidade.

Silva (2012) sustenta esse pensamento ao lecionar que:

Preconiza a forma como a informação deve ser prestada ao consumidor no ato da contratação (qualificação da informação), a qual deve ser clara, ostensiva, precisa e correta, visando a sanar quaisquer dúvidas no ato da contratação e garantir o equilíbrio contratual entre as partes contratantes (SILVA, 2012, p. 271).

Nessa mesma esteira, segue Claudia Lima Marques:

A transparência impõe a qualificação da informação sobre aspectos relevantes durante as tratativas (fase pré-contratual) e, por conseguinte, no ato da contratação, sob pena de haver violação do princípio da transparência, por descumprimentos aos preceitos deste princípio (MARQUES, 2006, p. 715).

O princípio da transparência atua como um reflexo da boa-fé exigida aos agentes contratuais. Assim, entende-se que o dever de agir com transparência significa qualificar a informação fornecida de forma ampla ao consumidor, prezando-se pela clareza, lealdade, sinceridade e respeito. (MARQUES, 2006, p. 57).

Neste sentido, Braga Netto (2011, p. 49) explica que a “conduta transparente é conduta não ardilosa, conduta que não se esconde atrás do aparente, propósitos pouco louváveis”.

Desta maneira, o fornecedor deve anunciar seus produtos com base em elementos verdadeiros, mostrando para os consumidores que seu produto ou serviço é realmente capaz de realizar tudo aquilo que está dito através de campanha publicitária.

Sendo assim, a publicidade deve ser identificada pelo consumidor, conforme determina o art. 36 do CDC (SOUZA, 2018), enquanto o artigo 37 é a forma coercitiva e expressa da lei de se garantir o direito do consumidor de proteção ao engano e ao abuso, nos moldes do inciso IV do artigo 6º do CDC.

Por sua vez, a publicidade enganosa provoca “[...] uma distorção no processo decisório do consumidor, levando-o a adquirir produtos e serviços que, estivesse melhor informado, possivelmente não o faria” (GRINOVER *et al.*, 2007, p. 337), podendo gerar, além de uma reparação civil, um ilícito penal, tipificado no art. 69 do CDC.

Lado outro, a publicidade abusiva “carreia a ideia de exploração ou opressão do consumidor, [...] mas não se limita a tal, [...] tutelando valores outros que sejam caros à sociedade de consumo, como o meio ambiente” (GRINOVER *et al.*, 2007, p. 350).

Neste contexto, cabe ser valorizada a transparência nas relações de consumo importa em informações claras, corretas e precisas sobre o produto a ser fornecido, o serviço a ser

prestado, o contrato a ser firmado – direitos, obrigações, restrições (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 43). As relações de consumo devem, pois, respeitar os ditames éticos e jurídicos, para que as informações resultem na melhor compreensão ao consumidor.

2.5 PRINCÍPIO DA BOA-FÉ

O princípio da boa-fé é citado por Leonardo de Medeiros Garcia como: “[...] um conjunto de padrões éticos de comportamento, aferíveis objetivamente, que devem ser seguidos pelas partes contratantes em todas as fases da existência da relação contratual, desde a sua criação, durante o período de cumprimento e, até mesmo, após a sua extinção” (GARCIA, 2008, p. 41).

De acordo com Guglinki (2012), “nas relações de consumo, as partes devem proceder com probidade, lealdade, solidariedade e cooperação na consecução do objeto do negócio jurídico, de forma a manter a equidade nesse tipo de relação”.

Destarte, fundamenta-se na necessidade de as partes atuarem reciprocamente com cooperação, lealdade, honestidade e confiança (HIRONAKA, 2003, p. 112-113), no intuito de concretizar a diretriz da eticidade.

O princípio da boa-fé é mencionado no art. 4º, III do CDC, segundo o qual a boa-fé, juntamente com o equilíbrio nas relações de consumo, deve ser uma das bases para a viabilização dos princípios nos quais se funda a ordem econômica, conforme art. 170 da CRFB/88:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

[...]

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

[...]. (BRASIL, 1990, grifo no original).

A boa-fé pode ser subjetiva ou objetiva. A primeira refere-se ao sujeito e suas motivações para agir, ou seja, a “convicção ou crença de que nossa conduta representa ato legítimo ou não prejudica ninguém” (AMARAL, 2010, p. 75). Contudo, a boa-fé que está presente no CDC é a objetiva (AMARAL, 2010; CAVALIERI FILHO, 2014; NUNES, 2016).

Rosenvald, por sua vez, trata da boa-fé objetiva no seguinte sentido:

O princípio da boa-fé objetiva constitui-se em regra de conduta, de comportamento ético, social imposta às partes, pautada nos ideais de honestidade, retidão e lealdade, no intuito de não frustrar a legítima confiança, expectativa da outra parte, tendo, ainda, a finalidade de estabelecer o equilíbrio nas relações jurídicas (ROSENVALD, 2005, p. 80).

Nessa mesma linha de raciocínio, Giancoli e Araujo Júnior (2009) explicam que a objetividade da boa-fé é a forma de se indicar o comportamento adequado aos padrões de ética, lealdade, honestidade e colaboração, exigíveis nas relações de consumo, desvinculando-se, assim, das intenções íntimas do sujeito, ou seja, do caráter subjetivo da conduta.

O princípio da boa-fé objetiva possui caráter tridimensional, que se exterioriza por meio de três funções, as quais são comuns ao Código Civil de 2002, quais sejam: a interpretativa (art. 113), a qual a boa-fé atua como referencial hermenêutico das relações jurídicas contratuais; a de controle (art. 187), a qual visa a limitar o exercício abusivo do direito subjetivo e a integrativa (art. 422), que se destaca como fonte criadora de novos deveres especiais de conduta a serem observados pelas partes durante todo o vínculo obrigacional, e que passam obrigatoriamente a integrar qualquer relação obrigacional, como obrigação secundária, visando a garantir seu adimplemento (NORONHA, 1994, p. 157; BIERWAGEN, 2003, p. 56; MARTINS-COSTA, 2000, p. 634; LÔBO, 2005, p. 76).

Por outro lado, seguindo a sistemática do CDC entende-se que o princípio da boa-fé também desempenha diversas funções. Para Cavalieri Filho (2014), estas funções são: (i) integrativa ou criadora; (ii) interpretativa; e (iii) de controle. No entendimento de Marques, Benjamin e Miragem (2006), as funções da boa-fé são: (i) de complementação ou concretização da relação, também chamada de interpretativa; (ii) de controle e limitação das condutas; (iii) correção e adaptação em caso de mudança das circunstâncias; e (iv) autorização para a decisão por equidade.

Nesse sentido, pode-se notar que a boa-fé determina às partes contratantes a obrigação de atuar conforme as regras e padrões socialmente recomendados de honestidade, lealdade, correção, lisura e ética, como assim prevê a legislação, para que seja o contrato perfeitamente cumprido de maneira justa, para que não haja futuros litígios entre fornecedores e consumidores.

2.6 PRINCÍPIO DO EQUILÍBRIO

O art. 4º, III do CDC, elenca também o equilíbrio nas relações de consumo como um dos princípios consumeristas:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

[...]

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

[...]. (BRASIL, 1990).

Com base em Gama (2002 *apud* Xavier 2005), pretende-se atingir os interesses entre consumidor e fornecedor nas relações de consumo na consecução do equilíbrio e harmonia, possibilitando que os princípios fundantes da ordem econômica, conforme o art. 170 da Constituição Federal (CRFB/88) sejam viabilizados. Desta maneira, o legislador procura de alguma forma garantir a igualdade com a harmonia entre os sujeitos envolvidos na relação consumerista, demonstrando que a igualdade das partes deve ser absoluta, não devendo existir distinções, as quais conseqüentemente ocasionariam o desequilíbrio processual.

Segue o raciocínio de Grinover *et al.* (1996, p. 55):

[...] a tarefa de equilibrar processualmente os litigantes que não se encontram em igualdade de condições é delicada. As prerrogativas não devem superar o estritamente necessário para restabelecer o equilíbrio. Por isso, frequentemente a doutrina considera inconstitucional o tratamento privilegiado dispensado às partes.

Sobre a equidade na relação de consumo, afirma Gama (2002, p. 18-19): “[...] Equidade, nós damos a todas as pessoas um tratamento equitativo e proporcional, na busca de uma igualdade. A perfeição da igualdade é um ideal a ser seguido.”

Entretanto, é imprescindível a necessidade da igualdade nas contratações para que seja concretizado o princípio da equidade, que se encontra esculpido no inciso II do art. 6º, e que mantém intrínseca relação com o princípio da igualdade estampado no texto constitucional (art. 5º, *caput*, da CRFB/88). Nesse sentido, não deve haver onerosidade excessiva para qualquer das partes na relação de consumo (SILVA, 2008).

Desta forma, Marques, Benjamin e Miragem complementam essa perspectiva, quando defendem que “a vontade das partes manifestada livremente no contrato não é mais o fator decisivo para o direito, pois as normas do Código instituem novos valores superiores, como o equilíbrio e a boa-fé nas relações de consumo” (MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, 2006, p. 148).

Em suma, Bolzan de Almeida (2019, p. 274) descreve que é exatamente o pressuposto da vulnerabilidade que sustenta a necessidade de equilíbrio na situação fática, incidindo este princípio, portanto, sobre as consequências patrimoniais das relações de consumo em geral para o consumidor, protegendo o equilíbrio econômico das prestações do contrato de consumo.

Por fim, o princípio do equilíbrio visa a enaltecer a vontade de ambos os contratantes, para que se efetive de forma adequada e justa, respeitando a boa-fé em uma relação equilibrada, de modo que seja satisfatório para os sujeitos envolvidos.

3 LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS: PRINCÍPIOS E REQUISITOS

No presente capítulo serão expostos dados históricos acerca da discussão, aprovação e vigência da Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018, LGPD, os princípios nela previstos e alguns aspectos relacionados ao tratamento de dados, essenciais à pesquisa. Ao final, faz-se um breve comparativo entre o direito à imagem previsto no Código Civil e na LGPD.

3.1 BREVE HISTÓRICO LEGISLATIVO

A origem das discussões sobre a proteção de dados pessoais no ordenamento jurídico brasileiro teve início no Projeto de Lei da Câmara n. 53/2018, segundo Coelho (2019). Referido projeto começou a ganhar forma após a promulgação do Regulamento Geral de Proteção de Dados Pessoais pela União Europeia, especialmente pelo receio dos países que enxergavam a possibilidade de sofrer embargos comerciais caso não obtivessem essa regulamentação.

Segundo Vidor (2019), após oito anos de debates e redações legislativas, no dia 14 de agosto de 2018, foi sancionada a Lei n. 13.709 pelo então Presidente da República Michel Temer, a qual ficou posteriormente conhecida como LGPD, não se olvidando da forte influência emanada pelos preceitos de privacidade insculpidos na (CRFB/88) e no Código Civil de 2002.

Cabe salientar que a referida lei ainda está no período de *vacatio legis* e, de acordo com seu texto, entraria em vigor no somente mês de agosto de 2020. Por outro lado, Tumelero (2020) infere que a data de vigência desta lei vem sendo objeto de discussão no Congresso Nacional, oportunidade na qual o Poder Executivo editou a Medida Provisória n. 959/20 que, entre outros assuntos emergenciais, determinou o adiamento da vigência para maio de 2021.

A mesma autora informa ainda que, posteriormente, com o prosseguimento do Projeto de Lei n. 1.179/20, e após seu retorno da Câmara dos Deputados ao Senado Federal, ocorreu uma nova votação nesta última Casa Legislativa, momento em que foi suprimido o dispositivo que tratava da prorrogação da vigência da lei, mantendo-se apenas aquele que adia as sanções definidas para agosto de 2021.

Uma síntese acerca do retorno no posicionamento do Senado e a dependência da aprovação da Medida Provisória podem ser vistas da seguinte forma:

Outra mudança feita pelo relator retirou o adiamento da vigência da maior parte da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/18), que regulamenta o tratamento de dados pessoais de clientes e usuários por empresas públicas e privadas. De acordo com o substitutivo, apenas a aplicação das penalidades pelo descumprimento da lei ficará suspensa, podendo ocorrer somente a partir de 1º de agosto de 2021. O texto

do Senado adia a vigência dos demais artigos de agosto de 2020 para 1º de janeiro de 2021, mas o relator rejeito esse adiamento. De qualquer forma, a Medida Provisória 959/20 adia a vigência de todos os artigos da lei para 3 de maio de 2021. Como a MP [Medida Provisória] tem força de lei enquanto vigora, permanece esta data. Se o projeto virar lei, a aplicação das penalidades terá nova data de vigência. (CONJUR, [2020])

Portanto, para Tumelero (2020), restam dois cenários possíveis, quais sejam, aquele sem a Medida Provisória ser convertida em lei, quando então a LGPD entraria em vigor em 16 de agosto de 2020, ou com a conversão em lei da Medida Provisória, quando então a LGPD entraria em vigor no dia 3 de maio de 2021.

De todo modo, até a data de 05 de julho de 2020, o art. 65 da LGPD estabelece acerca da vigência que:

Art. 65. Esta Lei entra em vigor:

I - Dia 28 de dezembro de 2018, quanto aos arts. 55-A, 55-B, 55-C, 55-D, 55-E, 55-F, 55-G, 55-H, 55-I, 55-J, 55-K, 55-L, 58-A e 58-B; e (Incluído pela Lei nº 13.853, de 2019)

I-A – dia 1º de agosto de 2021, quanto aos arts. 52, 53 e 54; (Incluído pela Lei nº 14.010, de 2020)

II - em 3 de maio de 2021, quanto aos demais artigos. (Redação dada pela Medida Provisória nº 959, de 2020). (BRASIL, 2018)

Aguarda-se, portanto, que até 03 de maio de 2021 todos os artigos da LGPD encontrem-se em vigência.

3.2 PROTEÇÃO DE DADOS DO CONSUMIDOR

A LGPD dispõe sobre o tratamento de dados pessoais por pessoa natural ou jurídica, sendo eles de direito público ou privado, com o intuito de preservar os direitos fundamentais de liberdade e privacidade e o desenvolvimento livre da personalidade da pessoa natural, segundo Blum (2019).

De acordo com Santin (2019), a LGPD indica diretrizes para que os dados pessoais dos consumidores sejam protegidos. Assim, uma vez solicitado o uso de dados compartilhados, as empresas deverão gozar do consentimento emanado pelo consumidor e assegurar o direito à sua revogação. Não obstante, o direito ao conhecimento da quantidade de dados armazenados e/ou compartilhados com terceiros também se encontra garantido pela norma.

No mesmo sentido, Anjos (2020) aponta que a lei supracitada tem como objetivo fortalecer os direitos e as garantias dos cidadãos, na qualidade de pessoas físicas que

possuem informações pessoais em circulação no mercado, assim como facilitar as normas para as empresas na era digital.

Atualmente, presencia-se uma maior necessidade de coleta de informações para, então, atingir-se corretamente o público considerado como alvo, contexto que reafirma a linha de raciocínio emanada por Anjos (2020). Como consequência disso, inúmeros bancos de dados estão sendo criados, promovendo o compartilhamento e uma alta soma de parceiros comerciais. Por outro lado, acabam eventualmente ocasionando uma potencial violação de direitos das pessoas identificáveis por estes dados.

Para que não ocorram violações de tal ordem, denota-se que a lei geral brasileira de proteção de dados (BRASIL, 2018) traz amplamente os dados considerados como pessoais, indicando qualquer informação relacionada à pessoa natural identificada ou identificável, a qual é a titular dos respectivos dados.

Considerando que já estão sendo feitas exigências antes mesmo da legislação entrar em vigor, Clemente (2019) ressalta a recomendação de medidas necessárias para adequação à nova lei, destacando que devem ser tomadas o quanto antes, evitando estranheza. Dentre essas medidas, destaca-se a gestão do consentimento e anonimização dos dados, a adoção de medidas de segurança da informação, elaboração de relatório de impacto e *due diligence*¹ dos dados pessoais.

Frazão (2018) salienta que o regime de proteção de dados não tem por finalidade apenas tutelar a privacidade dos usuários, como citado anteriormente. Isso porque, conforme o art. 1º, tem por propósito proteger “os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural”.

Na sequência, a LGPD estabelece os fundamentos da proteção de dados pessoais, em seu art. 2º, destacando-se, além do respeito à privacidade, preceitos como a autodeterminação informativa, a liberdade de expressão, informação, comunicação e de opinião, a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem, o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação. Igualmente podem ser encontrados como fundamentos a livre iniciativa, livre concorrência, defesa do consumidor, os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

Dentre tantas definições dispostas pela lei, Bernardo (2019) dispõe que dados pessoais são aqueles que permitem identificar a pessoa, assim como determina os dados biométricos como dados pessoais sensíveis. Na prática, por exemplo, os dados usados para reconhecimento

¹ De acordo com *Google* tradutor: diligência devida.

facial, mesmo não podendo reconstituir o rosto original entram nessa categoria, são mecanismos para uma possível identificação do indivíduo.

Nos termos do artigo referente ao software Amazon Rekognition, disponibilizado pela Amazon Web Services (OS FATOS..., 2019), tem-se que o reconhecimento facial é um sistema desenvolvido para identificar uma pessoa por meio de imagem ou vídeo, utilizando-se de soluções inovadoras, como aplicativos pessoais de foto e autenticação secundária para dispositivos móveis. Sua conceituação e aplicação serão melhor desenvolvidas no último capítulo.

Sobre o assunto, Zaidan (2019) menciona que a tecnologia de reconhecimento facial, em que câmeras utilizam as características do rosto de uma pessoa para identificá-la, causa algumas controvérsias com relação ao seu uso. No mesmo sentido em que essa ferramenta pode ser a solução de determinados problemas, ainda há discussões acerca da invasão de privacidade e liberdade das pessoas.

A propósito, registros de acesso e outras informações associadas aos indivíduos reconhecidos são dados também protegidos pela LGPD.

Zaidan (2019) afirma que, sendo aprovado o Projeto de Lei n. 2.537/2019, será determinada a adoção de placas ou adesivos fixados na entrada dos estabelecimentos comerciais, com o propósito de comunicar aos consumidores o uso de programas de reconhecimento facial.

Neste momento, deve-se garantir que as pessoas saibam a diferença entre informações que precisam fornecer e as que são opcionais, a fim de que se sintam protegidas e utilizem estes meios como uma nova ferramenta de utilidade, agregando valor econômico e social pela inteligência artificial.

Devidamente apresentadas as considerações iniciais envolvendo a LGPD, passar-se-á à análise dos princípios cuja observância é necessária nas atividades de tratamento de dados pessoais, conforme consta na referida lei, assim como os demais requisitos dispostos no diploma legal.

3.2.1 Princípio da finalidade

Em referência ao princípio da finalidade, Lima (2020) ressalta que todo dado coletado deverá ter, no momento da sua coleta, a indicação clara e completa que a justifique. Sobre o tema, observa-se que o art. 6º, inciso I, da LGPD estabelece que:

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

I - finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades; (BRASIL, 2018).

O princípio da finalidade traz à tona a junção de todos os princípios apresentados no art. 6º da LGPD para o melhor tratamento de seus dados pessoais, definindo, assim, adequação e razoabilidade do seu uso, somente sendo utilizados para propósitos específicos, legítimos, explícitos e informados ao titular.

O princípio da finalidade, disposto no artigo citado acima, tem como sua definição a “realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular” (BRASIL, 2018). Diante disso, deve ser respeitado o consentimento de finalidade cedido pelo titular, não podendo o tratamento dos dados superar os limites estabelecidos claramente pela manifestação da pessoa a quem eles se referem.

Mendes (2008) indica a proibição do tratamento de dados para propósitos que não sejam legítimos, específicos, explícitos ou que não tenham sido informados ao titular. Por conseguinte, impede o tratamento posterior dos dados pessoais coletados para finalidades incompatíveis com aquelas originais, informadas no momento da coleta.

Sendo assim, resta determinado que haja uma correlação entre o uso dos dados pessoais e o fim comunicado aos titulares do momento da coleta. Logo, é possível limitar o acesso de terceiro aos dados coletados.

No mesmo raciocínio, Bezerra (2019) expõe que o princípio da finalidade limita a captação do dado e a finalidade que ele terá, de modo que mesmo que o dado seja cedido, o titular ainda mantenha controle sobre ele, evitando que haja alguma forma de despersonalização, pois seu dado ainda estará sob seu controle, sendo necessária sua autorização ao processo completo para ser utilizado.

No mais, Cots e Oliveira (2019) demonstram as violações sobre este princípio, que ocasiona a personalização, como mencionado acima, quais sejam:

(i) informar que a coleta de dados servirá para faturamento de produto ou serviço, mas utilizar os dados para campanha de marketing; (ii) informar que o compartilhamento de dados se dará com empresa X, mas compartilhar os mesmos com a empresa Y; (iii) informar que os dados não serão copiados, mas realizar cópias deles.

Nesse passo, é importante mencionar que o princípio da adequação complementa o princípio da finalidade presente na LGPD, que estabelece em seu art. 6º, inciso II:

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

[...]

II - adequação: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento; (BRASIL, 2018).

Em consonância com a LGPD, o princípio da adequação importa na compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento. Ou seja, o tratamento de dado não pode desviar do curso a que foi determinado, seguindo a finalidade para a qual foi autorizado o consentimento. (BRASIL, 2018).

No entanto, vale destacar também o que citam Cots e Oliveira (2019) acerca do rol de violações, conforme segue:

(i) informar comunicação com determinados operadores, mas realizar comercialização livre dos dados pessoais no mercado; (ii) informar que os dados serão eliminados, mas deter consigo cópias destes; (iii) informar que os dados serão anonimizados, mas realizar o procedimento.

Por fim, segundo Feigelson e Siqueira (2019), a adequação é o princípio que informa o objetivo e a extensão do tratamento de forma clara e específica ao titular, de modo que o controlador deve garantir que os limites autorizados sejam cumpridos, sendo vedado qualquer ato que os extrapole.

3.2.2 Princípio da necessidade

O princípio da necessidade orienta os agentes a não proceder com a coleta excessiva de dados não compatíveis com o propósito informado, conforme o art. 6º, inciso III da LGPD:

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

[...]

III - necessidade: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados; (BRASIL, 2018).

Anjos (2020) trata do assunto ao esclarecer sobre a impossibilidade de coleta excessiva de dados não compatíveis com o propósito informado, eis que tal redução oferece um maior controle ao titular destes dados, que se encontrará ciente de que terá menos informações em fluxo, seja porque também irá reduzir os riscos aos agentes de tratamento, em casos de eventuais incidentes de segurança.

O texto da LGPD segue o mesmo raciocínio, no sentido de que é a limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados. (BRASIL, 2018).

Sendo assim, Bezerra (2019) afirma que deve ser delimitada a captação exclusivamente ao necessário para as operações acordadas, proibindo que sejam obtidas informações além da finalidade, sendo um princípio direcionado à limitação daquele que captará os dados. Nessa linha, não deve o tratamento de dados superar o que baste para cumprir a finalidade, mesmo que este poder tenha sido outorgado pelo titular.

No que se refere às violações deste princípio, Cots e Oliveira (2019) mencionam: “(i) Solicitar cor da pele para faturamento de produtos ou serviços; (ii) solicitar orientação sexual para admissão de empregado; (iii) solicitar todos os endereços em que a pessoa possa ser encontrada a fim de realizar a entrega de produto em apenas um deles.”

Desse modo, tem-se como referência também o art. 10, § 1º, da LGPD, o qual apresenta mais uma sustentação deste instituto, garantindo que quando o tratamento for baseado no legítimo interesse do controlador, apenas os dados pessoais estritamente necessários para a finalidade pretendida poderão ser tratados (BRASIL, 2018). Ou seja, os que eventualmente não couberem neste conceito estarão violando o princípio aqui tratado.

3.2.3 Princípio da transparência

No que se refere ao princípio da transparência, para se tornar efetivo, resta necessário que os bancos de dados sejam de conhecimento público, sendo que tal ideia reafirma o teor do art. 6º, inciso VI, da LGPD, que estabelece:

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

VI - transparência: garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial; (BRASIL, 2018).

Bezerra (2019) considera neste princípio que deve haver transparência durante todo o processo pelo qual os dados passam, para que o titular saiba todas as movimentações de seus dados, sendo a ele garantida clareza e precisão. No entanto, reputam-se como necessário, consequentemente, um combate de práticas abusivas a partir do seu uso.

Ademais, a LGPD evidencia que o princípio da transparência é a garantia aos titulares de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes, bem como observados os segredos comercial e industrial. Assim, assemelha-se ao princípio do livre acesso, porém, enquanto a transparência objetiva que o conteúdo dessa estrutura seja condizente à realidade e abrace os mais diversos campos do tratamento com informações claras, o livre acesso busca a formação de uma estrutura de consulta de forma facilitada e gratuita. (BRASIL, 2018).

De outro modo, caso não sejam seguidas essas orientações, Cots e Oliveira (2019) salientam sobre as violações do princípio de transparência: “(i) não informar a qualificação completa do controlador; (ii) deixar de descrever a abrangência do tratamento realizado; (iii) não fornecer fácil acesso às informações de tratamento.”

Outrossim, Feigelson e Siqueira (2019) fazem menção ao art. 9º, § 1º, da LGPD, em que se estabelece que, caso as informações fornecidas ao titular tenham conteúdo enganoso ou abusivo, ou não tenham sido apresentadas previamente com transparência, de forma clara e inequívoca, serão consideradas nulas. Além disso, nota-se que o princípio da transparência visa a garantir aos titulares informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento de dados.

Por fim, observa-se que os princípios apresentados na LGPD criam novos deveres, ações positivas que deverão ser levadas a efeito pelas empresas e estabelecem uma orientação geral para interpretação das disposições nela positivadas. Há, portanto, necessidade de se adequar, desenvolver ou aperfeiçoar as diferentes plataformas de coleta direta de informações pessoais em todos os âmbitos, no intuito de impedir a ocorrência das violações citadas.

3.3 TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS

A parte inicial da LGPD, em especial o teor do seu art. 6º, apresenta os princípios que devem orientar o tratamento de dados, como acima visto, uma vez que auxiliarão na compreensão de muitas das regras que serão examinadas posteriormente. Tais princípios são, como o próprio nome indica, a base de toda regulamentação acerca do tratamento de dados. (BRASIL, 2018).

Partindo-se dos princípios específicos da LGPD, extraem-se as hipóteses de permissão, também chamadas de requisitos para o tratamento de dados pessoais. Conforme os termos da lei e os ensinamentos de Pinheiro (2018, p. 64), o tratamento de dados pessoais deve observar

a boa-fé e possuir finalidade, limites, prestação de contas, garantir a segurança por meio de técnicas e medidas de segurança, além da transparência e possibilidade de consulta aos titulares.

No que tange às hipóteses de permissão, extrai-se do teor do art. 7º, da LGPD:

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

I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;

II - para o cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador;

II - pela administração pública, para o tratamento e uso compartilhado de dados necessários à execução de políticas públicas previstas em leis e regulamentos ou respaldadas em contratos, convênios ou instrumentos congêneres, observadas as disposições do Capítulo IV desta Lei;

IV - para a realização de estudos por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais;

V - quando necessário para a execução de contrato ou de procedimentos preliminares relacionados a contrato do qual seja parte o titular, a pedido do titular dos dados;

VI - para o exercício regular de direitos em processo judicial, administrativo ou arbitral, esse último nos termos da Lei nº 9.307, de 23 de setembro de 1996 (Lei de Arbitragem);

VII - para a proteção da vida ou da incolumidade física do titular ou de terceiro;

VIII - para a tutela da saúde, exclusivamente, em procedimento realizado por profissionais de saúde, serviços de saúde ou autoridade sanitária; (Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019) Vigência

IX - quando necessário para atender aos interesses legítimos do controlador ou de terceiro, exceto no caso de prevalecerem direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais; ou

X - para a proteção do crédito, inclusive quanto ao disposto na legislação pertinente. (BRASIL, 2018, grifos no original).

O inciso I deste artigo aponta o primeiro e mais importante caso em que será permitido o tratamento de dados, que é “mediante o fornecimento de consentimento pelo titular”, sendo que este consentimento deve ser, conforme a junção dos ditames presentes no art. 8º e seu §1º, “[...] fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular” e, caso seja escrito, “[...] deverá constar de cláusula destacada das demais cláusulas contratuais” (BRASIL, 2018).

Na prática, as hipóteses citadas regem o tratamento de dados, e nos termos do art. 5º, inciso X, da LGPD, trata-se de:

[...] toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem à 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)

O consentimento referido é ponto de destaque, uma vez que, conforme Pinheiro (2018, p. 65), no decorrer dos anos a necessidade de consentimento na coleta de dados, principalmente

no ambiente virtual, foi ganhando importância devido à sensibilidade e vulnerabilidade que as informações pessoais foram adquirindo com o desenvolvimento da tecnologia.

Acerca dos aspectos inerentes ao consentimento, prevê o art. 7º, inciso I, §§ 4º e 6º da LGPD, que:

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

I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;

[...]

§ 4º É dispensada a exigência do consentimento previsto no caput deste artigo para os dados tornados manifestamente públicos pelo titular, resguardados os direitos do titular e os princípios previstos nesta Lei.

[...]

§ 6º A eventual dispensa da exigência do consentimento não desobriga os agentes de tratamento das demais obrigações previstas nesta Lei, especialmente da observância dos princípios gerais e da garantia dos direitos do titular. (BRASIL, 2018)

Feigelson e Siqueira (2019) ressaltam que o consentimento é o meio pelo qual o titular de dados pessoais tem para determinar o nível de proteção e fluxo de seus dados, dando sua anuência para que ocorra o tratamento de suas informações.

Por sua vez, Zanetti, Lima e Sampaio (2019) exemplificam sobre a situação do empresário que usa, coleta ou armazena dados de qualquer pessoa, o qual deve observar, além da boa-fé, o princípio trazido pela lei para se manter em *compliance*², mediante consentimento do titular.

Outrossim, Ponticelli (2018) trata do § 4º, do art. 7º, quando mostra que não se exige consentimento quando o titular tornar públicos os dados, ou seja, ninguém pode alegar que teve sua privacidade invadida quando o próprio titular disponibiliza seus dados de forma pública na aplicação de internet utilizada.

Nessa senda, ganha destaque o art. 1º da LGPD, em que consta a disposição da lei e os seus objetivos, como se observa:

Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. (BRASIL, 2018)

Conforme Pinheiro (2018, p. 65), reputa-se como primordial a garantia de que as pessoas ou usuários tenham ciência da necessidade de consentir com o uso de dados, assim como se deve garantir que estes tenham direito de saber a finalidade da coleta e a possibilidade de acesso

² De acordo com *Google* tradutor: conformidade.

ao conteúdo em qualquer momento, objetivando assegurar a liberdade e a privacidade destacadas no artigo que inaugura a LGPD.

Vainzof, Freire e Oliveira (2019) mencionam a LGPD ao esclarecer sobre o tratamento de dados pessoais, que ocorre inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, com o intuito de resguardar os direitos fundamentais de liberdade, privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, estabelecendo regras e limites para empresas a respeito da coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de dados, o que favorece o desenvolvimento econômico.

Outrossim, Pinheiro (2018, p. 65) destaca que as empresas devem:

[...] ter a liberdade de utilizar os dados de maneira transparente e ética em troca de um serviço ou acesso, tendo em vista que o desenvolvimento econômico também deve ser garantido a esses sujeitos. Importante destacar que cabe à instituição que realiza o tratamento a capacidade de demonstrar que estava legítima (detinha o registro do consentimento ou se enquadrava nas hipóteses de exceção).

Para estar em conformidade com a lei, Frazão (2018) cita que os registros devem, em um primeiro momento, dispor de maneira precisa sobre quais dados pessoais estão sendo coletados, para qual motivo, por quanto tempo pretende mantê-los e se há interesse em compartilhá-los. Em um segundo momento, a minimização de informações pode ser referendada pela coleta de dados necessários para aquele motivo específico.

Do mesmo modo, como já salientava Anjos (2020), todo e qualquer acesso, desde a coleta, utilização ou eliminação, é considerado tratamento de dados pessoais para fins legais, sendo denominados seus sujeitos como controladores e operadores.

Nos moldes de como apresenta Lima (2020), o controlador é classificado pelos agentes de tratamento, sendo eles pessoas jurídicas ou naturais, de direito público ou privado, a quem compete às decisões referentes ao tratamento. Já o operador, por sua vez, é classificado como sendo aquela pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, que realiza o tratamento dos dados em nome do controlador, os quais se destinam pela proteção dos direitos fundamentais de privacidade e liberdade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Para Pinheiro (2018, p. 68), a finalidade apontada pelo controlador para a realização do tratamento de dados deve ser pautada em fundamentações claras e legítimas, e somente dados reais devem ser coletados, com vistas à garantia do direito à proteção da privacidade do titular. De igual forma, a autoridade nacional deve garantir a emissão de relatórios relativos ao

tratamento e seus impactos, respeitando as liberdades do controlador como o segredo industrial e comercial.

Zaidan (2019) enfatiza que, conforme a LGPD, o tratamento de dados pessoais somente ocorrerá quando o titular ou seu responsável legal autorizar, de forma clara e destacada, para finalidades específicas ou, sem tal consentimento, apenas se a finalidade for, por exemplo, para o exercício regular de direitos em processos judiciais e para a prevenção à fraude e à segurança do titular.

O artigo envolvendo o software Amazon Rekognition (OS FATOS..., 2019) acrescenta credibilidade à ideia acima, mencionando que em relação à segurança pública e aplicação da lei, os governos estão livres para trabalhar com agências de segurança, desenvolvendo políticas de uso aceitável de tecnologias de reconhecimento facial que protejam os direitos dos cidadãos e permitam que as autoridades protejam a segurança do público.

O término do tratamento dos dados, por sua vez, ocorre quando se determina o encerramento do tratamento e o descarte, nos moldes do art. 15 da LGPD:

Art. 15. O término do tratamento de dados pessoais ocorrerá nas seguintes hipóteses:
I - verificação de que a finalidade foi alcançada ou de que os dados deixaram de ser necessários ou pertinentes ao alcance da finalidade específica almejada;
II - fim do período de tratamento;
III - comunicação do titular, inclusive no exercício de seu direito de revogação do consentimento conforme disposto no §5º do art. 8º desta Lei, resguardado o interesse público; ou
IV - determinação da autoridade nacional, quando houver violação ao disposto nesta Lei. (BRASIL, 2018)

A primeira hipótese trazida pela lei descreve sobre a aplicabilidade para as quais os dados são destinados. A esse respeito, Feigelson e Siqueira (2019) aludem que, quando alcançada a finalidade para a qual os dados foram destinados, é obrigação do controlador excluí-los, pois não é mais necessário que continuem disponíveis.

Frazão (2018), Feigelson e Siqueira (2019) reportam-se sobre o fim do período do tratamento conforme o art. 15, incisos II e III, trazendo um importante critério quando se refere às hipóteses em que houve o consentimento do titular por prazo determinado, caso em que o agente de tratamento que quiser prosseguir com sua atividade deverá obter novo consentimento. Além disso, o titular poderá manifestar sua vontade para dar fim ao tratamento de dados, inclusive nas hipóteses de revogação de consentimento.

Vale salientar que, segundo Pinheiro (2018, p. 76) e de acordo com o que dispõe a LGPD, um dos requisitos de validade do tratamento de dados é o limite de atuação do procedimento, tanto no que tange ao limite de informações a serem coletadas quanto à finitude

no tempo. Isso quer dizer, em outras palavras, que não deve ser realizado por tempo indeterminado, sendo que seu término, como visto, segue requisitos como término de prazo, revogação ou determinação de autoridade nacional.

A última hipótese trazida por Feigelson e Siqueira (2019) é a de que os dados devem ser eliminados pelos controladores independentemente da vontade dos titulares. Ademais, quando houver violação da LGPD, mesmo havendo consentimento dos titulares para que os controladores continuem a usá-los, eles deverão ser eliminados, o que se resume como uma hipótese de sanção.

Com o fim do tratamento de dados, a sua eliminação se apresenta como consequência lógica, nos moldes do art. 16 da LGPD (BRASIL, 2018), especialmente no âmbito e nos limites técnicos das atividades, sendo resguardada a conservação destes apenas para finalidades específicas, como cumprimento de obrigação legal, estudo, transferência para terceiro ou uso exclusivo do controlador.

Em suma, Machado (2019) esclarece que a regra geral é de que os dados devem ser eliminados pelos controladores logo após o seu uso, sendo nulas as autorizações genéricas para o tratamento de dados, devendo o consentimento referir-se apenas às finalidades específicas.

Observadas as hipóteses em que o tratamento de dados é estritamente possível, tem-se que aparentemente qualquer violação a elas implica em uma invasão de privacidade, logo, deve-se evitar o uso do recurso de reconhecimento facial em situações que demandem a tomada de decisões autônomas em situações que exigem uma análise humana.

Realizados os esclarecimentos acima a respeito do tratamento de dados pessoais na LGPD, passa-se ao direito à imagem, previstos tanto no Código Civil quanto na LGPD.

3.3.1 Direito à imagem no Código Civil e Lei Geral de Proteção de Dados

O direito à imagem é mencionado por Barros (2018) como o direito que assegura toda pessoa a ter sua imagem resguardada para que se preserve a respeitabilidade, boa-fama e honra do sujeito. Desse modo, a proteção à imagem também permite ao indivíduo cobrar remuneração pelo uso de sua imagem.

Novo (2019) reafirma que o uso de imagem de um indivíduo ocorre mediante autorização, e em hipótese nenhuma sem a mesma. O uso consentido pode se dar em três modalidades, quais sejam, mediante pagamento e com consentimento tácito ou mediante

pagamento e com consentimento expresso, permitida em ambos os casos. Não obstante, há ainda a hipótese de pagamento mediante consentimento condicionado à gratificação financeira.

De outro modo, havendo o uso não autorizado, sendo pelo uso contra a vontade do retratado e o uso contra a vontade para motivo torpe, haverá a penalização por intermédio de sanções penais, sendo a segunda naturalmente mais grave que a primeira.

A imagem do indivíduo ou sua personalidade física jamais poderá ser vendida, renunciada ou cedida em definitivo, porém, poderá ser licenciada por seu titular a terceiros, tornando-se o direito à imagem irrenunciável, inalienável e intransmissível, porém disponível, como ressaltam Fábio Ferraz de Arruda Leme (2012).

Novo (2019), por sua vez, traz o direito à imagem como um direito de personalidade autônomo, tratando-se da projeção da personalidade física da pessoa, incluindo os traços fisionômicos, o corpo, atitudes, gestos, sorrisos, indumentárias, etc.

Nessa perspectiva, o direito de imagem se encontra dentro do direito de personalidade, segundo Gonçalves (2016 *apud* BARROS, 2018), eis que “direitos de personalidade são direitos subjetivos que têm por objeto os bens e valores essenciais da pessoa, no seu aspecto físico, moral e intelectual”. No entanto, Novo (2019) aponta que é um dos direitos da personalidade dos quais todos os seres humanos gozam, facultando-lhes o controle do uso de sua imagem, seja a representação fiel de seus aspectos físicos (fotografia, retratos, pinturas, gravuras), como o usufruto da representação de sua aparência individual e distinguível, concreta ou abstrata.

Nessa linha, dispõe o Código Civil de 2002 sobre o direito à imagem em seu art. 20:

Art. 20 Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais.

Parágrafo único. ‘Em se tratando de morto ou de ausente, são partes legítimas para requerer essa proteção o cônjuge, os ascendentes ou os descendentes.’ (BRASIL, 2002).

O direito à imagem encontra-se igualmente previsto na LGPD, ainda que de forma indireta, destacando-se que, segundo Lopes (2019), a imagem de uma pessoa é um dado pessoal, desde que seja possível identificá-la, pois abrange qualquer informação sobre a pessoa natural identificada ou identificável. Desse modo, o tratamento de fotografias e vídeos que retratem pessoas identificadas ou identificáveis deve respeitar os princípios e as regras da LGPD.

Com efeito, a partir de uma imagem (que é um dado em si), pode-se extrair outras informações relevantes sobre um indivíduo, a exemplo de um vídeo ou fotografia de uma pessoa

rezando dentro de uma igreja, em que se torna possível identificar a sua religião. Nesses casos, é importante analisar se houve consentimento (ainda que tácito) das pessoas retratadas, ou se a foto ou o vídeo foram produzidos em espaço público, se houve ou não destaque para as pessoas retratadas, se há interesse público na divulgação da imagem, dentre outros pontos tradicionalmente discutidos quanto ao direito da personalidade (imagem).

No entanto, Lopes (2019) refere que isso não significa que qualquer utilização de imagens de pessoas naturais deva seguir todos os princípios e regras previstas na LGPD. Consoante o art. 4º, inciso I, descarta-se a aplicação da lei em relação ao tratamento de dados pessoais “realizado por pessoa natural para fins exclusivamente particulares e não econômicos”. No mesmo modo o inciso II do art. 4º também descarta a aplicação da LGPD quando o tratamento de dados pessoais se der para fins artísticos, jornalísticos ou acadêmicos, conforme arts. 7º e 11º.

Todavia, nos casos em que a LGPD se aplica, são previstos novos ônus ao responsável pelo tratamento, com o intuito de respeitar todos os princípios e regras presentes na lei, fruindo o consentimento de forma específica e destacada, para finalidades específicas (inciso I). Desse modo, o tratamento deve ser apenas no nível necessário e adequado para o atingimento dessas finalidades (incisos II e III do art. 6º). Deve-se responsabilizar o titular dos dados pela liberdade de acesso à forma e à duração do tratamento (inciso IV do art. 6º), e o responsável pelo tratamento tende a oferecer transparência ao titular (inciso VI do artigo 6º), dentre outros pontos.

Conforme Novo (2019), o direito à imagem remete-se tanto à expressão física do indivíduo, de voz e aparência, quanto à sua identidade pessoal, de características e escritos. Dessa maneira, ocorre a violação ao direito à imagem pelo ato de captação, sendo esta contextualizada ou específica, e em ambiente público ou privado, e pela utilização, seja biográfica, informativa ou comercial.

No capítulo seguinte e último do desenvolvimento, busca-se trazer elementos para uma possível resposta à problemática proposta, sob o aspecto doutrinário e jurisprudencial.

4 PRINCÍPIO DA FINALIDADE E DIREITO À IMAGEM: LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS E USO DO RECONHECIMENTO FACIAL NA RELAÇÃO DE CONSUMO

Conforme visto no capítulo anterior, de acordo com o princípio da finalidade, toda obtenção de dados deverá apresentar uma indicação clara e completa que justifique a sua coleta, assim como este princípio, segundo o art. 6º, inciso I, da LGPD (BRASIL, 2018), faz menção específica à realização do tratamento de dados para propósitos legítimos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de utilização posterior de forma incompatível.

O direito à imagem, por sua vez, trata da segurança resguardada a toda pessoa, a fim de que tenha sua imagem protegida e a respeitabilidade, boa fama e honra preservados, de acordo com Barros (2018).

Andrade (2015) ressalta que o direito à imagem se relaciona à privacidade, ambos consagrados constitucionalmente:

[...] A Constituição Federal no art. 5º, inciso X tratou de proteger a privacidade assim assegurando: são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação. Percebe-se que a consagração do direito à privacidade é tomada no sentido amplo que pode abranger todas as manifestações da esfera íntima, privada e da personalidade das pessoas.

Ao aglutinar os conceitos e limites envolvendo o direito à imagem, Alvarez (2017) define como sendo o direito de imagem aquele da “pessoa natural, capaz ou não, detentora de atributos físicos [...] externos ou não, que individualizados ou não, permitam sua identificação [...] hábil a caracterizar de forma particular o ser, o indivíduo como único, sem cópias ou clonagens”.

Tal princípio e direito acima ressaltados são fundamentais para buscar-se uma possível resposta ao problema inicialmente proposto. Na sequência, portanto, além daqueles já apresentados, traz-se a definição de reconhecimento facial, apresenta-se brevemente o Projeto de Lei n. 2.537/2019, bem como as perspectivas doutrinária e jurisprudencial do reconhecimento facial.

4.1 RECONHECIMENTO FACIAL E O PROJETO DE LEI N. 2.537/2019

O uso do reconhecimento facial tem se tornado cada vez mais comum e impacta principalmente as relações de consumo e o direito à imagem das pessoas, devendo, portanto, observar-se o princípio da finalidade, tal como previsto na LGPD.

O reconhecimento facial é uma das possibilidades criadas pela inteligência artificial. Antes de defini-lo, destaca-se que a inteligência artificial é “uma subárea da ciência da computação e busca fazer simulações de processos específicos da inteligência humana por intermédio de recursos computacionais” (PEIXOTO; SILVA, 2019, p. 20), ou seja, “envolve utilizar métodos baseados no comportamento inteligente de humanos e outros animais para solucionar problemas complexos” (COPPIN, 2010, p. 4).

Ressalta-se, ainda, o conceito apresentado por Silva, Lenz, Freitas e Bispo (2019, p. 13), que traz como exemplo o reconhecimento de expressões faciais:

O termo ‘inteligência artificial’ representa um *software* diferente dos demais, pois é inteligente e visa fazer os computadores realizarem funções que eram exclusivamente dos seres humanos, por exemplo, praticar a linguagem escrita ou falada, aprender, reconhecer expressões faciais, etc. Seu campo tem um longo histórico e muitos avanços, como o reconhecimento de caracteres ópticos, que atualmente são considerados de rotina.

Nesse contexto, infere-se uma permissão realizada pela inteligência artificial para que os usuários identifiquem a presença de rostos em uma imagem ou vídeo, indicando também quais atributos esses rostos têm, analisando olhos abertos ou fechados, humor, cor do cabelo e geometria visual do rosto. Esses atributos de detecção são cada vez mais úteis para clientes que precisam organizar ou pesquisar milhões de imagens por segundo usando metadados (OS FATOS..., 2019).

Quanto à tecnologia empregada no reconhecimento facial, retira-se do seguinte excerto:

[...] é utilizada de forma integrada a gadgets inteligentes. Por meio de câmeras que são instaladas em óculos, gôndolas e outros aparatos nos estabelecimentos comerciais, é possível identificar clientes que visitam frequentemente a loja e atrelar o histórico de dados para recomendações direcionadas [...] Por meio do reconhecimento facial é também possível identificar reações e emoções dos clientes diante de produtos específicos. Com isso, marcas podem mensurar o impacto que causam no público, sendo um grande aliado, inclusive, para o teste de lançamentos. (RECONHECIMENTO..., 2019)

Referida tecnologia, portanto, pode favorecer fornecedores e, eventualmente, prejudicar consumidores, em especial quando postos à prova os direitos à imagem e privacidade,

protegidos tanto constitucionalmente quanto de forma infraconstitucional no ordenamento jurídico brasileiro. Para que não haja vícios de qualquer natureza na utilização destes mecanismos inovadores, infere-se como de elevada importância o acompanhamento das discussões acerca da privacidade do usuário e o uso de seus dados em todas as possibilidades relatadas, com ênfase para possíveis invasões de privacidade ou roubo de dados para utilização inadequada (RECONHECIMENTO..., 2019).

Assim, resta assinalada a necessidade de se acompanhar as tendências e novidades do setor, cujas práticas são indispensáveis para as definições estratégicas de evolução dos negócios.

Ademais, conforme apresentado por João Victor Escovar (2020), deve-se destacar que ainda não existem regulamentações detalhadas para o uso de reconhecimento facial no Brasil, mas tão somente projetos que visam a implementá-la na segurança pública e nas relações de consumo, mediante atenção aos limites e boas práticas. Assim, realizar uma ligação entre os preceitos consumeristas e eventuais vícios no uso do reconhecimento facial restariam, ao menos por ora, fadados ao cenário da hipótese, eis que somente é possível a menção de alguns resultados práticos desenvolvidos no exterior e a mensuração da sua aplicação no território nacional.

Sobre uma possível inobservância da privacidade, englobando-se aqui o direito à imagem e à finalidade do ato, Peacock (2016 apud RECONHECIMENTO..., 2016) esclarece que alguns empresários estão cientes dos atritos envolvendo o reconhecimento facial e os ideais dos defensores destes direitos particulares, já que tal tecnologia levanta diversos receios de invasões. Todavia, este suposto fim ilícito e imoral, que no presente momento refere-se a um cenário apenas hipotético, tende a ser superado no momento em que os consumidores perceberem que existirão maiores benefícios nas suas experiências, aumentando assim o nível de aceitação do uso de reconhecimentos faciais e da coleta de dados.

Sobre estas preocupações, Sato e Catão (2019) apontam que:

[...] aqui decorre do potencial risco à privacidade dos clientes das lojas. A depender das informações acessadas pelos comerciantes decorrentes do reconhecimento facial, como dados cadastrais e de inadimplência, pode ser feita uma abordagem inadequada ou abusiva ao cliente, incluindo um tratamento discriminatório [...] Considerando que tal tipo de tecnologia pode violar a privacidade dos indivíduos, faz-se necessário impor limites à sua utilização, em linha, inclusive, com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

A própria relação entre consumidores e o uso de reconhecimento facial é destacada por Silva (2019), em que as lojas estariam, por força do Projeto de Lei n. 2.537/19, obrigadas a

informar os consumidores sobre o uso de sistemas de reconhecimento facial em suas instalações. Tal proposta, entretanto, ainda se encontra em discussão nas Casas Legislativas e passará pela Comissão de Defesa do Consumidor, onde a relação reconhecimento facial e direito consumerista poderá ser melhor observada.

Acerca do projeto de lei ora citado, Silva (2019) esclarece que:

[...] os estabelecimentos comerciais que utilizarem programas de reconhecimento facial com o intuito de identificar os consumidores devem alertá-los na entrada do estabelecimento com placas e/ou adesivos da análise de características sendo utilizada [...] além de identificarem pessoas, os sistemas podem detectar emoções e reações por meio de expressões monitoradas, o que fere os direitos humanos fundamentais como privacidade e liberdade de expressão [...] outra preocupação com os sistemas de reconhecimento e detecção facial envolve as falhas na identificação de pessoas, especialmente na precisão diferente para distintos grupos étnicos e raciais.

Conforme destaca Silva (2019), as tecnologias envolvendo reconhecimento facial são ferramentas avançadas de identificação que, ao mesmo tempo, lidam com questões éticas diferenciadas, eis que podem ser utilizadas à revelia do conhecimento das pessoas que são submetidas. O relator da proposta, deputado Guiga Peixoto, considerou a aprovação do projeto como medida necessária, uma vez que ofereceria mais garantias que prejuízos ao consumidor, dando destaque para a praticidade gerada pela possibilidade de lojistas acessarem dados cadastrais e de inadimplência diretamente pelo sistema de reconhecimento facial.

Apesar de considerado uma novidade para lojistas, o reconhecimento facial vem sendo popularizado em diversos outros segmentos, como em fatores de segurança ligados à telefonia e, principalmente, nas redes sociais (RECONHECIMENTO..., 2019).

Não apenas isso, mas o reconhecimento facial pode ser utilizado como forma de aprimoramento ao atendimento dos clientes, e, nessa relação direta com o direito do consumidor, Resende (2019) esclarece que este mecanismo inovador apresenta-se como ferramenta útil na personalização do atendimento de clientes que visitam frequentemente determinadas lojas, auxiliando na definição das preferências dos compradores e nas características dos produtos que possivelmente sejam do seu agrado.

Sobre as tecnologias de reconhecimento e a atuação perante os consumidores, especialmente no que tange às possíveis evoluções inerentes ao marketing, a Associação Brasileira de Marketing Direto (2020) considera que:

[...] os profissionais de marketing estão começando a explorar o poder do reconhecimento facial para rastrear o comportamento do consumidor, avaliar as reações das campanhas dos consumidores, personalizar a experiência de compra e oferecer experiências em atritos, mas devem agir com cuidado pois os legisladores

ainda discutem o assunto. Mas o fato é que a tecnologia está se espalhando [...] Alguns restaurantes e hotéis [...] estão testando o software para oferecer experiências personalizadas, rápidas e sem atritos para os consumidores angustiados. Os profissionais de tecnologia também estão usando a tecnologia para avaliar as reações dos consumidores às campanhas [...] Mas essa tecnologia pode ameaçar o equilíbrio entre a necessidade de informações e o direito à privacidade de um indivíduo, e os consumidores – e os legisladores – estão percebendo isso.

Longe de ser uma prática danosa, ao menos na sua forma aparente, a versatilidade de funções do reconhecimento facial na relação com o consumidor pode ser vista como frutífera, segundo Resende (2019):

[...] No Brasil, essa realidade não está longe e algumas redes começam a testar sistemas de reconhecimento facial que permitem verificar as reações dos clientes de forma que a loja ajuste a disposição de seus produtos ou vitrines para se tornarem mais atrativas e aumentarem as vendas. Restaurantes e outros estabelecimentos também têm usado a tecnologia como um atrativo a mais para atender às expectativas do consumidor 4.0 [...] Nada de cartões fidelidade nem logins demorados para ser atendido – o pagamento também é feito pelo reconhecimento facial.

Considerando as facetas acima expostas, que envolvem o direito consumerista e o reconhecimento facial, é necessário destacar o impacto desta inovação na legislação nacional, principalmente no que se refere à LGPD e nas perspectivas doutrinária e jurisprudencial. Ainda que se trate de um assunto recente, cuja implementação vem ocorrendo de forma gradativa no território nacional, debates sobre a aplicabilidade, consequências e benefícios do uso do reconhecimento facial vêm sendo cada vez maiores.

4.2 RECONHECIMENTO FACIAL NA PERSPECTIVA DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Por se tratar de uma tecnologia nova, Andrion (2019) destaca que os ordenamentos jurídicos precisam se adaptar ao máximo acerca de suas possibilidades, não sendo diferente no território brasileiro. A LGPD, tratada no capítulo anterior, regulamenta o tratamento de dados e abre poucas exceções para sua prática, como, por exemplo, o uso para fins de segurança pública.

Sobre a relação entre o reconhecimento facial e a LGPD, Andrion (2019) apresenta preocupação dos especialistas para um possível desvio de finalidade dos dados extraídos, cuja polêmica ganhou destaque após a criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD). Isso porque, além de flexibilizar o poder fiscalizatório sobre o tratamento de dados

pelo Estado, permite o compartilhamento de informações públicas com empresas, desde que haja supervisão de uma autoridade.

A fim de situar esta autoridade, Pinheiro (2020, p. 51) apresenta a ANPD como sendo uma entidade de natureza jurídica transitória vinculada à Presidência da República, cuja competência envolve a responsabilidade pela orientação acerca da adequação e aplicação da LGPD nacional, determinando as diretrizes do tratamento de dados no Brasil e podendo alterar o teor da referida lei, além de também ser responsável pela fiscalização dos tratamentos e aplicação das sanções e multas previstas na lei de proteção.

A transitoriedade da sua natureza jurídica se dá pelo fato de, após dois anos, poder ser transformada em autarquia, mediante proposta do Poder Executivo, nos termos do art. 55-A, §§ 1º e 2º, da LGPD. (BRASIL, 2018)

No mais, Pinheiro (2020, p. 48) ressalta o papel da ANPD, conforme segue:

A ANPD tem um papel fundamental como elo entre diversas partes interessadas que vão do titular ao ente privado e ao ente público, passando pela necessidade de alinhamento com demais autoridades reguladoras e fiscalizadoras, bem como os três poderes Executivo, Legislativo e Judiciário que deverão continuar a compreender a temática da dinâmica dos dados pessoais em um contexto não apenas nacional mas principalmente internacional para que o Brasil saiba se posicionar no mercado digital global.

Voltando à LGPD, Bernardo (2019) informa que tal diploma legal define os papéis, direitos e responsabilidades no tratamento dos dados pessoais de pessoas naturais, sendo que, dentre essas definições, encontra-se a de que dados pessoais são aqueles que permitem identificar a pessoa e que dados biométricos são dados pessoais considerados sensíveis. Esses dados guardam relação com o reconhecimento facial, eis que utilizados para identificação, ainda que não permitam a construção original e completa do rosto.

A fim de enfatizar os limites e permissões que constam da LGPD no que tange ao exercício do reconhecimento facial, extrai-se de Bernardo (2019) que:

[...] Naturalmente, resguardando o interesse público, a lei trata exceções aos seus dispositivos em casos especiais, como o da segurança pública. Principalmente as questões de consentimento, acesso aos dados e alterações têm tratamento diferenciado [...] A pessoa natural ou jurídica responsável pelas decisões de tratamento, denominado controlador pela lei, deve providenciar as medidas técnicas, administrativas e jurídicas para que estes direitos sejam exercidos. Além de ser responsável pela segurança dos dados e a prevenção dos riscos que possam ocorrer aos seus titulares em consequência de vazamentos ou uso ilegítimo.

Denota-se, assim, como sendo de fundamental importância que as empresas fornecedoras e mantenedoras de sistemas de reconhecimento facial, assim como as demais usuárias, conheçam os regramentos previstos na LGPD para que a ela se adaptem, especialmente porque dos vícios podem ser geradas sanções na ordem administrativa, cível e penal. Nas palavras de Bernardo (2019), “o nível de adequação aos requisitos da lei, com a aplicação das medidas de proteção cabíveis, e o grau de respeito aos direitos dos titulares com certeza são fatores de peso nesta decisão”.

Corroborando a ideia acima, Escovar (2020) afirma que “a LGPD tangencia a questão do reconhecimento facial, já que possui diversos dispositivos que podem ser aplicados, como o uso de dados biométricos e sensíveis e a aplicação em contextos de segurança pública, que é uma exceção”.

Estes dados, como foram resumidamente apresentados por Melani (2020), são quaisquer informações através das quais seja possível identificar direta ou indiretamente uma pessoa, ou ainda, no caso dos dados sensíveis, informações sobre pessoas incapazes ou dados que revelam origem racial ou étnica, convicções religiosas ou filosóficas, opiniões políticas, filiações sindicais, questões genéticas, biométricas, sobre saúde e vida sexual de uma pessoa.

Conforme também destacam Sato e Catão (2019), a LGPD estabelece regras para o tratamento destes dados considerados como pessoais, exigindo um tratamento diferenciado para aqueles considerados sensíveis e utilizados para fins de reconhecimento facial. Para análise das restrições previstas na lei, deve-se ressaltar novamente que os limites da norma não serão aplicáveis para fins exclusivos de segurança pública, atividades de investigação e repressão de infrações penais. Por outro lado, caso utilizada na formação de perfis de clientes e customização de ofertas e abordagens de vendedores, a LGPD deve ser aplicada plenamente.

Sobre o assunto, ambas as autoras supramencionadas realçam que:

[...] Pela lei, o tratamento de dados pessoais sensíveis somente poderá ocorrer quando o titular ou seu responsável legal consentir, de forma específica e destacada, para finalidades específicas; ou, sem tal consentimento, apenas se a finalidade for, por exemplo, para o exercício regular de direitos em processos judiciais e para a prevenção à fraude e à segurança do titular. Além de tal observação da base legal, mediante a obtenção do consentimento, o comerciante ainda deverá atender uma série de requisitos, como a adoção de técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de incidentes de segurança e a impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos. (SATO; CATÃO, 2019)

Dentre esses consentimentos e utilização de dados, Half (2019) apontam um dos manifestos objetivos da LGPD, pois, quando incorporada efetivamente no ordenamento jurídico nacional, tende a garantir uma maior transparência, principalmente na atuação

consumerista, em que consumidores gozariam de liberdade para optar em fornecer ou retirar seu consentimento para serviços específicos, como o próprio reconhecimento facial, não podendo ser constrangidos a fornecer informações pessoais caso discordem.

Consolidando esta ideia, Half (2019) sintetiza:

[...] A LGPD, então, busca dar mais transparência às regras do jogo, conferindo, em um contexto amplo, informações e controle sobre as informações de cunho privado que, invariavelmente, são utilizadas por fornecedores de produtos e serviços. Dentre essas mudanças estão: (1) o direito de acessar os seus dados; (2) o direito de saber se suas informações pessoais são transferidas ou divulgadas para terceiros; (3) a prerrogativa de requerer a correção de dados pessoais imprecisos e, mais importante, requisitar a eliminação de suas informações do banco de dados do fornecedor; (4) o direito de reclamar, seja perante o Judiciário ou ao órgão fiscalizatório competente, o uso indevido de seus dados; e (5) o direito de requerer a portabilidade de seus dados pessoais, como maneira de facilitar o exercício de suas prerrogativas.

Por fim, Sato e Catão (2019) enfatizam que, no momento, a coleta de consentimentos específicos com total transparência das finalidades do uso da tecnologia é a melhor forma de estabelecimentos comerciais afastarem as alegações de uso abusivo do reconhecimento facial. O que se busca não é a inviabilização do uso do reconhecimento facial, mas a criação de um ambiente em que sejam utilizadas ferramentas que minimizem os riscos de exposição dos titulares de dados pessoais e maximizem os benefícios da implementação da tecnologia.

Devidamente observada a relação do reconhecimento facial com as perspectivas e impactos gerados pela LGPD, passa-se à exposição das posições doutrinárias e jurisprudencial sobre referida tecnologia nos subitens seguintes.

4.3 RECONHECIMENTO FACIAL NA PERSPECTIVA DOUTRINÁRIA

Assim como será observado no subitem referente à perspectiva jurisprudencial, denota-se que a abordagem do reconhecimento facial no âmbito doutrinário ainda é demasiadamente escassa, seja porque os debates sobre o assunto ainda estão surgindo no território nacional, seja porque a primeira lei com abordagem direta sobre o tema sequer entrou completamente em vigor no ordenamento jurídico.

Entretanto, algumas definições, perspectivas e elucidações acerca da temática reconhecimento facial já podem ser encontradas.

Nesse contexto, o reconhecimento facial pode ser visto como “o processo pelo qual se mede o grau de similaridade entre duas imagens faciais com o propósito de identificar ou de verificar a sua identidade” (RECONHECIMENTO..., [s.d.], p. 17). Conforme assinala Pereira

Neto (2019, p. 1), o sistema de reconhecimento facial passou de mera ficção para um item de segurança, seja em softwares de análises, seja em aplicações móveis.

É possível diferenciar os termos reconhecimento facial e detecção facial, consoante destaca Pereira Neto (2019, p. 1):

Os termos detecção de rosto/facial e reconhecimento de rosto/facial tendem a ser mal utilizados, principalmente pelos meios de comunicação que muitas vezes não distinguem entre as duas ações. A realidade é que elas são diferentes, para o reconhecimento facial ocorrer, primeiro deve haver a detecção do rosto. Conforme a detecção das faces é o processo que o software de computador precisa percorrer para determinar se há realmente uma ou mais faces na imagem de uma foto ou vídeo [...] Portanto, detecção facial por si só não se lembra ou armazena imagem. A detecção de rostos pode ser capaz de pegar algumas informações demográficas, por exemplo, a idade ou o sexo da pessoa em cada imagem, mas não muito mais do que isso. O software de detecção facial por si só não é capaz de reconhecer indivíduos. Por outro lado, o reconhecimento de face é tudo sobre o estabelecimento de identidade. O objetivo do software de reconhecimento facial é fazer uma identificação positiva de um rosto em uma imagem de vídeo ou foto contra um banco de dados pré-existente de rostos [...] o software irá identificar as novas imagens com base em suas principais características e comparar com as informações armazenadas no banco de dados.

A fim de apresentar o tratamento que vem sendo dado ao reconhecimento facial, D'Urso (2020) salienta que novas tecnologias sempre são bem-vindas na busca de uma sociedade mais segura, em especial o reconhecimento facial, porém não se pode olvidar ou desprezar dos efeitos nocivos do desvirtuamento e da indevida utilização desse sistema, fato que certamente afrontaria o direito à privacidade das pessoas.

Nessa perspectiva, D'Urso (2020) esclarece que:

Como toda novidade, esta também enfrenta algumas dificuldades, a exemplo do erro de sistema, com a identificação equivocada de pessoas, o que reforça a necessidade de participação humana na identificação de criminosos. Outro aspecto é a questão do risco à privacidade, pois, se o sistema for alimentado com os rostos de todos os cidadãos, seria possível acompanhar o dia a dia de cada um, verificando os lugares que frequenta, por onde passou, e com quem esteve, violando fatalmente sua privacidade e podendo ser utilizado como ferramenta para perseguição.

Já Belanda (2018), foca nos avanços que a via do reconhecimento facial gerará nos meios contratuais, pois ao efetuar-se uma transação eletrônica utilizando esta tecnologia, mediante o aceite com as condições dispostas e a comprovada ciência do consumidor ou cliente, restará a relação contratual válida e vigente perante os envolvidos e a sociedade.

O próprio autor relaciona ainda a capacidade de expandir-se os usos do reconhecimento facial para além do âmbito contratual, conforme se nota:

Em outras palavras, tal tipo de checagem de dados ou contratação poderá ser utilizada nos mais diversos segmentos da economia e, em conjunto com outros dados de checagem para contratação (senhas, documentos pessoais, biometria e demais), teremos um sistema global e contratual seguro ao extremo. Outrossim e caso o consumidor tenha interesse em cancelar uma operação ou contratação (inclusive feita por equívoco) ante reconhecimento facial, poderá efetivar por diversos canais junto às empresas, seja no SAC [Serviço de Atendimento ao Consumidor] e canais de Ouvidoria da referida empresa, não havendo motivos para alegar falta de informação ou desconhecimento dos termos contratados. (BELANDA, 2018)

Acerca da aplicação do reconhecimento facial, Batista, Schinaid e Sousa (2017, p. 53) informam que estes softwares estão sendo cada dia mais presentes no cotidiano, citando sua utilização em aeroportos americanos ou por autoridades de segurança para encontrar suspeitos. Todavia, mesmo possuindo diversas aplicações, reputa-se como necessário ainda um desenvolvimento mais conciso.

Por fim, Belanda (2018) faz menção a uma possível necessidade de maior apreciação do tema pelos magistrados, eis que supostamente a operação via reconhecimento facial auxiliaria os próprios consumidores quanto à segurança do ato de contratação, diferente da esfera eletrônica, em que todas as movimentações deixam rastros ou pistas.

Realizada breve perspectiva doutrinária acerca do reconhecimento facial, trata-se a seguir da visão jurisprudencial sobre o assunto.

4.4 RECONHECIMENTO FACIAL NA PERSPECTIVA JURISPRUDENCIAL

Por óbvio que, tratando-se de tema recente tanto do ponto de vista normativo quanto prático, são raros os casos de fonte jurisprudencial em que se discuta de forma aprofundada acerca da utilização do reconhecimento facial e a sua eventual violação aos direitos à imagem e privacidade, bem como o respeito aos limites inerentes aos princípios da finalidade, disposto pela LGPD.

Além disso, a própria LGPD sequer entrou em vigor em sua totalidade no território nacional, e, partindo do pressuposto de que os julgamentos não podem fundamentar-se em uma lei ainda não vigente, tem-se que a discussão sobre a utilização do reconhecimento facial na perspectiva jurisprudencial brasileira ainda tende a crescer, na medida em que a LGPD entrar em vigor e for implementada massivamente nas práticas cotidianas.

Apesar disso, é possível encontrar, ainda que de forma isolada e embrionária, decisão em sede de primeiro grau fundamentada na LGPD, como a seguir se observa. Tais decisões muito em breve serão comuns, levando aos tribunais a criação da jurisprudência a respeito do

assunto, não apenas sobre reconhecimento facial, mas todos aqueles que envolvem a proteção de dados pessoais.

Nesse sentido, sobre o uso de reconhecimento facial no Brasil, observam-se os autos n. 1006616-14.2020.8.26.0053, por meio dos quais as Defensorias Públicas do Estado de São Paulo e da União, juntamente com o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), Intervenções – Coletivo Brasil de Comunicação Social e Artigo 19 Brasil, propuseram produção antecipada de prova contra a Companhia do Metropolitano de São Paulo, a fim de produzir provas acerca do banco de dados do sistema de monitoração eletrônica com reconhecimento facial objeto de processo de Licitação Pública Internacional (LPI) n. 10014557, envolvendo as linhas 1-Azul, 2-Verde e 3-Vermelha do metrô de São Paulo, distribuídas na 1ª Vara da Fazenda Pública da Comarca de São Paulo. (SÃO PAULO, 2020, p. 533)

Na oportunidade, os autores afirmam que existiria um notório potencial violador de direitos constitucionais pelos sistemas de reconhecimento facial, como o direito à privacidade e à autodeterminação informativa, ao passo que a produção de provas seria primordial para possível ajuizamento de futura ação. (SÃO PAULO, 2020, p. 533)

Ademais, além de pleitear a concessão de gratuidade de justiça, as partes requerentes fundamentaram seu pleito de procedência mediante a apresentação de 11 (onze) itens, indicando que as provas a serem produzidas antecipadamente seriam relativas à/ao:

(1) confiabilidade e eficiência do sistema de monitoração eletrônica objeto do processo de licitação; (2) análise de impacto de proteção de dados, contendo quais dados serão coletados e tratados, a finalidade desse tratamento, o período de retenção dos dados, o grau de risco, a existência de dados definidos como sensíveis pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e as ações de mitigação do risco envolvido; (3) análise do banco de dados já existente, contendo sua data de criação e forma de aquisição, as informações de usuários que compõem o banco de dados, o consentimento de dados para utilização das informações, forma e frequência de atualização do banco de dados e quem terá acesso aos dados pessoais coletados e quais os graus de privilégios de acesso; (4) forma de obtenção de consentimento de pais e responsáveis pelos dados pessoais de crianças e adolescentes; (5) forma de observância da anonimização e guarda de dados pessoais; (6) análise de impacto financeiro de eventuais falhas e vazamentos na atividade de monitoração eletrônica, considerando todos os usuários do metrô com potenciais afetados; (7) a governança do futuro banco de dados decorrentes da contratação, com detalhamento do controlador, critérios de segurança do armazenamento, usos, formas de acesso e mecanismos de controle social da sua utilização; (8) proposta de compartilhamento de dados com outras entidades estatais e/ou privadas e das hipóteses de tratamento antevistas, permitidas e almejadas; (9) atas de reunião de órgãos e gestão da Ré com aprovação das análises de impacto de proteção de dados e impacto financeiro do sistema de monitoração; (10) ato administrativo com motivação pública do procedimento licitatório, com indicação dos riscos, custos e eventuais benefícios da contratação; e (11) provisão orçamentária da Ré para arcar com eventuais danos decorrentes de falhas e vazamentos na atividade de monitoração pelos próximos 20 anos. (SÃO PAULO, 2020, p. 533-534)

Tais argumentos ganharam força, pois, em interpretação realizada com base no caso em tela, fora observado que:

[...] apesar de a LGPD excepcionar sua aplicação no curso de operações com dados pessoais tratados no âmbito da segurança pública, defesa nacional, segurança do Estado e de atividades de investigação e repressão de infrações penais, até o momento não haveria a indicação sobre quais informações de usuários serão captadas e usadas pela Companhia, ou ainda sobre como será resguardado o direito de imagem de crianças e adolescentes assegurados não apenas no Estatuto da Criança e do Adolescente, como também pela própria LGPD, que traz expressamente em seu texto a necessidade do consentimento expreso de um dos pais ou representante legal para sua utilização. (RECONHECIMENTO..., 2019)

Conforme menciona Rover (2020) acerca dos referidos autos, o objetivo central das instituições é saber como serão coletados e tratados os dados, e pelo fato de estarem plenamente justificáveis os requisitos para produção de provas, houve o seu deferimento parcial pela magistrada competente, Dra. Renata Barros Souto Maior Baião.

A fim de justificar o deferimento, a referida magistrada destacou que a produção antecipada de provas será admitida nos casos em que o prévio conhecimento dos fatos possa justificar ou evitar o ajuizamento de determinada ação, nos moldes do art. 381, III, do Código de Processo Civil. Nesse contexto, considerou que as informações e provas a serem produzidas no feito justificariam o ajuizamento da ação para posterior propositura de demanda, caso o conteúdo probatório assim permitisse. (SÃO PAULO, 2020, p. 534)

Outrossim, no que tange às demais razões que basearam a decisão, extrai-se do seguinte trecho da fundamentação presente na decisão:

Analisando os autos, verifica-se que as provas elencadas na petição inicial nos itens 1 ao 10 (fls 14/15) possuem o condão de justificar e instruir eventual demanda a ser ajuizada, conforme determina a legislação processualista e apresentado pela parte requerente. Ademais, as provas a serem produzidas possuem caráter público que, a princípio, referem-se a informações relativas a procedimento licitatório de interesse público, realizado pela Administração Pública, que inclusive estão abrangidas pelas disposições da Lei de Acesso à Informação (12.527/2011), comportando acolhimento o pedido de produção de provas. (SÃO PAULO, 2020, p. 534-535)

Como se nota da decisão, dentre todas as provas reputadas como necessárias pelos autores e apresentadas na inicial, apenas uma foi indeferida, qual seja, aquela relativa à provisão orçamentária da ré para arcar com eventuais danos na atividade de monitoração, eis que a sua existência, por si só, não justificaria a propositura de demanda futura. (SÃO PAULO, 2020, p. 534)

No que tange à parte dispositiva, infere-se como um dos principais comandos relacionados à temática deste trabalho aquele que consta do item “2”, eis que fundamentado expressamente na LGPD, conforme se observa:

Antes [*sic*] o exposto, DEFIRO em parte o pedido de produção antecipada de provas para que sejam apresentadas: [...] 2) prova documental sobre análise de impacto de proteção de dados, contendo quais dados serão coletados e tratados, a base legal para essa coleta (art. 7º, LGPD), a finalidade desse tratamento, análise à luz do princípio da minimização e da proporcionalidade, se há dentre os dados que serão coletados algum que seja definido como sensível pela LGPD, o período de retenção dos dados, o grau de risco e finalmente as ações para a mitigação do risco envolvido. Na sua ausência, prova documental com i) descrição do processo de tratamento de dados pessoais que podem gerar riscos aos titulares e que possam impor restrições não previstas em lei aos usuários de serviços públicos, conforme previsto na LGPD e decorrente do sistema normativo protetor dos consumidores e dos usuários de serviços públicos [...] ii) medidas e mecanismo voltados a mitigar os riscos identificados [...]. (SÃO PAULO, 2020, p. 535)

Não obstante, nos itens subsequentes da parte dispositiva, a magistrada ainda determinou a realização de prova documental sobre o já existente banco de dados a ser utilizado no sistema de monitoração eletrônica, contendo a data de sua criação, a forma de aquisição, se foi comprado ou emprestado, quais informações de usuários que compõem o sistema, a existência de consentimento dado pelos usuários, a forma e frequência de atualização dos dados e quais pessoas teriam acesso à coleta, assim como os graus de privilégios destes acessos. (SÃO PAULO, 2020, p. 535)

Especificamente no que toca à discussão sobre o uso do reconhecimento facial, foi listada ainda pela magistrada a necessidade de comprovar-se, por documentos administrativos oriundos da companhia de transporte, quais seriam os impactos da proteção de dados e do sistema de monitoração eletrônica, assim como deveriam ser apresentadas provas acerca do compartilhamento da base de dados com outras entidades sobre o futuro do banco de dados extraído, incluindo o detalhamento sobre seu controlador, critérios de segurança do armazenamento, usos, formas de acesso e mecanismos de controle social com base legal nas finalidades indicadas. (SÃO PAULO, 2020, p. 536)

Tais comandos podem ser observados na íntegra dos itens a seguir colacionados:

[...] 4) Prova documental sobre como o Metrô obterá consentimento de pais ou responsáveis para obtenção, guarda e uso de dados pessoais de crianças e adolescentes, nos termos do Estatuto da Criança e do Adolescente; 5) Prova documental sobre como será observada a anonimização e a guarda dos dados pessoais; 6) Prova documental sobre análise de impacto financeiro de eventuais falhas e vazamentos na atividade de monitoração eletrônica, considerando como potencialmente afetados todos os usuários do metrô; 7) Prova documental sobre a governança do futuro banco de dados decorrente desta contratação, incluindo

detalhamento de seu controlador, critérios de segurança do armazenamento, usos, formas de acesso e mecanismos de controle social da sua utilização com fundamento e base legal nas finalidades indicadas; 8) Prova documental da proposta de compartilhamento da base de dados com outras entidades estatais e/ou privadas e das hipóteses de tratamento antevistas, permitidas e almejadas [...] 9) Atas de reunião dos órgãos e gestão da Ré aprovando as análises de impacto de proteção de dados e de impacto financeiro do sistema de monitoração eletrônica [...] 10) Prova documental do ato administrativo que elucide a motivação pública do procedimento licitatório em questão, sendo considerados os riscos, custos e eventuais benefícios da contratação pretendida. (SÃO PAULO, 2020, p. 536)

Por fim, a magistrada, Dra. Renata Barros Souto Maior Baião, estabeleceu o prazo de trinta dias úteis para a juntada da documentação solicitada, eis que, segundo a juíza, “tal documentação muito provavelmente já deve constar dos procedimentos que antecederam a própria concepção da ideia e a contratação da empresa, bem como o caráter público da atividade e a coletividade atingida, além da vastidão de seu conteúdo”. (SÃO PAULO, 2020, p. 536)

Deve-se salientar que o ajuizamento de demandas em face do metrô de São Paulo sobre assuntos desta natureza não é novidade, eis que no ano de 2018, a empresa Via Quatro foi obrigada liminarmente a descontinuar um projeto de reconhecimento facial que envolvia a coleta de dados de imagem de passageiros, como relatado em “Reconhecimento Facial é Questionado em Juízo” (RECONHECIMENTO..., 2020). Naquele momento a decisão judicial foi cumprida e o processo encontra-se na fase de produção de provas, devendo-se destacar o argumento de defesa levantado pela companhia de transporte, onde sustentou que a tecnologia empregada à época não se relacionava com o reconhecimento facial, mas apenas à detecção de rostos classificáveis.

Infere-se, portanto, que a jurisprudência nacional ainda é rasa sobre os assuntos inerentes ao reconhecimento facial, especialmente se este vem a ferir ou não os direitos à imagem e à privacidade das pessoas, ou ainda se sua utilização acompanha os ditames do princípio da finalidade presente da LGPD. Entretanto, o andamento dos próprios autos de produção de provas em desfavor da Companhia Metropolitana de São Paulo e o possível ajuizamento de posteriores ações, cotejadas com as experiências de países no exterior, e em especial a vigência da totalidade da LGPD, certamente servirão como base para um posicionamento mais firme e confiável acerca da viabilidade desta implementação tecnológica.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho de conclusão de curso buscou analisar o elo entre o reconhecimento facial e as relações de consumo, principalmente no que tange à discussão sobre o uso da tecnologia em detrimento ou não da privacidade e imagem dos cidadãos. Outrossim, buscou-se ainda demonstrar possíveis formas sobre as quais o software de reconhecimento facial poderia ser implementado, bem como seus eventuais impactos.

Em relação aos pontos de pesquisa dispostos na introdução, basicamente foi realizada uma abordagem acerca dos retrospectos consumeristas e da LGPD, chegando-se, por fim, à temática central da pesquisa, realizando-se um apanhado das características inerentes ao reconhecimento facial e as posições essencialmente legais e doutrinárias acerca do assunto.

Tais análises serviram para auxiliar na resposta da indagação inicial desta pesquisa, qual seja, se o uso do reconhecimento facial nas relações de consumo fere ou não o direito à imagem e à privacidade das pessoas, em especial os consumidores, e como tal inovação será implementada no Brasil, eis que carece de legislação própria.

Sobre o que foi colhido, notou-se que o direito do consumidor visa a efetivar os direitos fundamentais da pessoa humana, e seus princípios são utilizados como valores morais, políticos e jurídicos destinados a inspirar e orientar os textos e leis, de forma a rever situações injustas e firmar compromissos éticos com seus envolvidos. Nesse meio, a LGPD, ainda que não vigente em sua totalidade, já demonstra sua real intenção, dispondo sobre o tratamento dos dados pessoais e emanando um intuito de preservação inerente à liberdade e à privacidade.

No que se refere à problemática proposta, extrai-se que eventual violação do direito à imagem ou à privacidade das pessoas mediante o uso do reconhecimento facial nas relações de consumo ainda é ainda tema escasso e com algumas especificidades. Isso porque, sendo a sua implementação realizada nos devidos moldes legais, que aos poucos vêm sendo apresentados pelos legisladores, aparentemente inexistem quaisquer visões negativas sobre sua prática. Porém, caso tal utilização eventualmente ceda lugar a uma prática com vícios, baseada em anseios nefastos e prejudiciais, estar-se-ia assim diante de um grave problema.

Para evitar que invasões de privacidade ou o desrespeito ao direito à imagem dos consumidores se tornem uma realidade, a própria LGPD foi sancionada para estabelecer limites e hipóteses em que estão permitidas a utilização de dados pessoais, incluindo aqui o reconhecimento facial.

Outrossim, os próprios resultados do processo analisado no item “4.4 reconhecimento facial na perspectiva jurisprudencial” poderão servir para análise da sua eficácia, eis que a

produção antecipada de provas demonstra-se como um meio hábil para verificar a viabilidade desta prática inovadora de reconhecimento facial, bem como se haveria realmente uma violação ou não da privacidade e imagem dos usuários e consumidores.

Deve-se ter ciência, no mais, que apenas na prática e com a vigência da LGPD poder-se-á extrair uma conclusão mais eficaz sobre a utilização de tecnologias como o reconhecimento facial, bem como se o seu uso será frutífero ou prejudicial.

Todavia, numa perspectiva geral dos resultados até então obtidos com a pesquisa, é possível notar que o uso do reconhecimento facial, quando feito nos moldes legais e sem vícios, tende a tornar a aceitabilidade de sua prática ainda maior pelos clientes, uma vez que irá possivelmente possibilitar uma maior segurança nos ambientes de compra, especialmente porque o seu uso tende a evitar grande parte das burocracias existentes nas relações comerciais e levaria a uma alta adaptabilidade para o tratamento entre consumidores e vendedores.

Nesse meio, a fim de minimizar eventuais riscos da atividade, poder-se-ia utilizar de instrumentos destinados ao controle do uso de mecanismos tecnológicos, como a eventual implantação de processos detalhados sobre a avaliação e mitigação dos riscos, a fim de responsabilizar aqueles que controlarem o uso destas tecnologias de coleta e tratamento de dados de forma incorreta. Entretanto, tal implantação revela-se como uma mera sugestão, sem maiores especificações pelas normas atualmente, bem como ainda é cedo para confirmar se o uso do reconhecimento facial nas relações de consumo seria abusivo, especialmente por se tratar de uma prática recente e que carece de regulamentação robusta.

Tecnologias como o reconhecimento facial, portanto, demonstram-se como extremamente úteis caso utilizadas em observância aos requisitos e permissões legais, e quando utilizadas para fins de interesse duvidosos, devem ser combatidas imediatamente, mediante o uso de todos os meios cabíveis.

Sendo assim, o uso do reconhecimento facial nas relações de consumo deve ser moderado e na medida correta, observados os direitos fundamentais e, principalmente, respeitadas a imagem e a privacidade das pessoas, já que a sua mera utilização aparentemente não tende a violar tais princípios e direitos.

Espera-se que este trabalho de conclusão de curso possa ter contribuído para compreensão de um assunto que se apresenta como extremamente recente no meio acadêmico e no cenário nacional. Por fim, resta oportuno mencionar que o intuito da pesquisa logrou êxito, vez que, diante dos resultados obtidos, foi possível observar-se a relação entre a utilização do reconhecimento facial com as relações de consumo e com o direito das pessoas, em especial

sua imagem e privacidade, bem como o nível das regulamentações nacionais, com foco no teor da LGPD, conforme a proposta estabelecida.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, João Batista. **A Proteção Jurídica ao Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1993.
- ALVAREZ, Felipe Oliveira Castro Rodriguez. Privacidade e direito à imagem: Súmula 403 do STJ e o panorama da internet. **Revista Jus Navigandi**, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 22, n. 5288, 23 dez. 2017. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/61985>. Acesso em: 4 jul. 2020.
- AMARAL, Luiz Otávio de Oliveira. **Teoria Geral do Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.
- ANDRADE, Geraldo. **Direito à privacidade: intimidade, vida privada e imagem**. 2015. Disponível em: <https://quentasol.jusbrasil.com.br/artigos/214374415/direito-a-privacidade-intimidade-vida-privada-e-imagem#:~:text=A%20Constitui%C3%A7%C3%A3o%20Federal%20no%20art,moral%20de%20corrente%20de%20sua%20viola%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 04 jul. 2020.
- ANDRION, Roseli. **Reconhecimento facial: o que se pode esperar dele?** 2019. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/noticia/reconhecimento-facial-o-que-se-pode-esperar-dele/84009>. Acesso em: 03 jul. 2020.
- ANJOS, Lucas Souza dos. **A lei geral de proteção de dados pessoais: um novo desafio para o varejo**. 2020. Disponível em: https://www.migalhas.com.br/arquivos/2020/1/46525417897C00_Aleigeraldeprotecaodedado spess.pdf. Acesso em: 15 maio 2020.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MARKETING DIRETO. **Teoria de reconhecimento facial pode mudar o marketing**. 2020. Disponível em: <https://abemd.org.br/noticias/tecnologia-de-reconhecimento-facial-pode-mudar-o-marketing>. Acesso em: 05 jul. 2020.
- BARROS, Laura. **Direito de imagem: entenda o que a lei fala e a sua aplicação**. 2018. Disponível em: <http://www.lumosjuridico.com.br/2018/05/10/direito-de-imagem-entenda-o-que-a-lei-fala-e-a-sua-aplicacao/>. Acesso em: 28 abr. 2020.
- BATISTA, Gabriel de Almeida; SCHINAID, Anderson Alves; SOUSA, Washington. **Sistema de identificação e autenticação biométrica: reconhecimento facial**. 2017. Disponível em: https://www.academia.edu/35345642/Sistema_de_Identificacao_e_Autenticacao_Biometrica_-_Reconhecimento_Facial. Acesso em: 30 jun. 2020.
- BELANDA, Douglas. **Pacto contratual via reconhecimento facial**. 2018. Disponível em: <https://www.conteudojuridico.com.br/consulta/artigos/52266/pacto-contratual-via-reconhecimento-facial>. Acesso em: 30 jun. 2020.
- BERNARDO, Carlos Alberto Iglesia. **O reconhecimento facial e a LGPD**. 2019. Disponível em: <https://vanzolini.org.br/weblog/2019/06/25/o-reconhecimento-facial-e-lgpd/>. Acesso em: 30 jun. 2020.

BEZERRA, André Luís Martins. **A Lei 13.709/18 e os novos desafios da proteção de dados pessoais e identidade**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Direito) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/36323/1/TCC%20-%20A%20lei%2013.70918%20e%20os%20Novos%20Desafios%20da%20Prote%C3%A7%C3%A3o%20de%20Dados%20Pessoais%20e%20Identidade%20-%20ver1.0-con2.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2020.

BIERWAGEN, Mônica Yoshizato. **Princípios e regras de interpretação dos contratos no novo código civil**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

BLUM, Renato Opice. **A importância da adaptação à LGPD**. 2019. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2019/11/22/importancia-adaptacao-lgpd/https://cryptoid.com.br/protacao-de-dados/lgpd-impactos-atuais-de-uma-lei-ainda-nao-vigente/>. Acesso em: 15 jun. 2020.

BONATTO, Cláudio. **Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor: principiologia, conceitos, contratos**. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

BOLZAN DE ALMEIDA, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 7. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019. E-book.

BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Manual de direito do consumidor: à luz da jurisprudência do STJ**. 6. ed. rev., ampl. e atual. Salvador: Juspodivm, 2011.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 maio 2020.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm. Acesso em: 02 jun. 2020.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Código Civil**. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm. Acesso em: 28 jun. 2020.

CARVALHO, Luis Gustavo Grandinetti Castanho de. A informação como bem de consumo. **Revista Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor**, v. 41, jan./mar. 2002.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2014. *E-book*. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

CLEMENTE, Rachel Ellmann. **LGPD: impactos atuais de uma lei ainda não vigente**. 2019. Disponível em: <https://cryptoid.com.br/protacao-de-dados/lgpd-impactos-atuais-de-uma-lei-ainda-nao-vigente/>. Acesso em: 30 jun. 2020.

COELHO, Lillian. **Quais oportunidades a LGPD traz para os advogados?** 2019. Disponível em:

<https://www.aurum.com.br/blog/lgpd/#:~:text=No%20Brasil%2C%20a%20LGPD%20foi,aprovado%20em%20abril%20de%202016.&text=E%20foi%20ent%C3%A3o%20que%20o,correu%20para%20aprovar%20sua%20LGPD>. Acesso em: 02 jul. 2020.

CONJUR. Consultor Jurídico. **Câmara aprova novo texto de PL sobre medidas emergenciais para epidemia**. 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-mai-14/camara-aprova-texto-pl-regras-emergenciais-crise#:~:text=C%C3%A2mara%20aprova%20novo%20texto%20de%20PL%20sobre%20medidas%20emergenciais%20para%20epidemia&text=O%20plen%C3%A1rio%20da%20C%3%A2mara%20dos,de%20Covid%2D19%20no%20Brasil>. Acesso em: 04 jul. 2020.

COPPIN, Ben. **Inteligência artificial**. Rio de Janeiro: LCT, 2010.

COTS, Márcio; OLIVEIRA, Ricardo. **Lei Geral de Proteção de Dados Comentada**. 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, 2019. *E-book*.

D'URSO, Luiz Flávio Filizzola. **“Reconhecimento facial: o futuro chegou”**. 2020. Disponível em: http://www.editoramagister.com/doutrina_27794490_RECONHECIMENTO_FACIAL_O_FUTURO_CHEGOU.aspx. Acesso em: 03 jul. 2020.

EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do direito das relações de consumo**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004.

ESCOVAR, João Victor. **Especialista comenta polêmica do reconhecimento facial**. 2020. Disponível em: <https://www.oconsumerista.com.br/2020/07/privacidade-especialista-comenta-polemica-do-reconhecimento-facial/>. Acesso em: 05 jul. 2020.

FEIGELSON, Bruno; SIQUEIRA, Antonio Henrique Albani (Coords.). **Comentários à Lei Geral de Proteção de Dados: Lei 13.709/2018**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 1. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

FRAZÃO, Ana. **Nova LGPD: principais repercussões para a atividade empresarial**. 2018. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/nova-lgpd-principais-repercussoes-para-a-atividade-empresarial-29082018>. Acesso em: 15 jun. 2020.

GAMA, Hélio Zaghetto. **Curso de direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência**. 4. ed. Niterói: Impetus, 2008.

GIANCOLI, Brunno Pandori; ARAUJO JÚNIOR, Marco Antônio. **Direito do consumidor: difusos e coletivos**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

GRINOVER, Ada Pellegrini. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* **Teoria geral do processo**. 12. ed. São Paulo: Malheiros, 1996.

GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 9. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

GUGLINSKI, Vitor Vilela. **Princípios norteadores do direito do consumidor**. 2012. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-104/principios-norteadores-do-direito-do-consumidor/>. Acesso em: 20 maio 2020.

HALF, Robert. **O que muda para o consumidor com a LGPD?** 2019. Disponível em: <https://itforum365.com.br/colunas/o-que-muda-para-o-consumidor-com-a-lgpd/>. Acesso em: 30 jun. 2020.

HIRONAKA, Giselda Maria Fernandes Novaes. Tendências do direito civil no século XXI. *In*: FIUZA, César Augusto de Castro; SÁ, Maria de Fátima Freire de; NAVES, Bruno Torquato de Oliveira (Coord.). *Direito civil: atualidades*. Belo Horizonte: Del Rey, 2003. p. 93-114.

LEME, Fábio Ferraz de Arruda. **O direito de imagem e suas limitações**. 2012. Disponível em: <https://por-leitores.jusbrasil.com.br/noticias/2995368/o-direito-de-imagem-e-suas-limitacoes>. Acesso em: 22 jun. 2020.

LIMA, Lindamaria. **Os 10 princípios para tratamento de dados da LGPD**. 2020. Disponível em: https://triplait.com/principios-para-tratamento-de-dados-da-lgpd/?__cf_chl_jschl_tk__=f8e05169462d448c476f32f01a14d69a29b12ff3-1594089000-0-AeZ-t13JpD8BVb-ysAPWdyWjguFfYDA-cX1c6egm6xtu3p25NVioIn0kHz8p572qjEITFjrf9uhiU6FdhCpy4qOIUuaR3B6OLfMV2WgLpXtkN6krdZKbn_MStuSvAarlbHrFtRqA5lc3Rv3LKVokwT0p1zGIsz2CxxVWOS34dax0SJIs2MB-TyblSNf_iH5cTe9Rg-dln8uvs2IVfmrqUY7i5k7uvbpy6ycjsOIJNPC7P5NK-zMdrhZYj3yAn5rVav6_785ggZONMHNZFk1hCGEg8lcoIk2us3OL5_2tYKq4-pBSTTNpSVBeWMpZNjnPkPbkAWfzyPnxpop5UeSoTio. Acesso em: 30 jun. 2020.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. **Teoria geral das obrigações**. São Paulo: Saraiva, 2005.

LOPES, Marcelo Frullani. **A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e o direito de imagem**. 2019. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/a-lei-geral-de-protecao-de-dados-pessoais-e-o-direito-de-imagem-17082019>. Acesso em: 24 jun. 2020.

MACHADO, Victor. **LGPD e o término do tratamento dos dados**. 2019. Disponível em: <https://www.victormachadoadv.com/news/2019/9/9/lgpd-e-o-trmino-do-tratamento-dos-dados>. Acesso em: 22 jun. 2020.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 2. ed. ver., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006.

MARTINS-COSTA, Judith. **A boa-fé no direito privado: sistema e tópica no processo obrigacional**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

MELANI, Rafaella. **Como funciona a LGPD e quais os impactos da nova lei para a sua empresa?** 2020. Disponível em: <https://acessodigital.com/acessobio/blog/como-funciona-lgpd/>. Acesso em: 28 jun. 2020.

MENDES, Laura Schertel. **Transparência e privacidade: violação e proteção da informação pessoal na sociedade de consumo**. 2008. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

NERY JUNIOR, Nelson. **Código de Defesa do Consumidor comentado**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

NORONHA, Fernando. **O direito dos contratos e seus princípios fundamentais: autonomia privada, boa-fé e justiça contratual**. São Paulo: Saraiva, 1994.

NOVO, Benigno Núñez. **O direito de imagem**. 2019. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/75081/o-direito-de-imagem>. Acesso em: 20 jun. 2020.

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 10. ed. rev. e atual. 3ª tiragem. São Paulo: Saraiva, 2016.

OLIVEIRA, Ana Paula; ZANETTI, Dânton; LIMA, Flávio Santos; SAMPAIO, Themis Ortega. A Lei Geral de Proteção de Dados brasileira na prática empresarial. **Revista Jurídica da Escola Superior de Advocacia da OAB-PR**, ano 4, n. 1, maio 2019. Disponível em: <http://revistajuridica.esa.oabpr.org.br/wp-content/uploads/2019/05/revista-esa-cap-08.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2020.

OS FATOS sobre a tecnologia de reconhecimento facial com inteligência artificial. **AWS**. 2019. Disponível em: <https://aws.amazon.com/pt/rekognition/the-facts-on-facial-recognition-with-artificial-intelligence/>. Acesso em: 05 jul. 2020.

PEIXOTO, Fabiano Hartmann; SILVA, Roberta Zumblick Martins da. **Inteligência artificial e direito**. Curitiba: Alteridade, 2019.

PEREIRA NETO, W. Braz. **Introdução Detecção Facial Reconhecimento Facial**. 2019. Disponível em: https://www.academia.edu/39317390/Introdu%C3%A7%C3%A3o_Detec%C3%A7%C3%A3o_o_Facial_e_Reconhecimento_Facial. Acesso em: 03 jul. 2020.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Proteção de dados pessoais: comentários à Lei n. 13.709/2018**. 2. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. *E-book*. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Proteção de dados pessoais: comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD)**. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. *E-book*.

PONTICELLI, Murilo Meneghel. **O direito fundamental à privacidade no âmbito da rede mundial de computadores com o advento da Lei Geral de Proteção de Dados**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Direito) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2018.

RECONHECIMENTO facial e mapa de calor: como eles impactam a sua loja. **Cake**. 2019. Disponível em: <https://cakeerp.com/blog/reconhecimento-facial/>. Acesso em: 04 jul. 2020.

RECONHECIMENTO facial do consumidor já é uma realidade. **Apas Show**. 2016. Disponível em: <https://apasshow.com.br/blog/index.php/2016/06/27/reconhecimento-facial-do-consumidor-ja-e-uma-realidade/>. Acesso em: 05 jul. 2020.

RECONHECIMENTO facial. [s.d.] Disponível em: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/24340/24340_3.PDF. Acesso em: 02 jul. 2020.

RECONHECIMENTO facial é questionado em juízo. **Tozzini Freire Advogados**. 2020. Disponível em: <https://tozzinifreire.com.br/boletins/reconhecimento-facial-e-questionado-em-juizo>. Acesso em: 03 jul. 2020.

RESENDE, Ubiratan. **Reconhecimento facial**: como aprimorar o atendimento ao cliente. 2019. Disponível em: <https://www.proxxima.com.br/home/proxxima/how-to/2019/07/05/reconhecimento-facial-como-aprimorar-o-atendimento-ao-cliente.html>. Acesso em: 05 jul. 2020.

ROCHA, José Albuquerque. **Teoria Geral do Processo**. 5. ed. São Paulo: Malheiros, 2001.

ROSEVALD, Nelson. **Dignidade humana e boa-fé no código civil**. São Paulo: Saraiva, 2005.

ROVER, Tadeu. **Metrô de SP tem 30 dias para apresentar documentos sobre reconhecimento facial**. 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-fev-13/metro-sp-apresentar-documentos-reconhecimento-facial#:~:text=Metr%C3%B4%20de%20SP%20tem%2030%20dias%20para%20apresentar%20documentos%20sobre%20reconhecimento%20facial&text=O%20Metr%C3%B4%20de%20SP%20de%20Paulo,de%20c%C3%A2meras%20com%20reconhecimento%20facial>. Acesso em: 02 jul. 2020.

SAAD, Eduardo Gabriel. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**: Lei n 8.078, de 11.9.90. São Paulo: LTr. 1998.

SAAD, Eduardo Gabriel; SAAD, José Eduardo Duarte; BRANCO, Ana Maria Saad C. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**. 6. ed. rev. e ampl. São Paulo: LTr, 2006.

SANTIN, Altair Olivo. **Os desafios e impactos da lei geral de proteção de dados**. 2019. Disponível em: <https://www.anoreg.org.br/site/2019/10/14/artigo-os-desafios-e-impactos-da-lei-geral-de-protecao-de-dados-por-altair-olivo-santin/>. Acesso em: 20 maio 2020.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. **Autos de Produção Antecipada de Provas n. 1006616-14.2020.8.26.0053**. Juíza de Direito: Dra. Renata Barros Souto Maior Baiao. 1º Vara da Fazenda Pública. Foro Central. São Paulo, SP, 12 de fevereiro de 2020. Disponível em: https://esaj.tjsp.jus.br/cpopg/show.do?processo.codigo=1H000GYSV0000&processo.foro=53&processo.numero=1006616-14.2020.8.26.0053&uuidCaptcha=sajcaptcha_35b43ac20cc44b8db0c6601614e08046. Acesso em: 04 jul. 2020.

SATO, Luzia; CATÃO, Fernanda. **Novas regras exigem cuidados no uso do reconhecimento facial em estabelecimentos comerciais**. 2019. Disponível em: <https://cryptoid.com.br/biometria-2/novas-regras-exigem-cuidados-no-uso-do-reconhecimento-facial-em-estabelecimentos-comerciais/>. Acesso em: 02 jul. 2020.

SILVA, Fabrício Machado da; LENZ, Maikon Lucian; FREITAS, Pedro Henrique Chagas; BISPO, Sidney Cerqueira. **Inteligência artificial**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Código de Defesa do Consumidor anotado e legislação complementar**. 6. ed. revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2008.

SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Código de defesa do consumidor anotado e legislação complementar**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2003. E-book.

SILVA, Michel César. **O direito do consumidor nas relações de consumo virtuais**. 2012. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/496589/000952705.pdf?sequence=1>. Acesso em: 20 maio 2020.

SILVA, Victor Hugo. **Projeto de lei obriga lojas a avisarem sobre uso de reconhecimento facial**. 2019. Disponível em: <https://tecnoblog.net/304023/projeto-lei-obriga-lojas-informarem-uso-reconhecimento-facial/>. Acesso em: 04 jul. 2020.

SOUZA, Sylvio Capanema. Princípios do Direito do Consumidor. In: SOUZA, Sylvio Capanema; WERNER, José Guilherme Vasi; NEVES, Thiago Ferreira Cardoso. **Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2018. p. 12-21. *E-book*. Acesso restrito via Minha Biblioteca

TARTUCE, Flávio. **Função social dos contratos: do código de defesa do consumidor ao código civil de 2002**. 2. ed. rev. atual. São Paulo: Método, 2007.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor: direito material e processual**. 8. ed. ver., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2019.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Direitos do consumidor: a busca de um ponto de equilíbrio entre as garantias do Código de Defesa do Consumidor e os princípios gerais do Direito Civil e do Direito Processual Civil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

TUMELERO, Thays. **Vigência da LGPD e a insegurança jurídica**. 2020. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/vigencia-da-lgpd-e-a-inseguranca-juridica>. Acesso em: 30 jun. 2020.

VIDOR, Daniel Martins. **Conheça a origem da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)**. 2019. Disponível em: <https://www.plugar.com.br/conheca-a-origem-da-lei-geral-de-protecao-de-dados-lgpd/>. Acesso em: 29 jun. 2020.

VAINZOF, Rony; FREIRE, Luciana Nunes; OLIVEIRA, Caio. **Lei geral de proteção**. 2019. Disponível em: <https://www.fiesp.com.br/indices-pesquisas-e-publicacoes/lei-geral-de-protecao/>. Acesso em: 03 jul. 2020.

WAMBIER, Luiz Rodrigues *et al.* **Curso Avançado de Processo Civil**. 3. ed. São Paulo: Malheiros, 2001.

XAVIER, Rafael Alencar. **Direitos do fornecedor: equilíbrio na relação de consumo**. 2005. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-23/direitos-do-fornecedor-equilibrio-na-relacao-de-consumo/>. Acesso em: 18 maio 2020.

Z AidAN, Paula. **Proteção de dados impacta no uso de reconhecimento facial**. 2019. Disponível em: <http://www.securityreport.com.br/destaques/protecao-de-dados-impacta-no-uso-de-reconhecimento-facial/#.XtD7Z2hKjIU>. Acesso em: 24 jun. 2020.

ANEXO

ANEXO A – Decisão monocrática proferida nos autos nº 1006616-14.2020.8.26.0053

fls. 533



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

COMARCA DE SÃO PAULO

FORO CENTRAL - FAZENDA PÚBLICA/ACIDENTES

1ª VARA DE FAZENDA PÚBLICA

Viaduto Dona Paulina, 80 - 5º andar, 5º andar, Centro - CEP 01501-908,

Fone: 3242-2333r2005, São Paulo-SP - E-mail: sp1faz@tjsp.jus.br

Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min

DECISÃO

Processo Digital nº: 1006616-14.2020.8.26.0053
 Classe - Assunto: Produção Antecipada da Prova - Provas em geral
 Requerente: Defensoria Pública do Estado de São Paulo e outros
 Requerido: COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO - METRÔ

Juiz(a) de Direito: Dr(a). **RENATA BARROS SOUTO MAIOR BAIÃO**

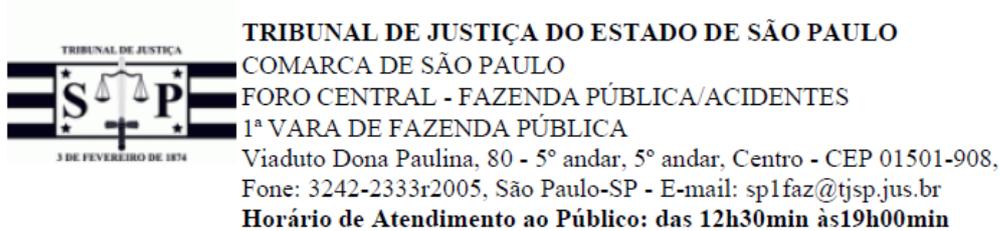
Vistos.

1) Defiro o benefício da justiça gratuita à parte requerente. **Anote-se.**

2) Trata-se de produção antecipada de provas ajuizada por DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DE SÃO PAULO, DEFENSORIA PÚBLICA DA UNIÃO, IDEC – INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, INTERVOZES – COLETIVO BRASIL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL e ARTIGO 19 BRASIL em face de COMPANHIA METROPOLITANO DE SÃO PAULO, com objetivo de produzir provas acerca do banco de dados do sistema de monitoração eletrônica com reconhecimento facial objeto de processo de licitação LPI nº 10014557, envolvendo as linhas 1-Azul, 2-Verde e 3-Vermelha do metrô de São Paulo.

Afirmam a existência de notório potencial violador de direitos constitucionais pelos sistemas de reconhecimento facial, como direito à privacidade e à autodeterminação informativa, bem como sustentam que as provas produzidas poderão, após o conhecimento dos fatos, justificar o ajuizamento de ação.

Requerem a concessão de gratuidade de justiça e a procedência do pedido de produção antecipada das provas (1 ao 11 – fls. 14/15) relativas à/ao: (1) confiabilidade e eficiência do sistema de monitoração eletrônica objeto do processo de licitação; (2) análise de impacto de proteção de dados, contendo quais dados serão coletados e tratados, a finalidade desse tratamento, o período de retenção dos dados, o grau de risco, a existência de dados definidos como sensíveis pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e as ações de mitigação do risco envolvido; (3) análise do banco de dados já existente, contendo sua data criação e forma de aquisição, as informações de usuários que compõem o banco de dados, o consentimento dados para utilização das informações, forma e frequência de atualização do banco de dados e quem terá acesso aos dados pessoais coletados e quais os graus de privilégios de acesso; (4) forma de obtenção de



consentimento de pais e responsáveis pelos dados pessoais de crianças e adolescentes; (5) forma de observância da anonimização e guarda de dados pessoais; (6) análise de impacto financeiro de eventuais falhas e vazamentos na atividade de monitoração eletrônica, considerando todos os usuário do metrô como potenciais afetados; (7) a governança do futuro banco de dados decorrentes da contratação, com detalhamento do controlador, critérios de segurança do armazenamento, usos, formas de acesso e mecanismos de controle social da sua utilização; (8) proposta de compartilhamento de dados com outras entidades estatais e/ou privadas e das hipóteses de tratamento antevistas, permitidas e almejadas; (9) atas de reunião de órgãos e gestão da Ré com aprovação das análises de impacto de proteção de dados e impacto financeiro do sistema de monitoração; (10) ato administrativo com motivação pública do procedimento licitatório, com indicação dos riscos, custos e eventuais benefícios da contratação; e (11) provisão orçamentária da ré para arcar com eventuais danos decorrentes de falhas e vazamentos na atividade de monitoração pelos próximos 20 anos.

Fundamento e decido.

O artigo 381, inciso III do Código de Processo Civil prevê que a produção antecipada de provas será admitida no caso em que *"o prévio conhecimento dos fatos possa justificar ou evitar o ajuizamento de ação."*

Em tal contexto, verifica-se que as informações e provas a serem produzidas justificam o ajuizamento da presente ação para posterior propositura de demanda, a depender do conteúdo probatório produzido e do interesse da parte demandante.

Além disso, a parte requerente apresentou as razões que justificam a necessidade de antecipação da prova e mencionou os fatos sobre os quais a prova há de recair, cumprindo as determinações do artigo 382 do Código de Processo Civil.

Tendo em conta o fato de o processo ser de jurisdição voluntária e da impossibilidade de apresentação de defesa ou recurso pela parte requerida – que é citada apenas para acompanhar o procedimento com objetivo de conferir eficácia da prova, passa-se à apreciação das razões apresentadas para justificar a necessidade de antecipação da prova e, em consequência, o deferimento ou não da produção das provas.

Analisando os autos, verifica-se que as provas elencadas na petição inicial nos itens 1 ao 10 (fls. 14/15) possuem o condão de justificar e instruir eventual demanda a ser ajuizada, conforme determina a legislação processualista e apresentado pela parte requerente.

Ademais, as provas a serem produzidas possuem caráter público que, a princípio,



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

COMARCA DE SÃO PAULO

FORO CENTRAL - FAZENDA PÚBLICA/ACIDENTES

1ª VARA DE FAZENDA PÚBLICA

Viaduto Dona Paulina, 80 - 5º andar, 5º andar, Centro - CEP 01501-908,

Fone: 3242-2333r2005, São Paulo-SP - E-mail: sp1faz@tjssp.jus.br

Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min

referem-se a informações relativas a procedimento licitatório de interesse público, realizado pela Administração Pública, que inclusive estão abrangidas pelas disposições da Lei de Acesso à Informação (Lei 12.527/2011), comportando acolhimento o pedido de produção de provas.

Por outro lado, a prova elencada no item 11 (fl. 15), relativa a provisão orçamentária da ré para arcar com eventuais danos decorrentes de falhas e vazamentos na atividade de monitoração, não cumpria o requisito previsto nos artigos supracitados para justificar a eventual propositura de demanda futura, não havendo, ao menos por enquanto, fundamento para deferimento do pedido.

Antes o exposto, DEFIRO em parte o pedido de produção antecipada de provas para que sejam apresentadas:

1) Prova documental de confiabilidade e eficiência do sistema de monitoração eletrônica objeto do processo de licitação LPI nº 10014557, tendo em vista a pretensão de sua aplicação sobre todos os usuários do Metrô;

2) Prova documental sobre análise de impacto de proteção de dados, contendo quais dados serão coletados e tratados, a base legal para essa coleta (art. 7º, LGPD), a finalidade desse tratamento, análise à luz do princípio da minimização e da proporcionalidade, se há dentre os dados que serão coletados algum que seja definido como sensível pela LGPD, o período de retenção dos dados, o grau de risco e finalmente as ações para a mitigação do risco envolvido. Na sua ausência, prova documental com i) descrição do processo de tratamento de dados pessoais que podem gerar riscos aos titulares e que possam impor restrições não previstas em lei aos usuários de serviços públicos, conforme previsto na LGPD e decorrente do sistema normativo protetor dos consumidores e dos usuários de serviços públicos (art. 6º, I e III, do CDC; Art. 5º, inc. IV, CDUSP; art. 7º, V, da Lei Estadual 10.294/1999; ii) medidas e mecanismos voltados a mitigar os riscos identificados;

3) Prova documental sobre o já existente banco de dados a ser utilizado no sistema de monitoração eletrônica, contendo: i) a data de criação do banco de dados; ii) a forma de aquisição do banco de dados (se foi criação própria, comprado, emprestado); iii) quais informações de usuários do metrô compõem esse banco de dados; iv) qual consentimento foi dado, pelos usuários, para uso de suas informações; v) a forma e frequência de atualização de referido banco de dados; vi) quem terá acesso aos dados pessoais coletados e quais serão os graus de privilégios de acesso;



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

COMARCA DE SÃO PAULO

FORO CENTRAL - FAZENDA PÚBLICA/ACIDENTES

1ª VARA DE FAZENDA PÚBLICA

Viaduto Dona Paulina, 80 - 5º andar, 5º andar, Centro - CEP 01501-908,

Fone: 3242-2333r2005, São Paulo-SP - E-mail: sp1faz@tjsp.jus.br

Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min

4) Prova documental sobre como o Metrô obterá consentimento de pais ou responsáveis para obtenção, guarda e uso de dados pessoais de crianças e adolescentes, nos termos do Estatuto da Criança e do Adolescente; 5) Prova documental sobre como será observada a anonimização e a guarda dos dados Pessoais;

6) Prova documental sobre análise de impacto financeiro de eventuais falhas e vazamentos na atividade de monitoração eletrônica, considerando como potencialmente afetados todos os usuários do metrô;

7) Prova documental sobre a governança do futuro banco de dados decorrente desta contratação, incluindo detalhamento de seu controlador, critérios de segurança do armazenamento, usos, formas de acesso e mecanismos de controle social da sua utilização com fundamento e base legal nas finalidades indicadas;

8) Prova documental da proposta de compartilhamento da base de dados com outras entidades estatais e/ou privadas e das hipóteses de tratamento antevistas, permitidas e almejadas, uma vez que a pretensa base legal refere-se à segurança pública e a finalidade institucional da entidade licitante não se relaciona a esse objetivo de política pública, também em virtude dos requisitos mínimos previstos no item 6.9.6 no anexo CS983MEXX7XX001 do edital;

9) Atas de reunião dos órgãos e gestão da Ré aprovando as análises de impacto de proteção de dados e de impacto financeiro do sistema de monitoração eletrônica, nos termos exigidos pelos artigos 1º e 9º da Lei 13.303 de 2016.

10) Prova documental do ato administrativo que elucide a motivação pública do procedimento licitatório em questão, sendo considerados os riscos, custos e eventuais benefícios da contratação pretendida.

Tendo em vista que tal documentação muito provavelmente já deve constar dos procedimentos que antecederam a própria concepção da ideia e a contratação da empresa, bem como o caráter público da atividade e a coletividade atingida, além da vastidão de seu conteúdo, incumbirá à parte ré juntá-los aos autos no prazo de 30 dias úteis, justificando, se o caso, a impossibilidade de fazê-lo.

Sem prejuízo, **cite-se** o interessado Companhia Metropolitana de São Paulo, nos termos do artigo 382, § 1º do Código de Processo Civil, incumbindo-lhe a apresentação da documentação acima no prazo de 30 dias úteis, justificando, no mesmo prazo eventual impossibilidade de fazê-lo.

fls. 537



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL - FAZENDA PÚBLICA/ACIDENTES
1ª VARA DE FAZENDA PÚBLICA

Viaduto Dona Paulina, 80 - 5º andar, 5º andar, Centro - CEP 01501-908,
Fone: 3242-2333r2005, São Paulo-SP - E-mail: sp1faz@tjsp.jus.br
Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min

Intimem-se.

São Paulo, 12 de fevereiro de 2020.

**DOCUMENTO ASSINADO DIGITALMENTE NOS TERMOS DA LEI 11.419/2006,
CONFORME IMPRESSÃO À MARGEM DIREITA**