

# **I CONGRESSO DE TECNOLOGIAS APLICADAS AO DIREITO**

**TECNOLOGIAS E AS RELAÇÕES DE CONSUMO**

---

T255

Tecnologias e as relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização I Congresso de Tecnologias Aplicadas ao Direito – Belo Horizonte;

Coordenadores: Paulo Antônio Grahl Monteiro de Castro, Leonardo Bruno Marinho Vidigal e Naiara Carolina Fernandes de Mendonça– Belo Horizonte, 2017.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-667-3

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: O problema do acesso à justiça e a tecnologia no século XXI

1. Direito. 2. Tecnologia. 3. Relações de consumo. I. I Congresso de Tecnologias Aplicadas ao Direito (1:2018 : Belo Horizonte, BH).

CDU: 34

---



# I CONGRESSO DE TECNOLOGIAS APLICADAS AO DIREITO

## TECNOLOGIAS E AS RELAÇÕES DE CONSUMO

---

### **Apresentação**

É com imensa satisfação que apresentamos os trabalhos científicos incluídos nesta publicação, que foram apresentados durante o I Congresso de Tecnologias Aplicadas ao Direito nos dias 14 e 15 de junho de 2018. As atividades ocorreram nas dependências da Escola Superior Dom Helder Câmara, em Belo Horizonte-MG, e tiveram inspiração no tema geral “O problema do acesso à justiça e a tecnologia no século XXI”.

O evento foi uma realização do Programa RECAJ-UFMG – Solução de Conflitos e Acesso à Justiça da Faculdade de Direito da UFMG em parceria com o Direito Integral da Escola Superior Dom Helder Câmara. Foram apoiadores: o Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito - CONPEDI, EMGE – Escola de Engenharia, a Escola Judicial do Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região, a Federação Nacional dos Pós-graduandos em Direito – FEPODI e o Projeto Startup Dom.

A apresentação dos trabalhos abriu caminho para uma importante discussão, em que os pesquisadores do Direito, oriundos de dez Estados diferentes da Federação, puderam interagir em torno de questões teóricas e práticas, levando-se em consideração a temática central do grupo. Foram debatidos os desafios que as linhas de pesquisa enfrentam no tocante ao estudo do Direito e sua relação com a tecnologia nas mais diversas searas jurídicas.

Na coletânea que agora vem a público, encontram-se os resultados de pesquisas desenvolvidas em diversos Programas de Pós-graduação em Direito, nos níveis de Mestrado e Doutorado, e, principalmente, pesquisas oriundas dos programas de iniciação científica, isto é, trabalhos realizados por graduandos em Direito e seus orientadores. Os trabalhos foram rigorosamente selecionados, por meio de dupla avaliação cega por pares no sistema eletrônico desenvolvido pelo CONPEDI. Desta forma, estão inseridos no universo das 350 (trezentas e cinquenta) pesquisas do evento ora publicadas, que guardam sintonia direta com este Grupo de Trabalho.

Agradecemos a todos os pesquisadores pela sua inestimável colaboração e desejamos uma ótima e proveitosa leitura!

**A INFLUÊNCIA TECNOLÓGICA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO: OS LIMITES ENTRE A LIBERDADE DE ESCOLHA, A INVASÃO DE PRIVACIDADE E O USO DO DATA MINING**

**THE TECHNOLOGICAL INFLUENCE IN CONSUMER RELATIONS: THE LIMITS BETWEEN LIBERTY OF CHOICE, INVASION OF PRIVACY AND USE OF DATA MINING**

**Ana Luiza Oliveira Lavorato Andrada**

**Resumo**

Esse resumo propõe demonstrar como a tecnologia de data mining pode interferir nos direitos fundamentais de liberdade e privacidade sociais. O objetivo geral é avaliar como essa tecnologia pode influenciar na liberdade de escolha dos indivíduos e qual é seu impacto na vida privada destes. Os objetivos específicos são definir o conceito de data mining e contextualizar o uso desse mecanismo; relacionar seu uso com o direito a privacidade; identificar a fronteira entre o uso da tecnologia de data mining e a liberdade de escolha. A metodologia aplicada é o método dedutivo, com técnica bibliográfica de cunho qualitativo.

**Palavras-chave:** Data mining, Privacidade, Liberdade de escolha

**Abstract/Resumen/Résumé**

This brief proposes to demonstrate how the technology of data mining can interfere in the fundamental rights of social liberty and privacy. The general objective is to evaluate how this technology can induce people's freedom of choice what is it's impact in their life. The specific objectives are to define data mining's concept and contextualize the use of this mechanism; to relate it's use with the right to privacy; to identify the border between the use of the technology of data mining and the freedom of choice. The methodology applied is the deductive method, with qualitative bibliographical technique.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Data mining, Privacy, Freedom of choice

## 1 INTRODUÇÃO

É possível identificar nos dias atuais como o avanço tecnológico influi nos mais diversos ramos da sociedade. Perlustrando por um desses ramos, as relações de consumo, é perceptível a preocupação na crescente interação entre usuário (consumidor) e as empresas fornecedoras de produtos. Visto isso, é na forma de como essas relações são formadas a partir da tecnologia de *data mining* (tecnologia que transforma grande quantidade de dados em informações) que se debruça o presente resumo, existe um limite de privacidade para o uso de dados íntimos pelo mecanismo de *data mining*? E até em que ponto o uso dessa tecnologia pode influenciar nas decisões pessoais?

Diante do problema apresentado, o objetivo geral da pesquisa se estende em avaliar como a tecnologia de *data mining* pode influenciar na liberdade de escolha dos indivíduos e o seu impacto na vida privada destes. Já quanto aos objetivos específicos destacam-se os seguintes: definir o conceito de *data mining* contextualizando como é feito o uso desse mecanismo; Correlacionar o uso da tecnologia de *data mining* com o direito a privacidade e a segurança dos dados coletados; Identificar os limites entre o uso da tecnologia de *data mining* e a liberdade de escolha.

É imprescindível enfatizar a importância da discussão desse tema, diante do crescimento do uso da tecnologia de todo mundo e da renovação e inovações nas formas de consumo, torna-se essencial atualizar as maneiras de se regulamentar os novos tipos de relações de consumo, a fim de assegurar ao lado mais fraco dessas relações segurança jurídica e proteção.

Como referencial teórico da pesquisa, utiliza-se o livro *Da privacidade à proteção de dados pessoais* de Danilo Doneda. Já quanto a metodologia aplicada é pelo método dedutivo, com a técnica bibliográfica de cunho qualitativo.

## 2 DATA MINING: O QUE É? COMO FUNCIONA?

Uma das principais tecnologias atualmente, que está presente em praticamente todas as aplicações computacionais utilizadas pela sociedade, o *data mining*, faz parte de uma série de avanços que coadunam com o início de uma era que caminha para inteligência artificial, para a transformação de dados em informações.

Segundo Sferra apud Corrêa: “*Data Mining*, ou Mineração de Dados, pode ser entendido como o processo de extração de informações, sem conhecimento prévio, de um

grande banco de dados e seu uso para tomada de decisões.” (SFERRA apud CORRÊA, 2003, p.22). Também, segundo a Sonda (empresa especializada em gestão de negócios e afins na área de tecnologia da informação) o *data mining* tem por objetivo “[...] encontrar padrões sólidos ou relacionamentos sistemáticos que representem informações valiosas às organizações.”(SONDA, 2018).

Esta tecnologia é aplicada em diversos ramos por grandes empresas e instituições e tem como objetivo extrair informações que auxiliem no entendimento de acontecimentos passados e que consigam obter, a partir desses conhecimentos, previsões futuras. Sendo assim, é bastante utilizado como ferramenta para as demandas de marketing direto, coletando diferentes dados de usuários e efetuando o cruzamento destes para conseguir definir perfis de clientes em potencial.

Também, de acordo com Stone:

Há aqueles que afirmam que os bancos de dados são a “arma secreta” do marketing direto. O que é bastante verdadeiro, pois são esses profissionais que levantam sua mão expressando interesse nos produtos e serviços comercializados. Sabem quem são seus compradores, o que compram, com que frequência, se o fazem pelo telefone ou correio, quanto gastam e que meios de pagamento utilizam (STONE, 1992, p.27)

### **3 O DATA MINING E O DIREITO A PRIVACIDADE: A RELAÇÃO EMBASADA NA SEGURANÇA DE DADOS**

É com a criação desses bancos de dados que as instituições privadas e públicas contam, atualmente, para melhorar os seus serviços. Por um viés positivo, é perceptível uma melhora nos mercados que a utilizam, e o aumento da proximidade com o cliente. As instituições também afirmam que usufruindo dessa tecnologia é possível melhorar o processo de conhecimento, compra e decisão do consumidor.

Dispondo desse argumento, essas organizações fundam e justificam o armazenamento de dados sem conhecimento prévio dos usuários, e transformam em informações até mesmo as ações orgânicas realizadas online. Visto isso, fica imprescindível relacionar o uso dessa tecnologia de forma acentuada ao direito a privacidade dos usuários.

O direito a privacidade disposto no Art 5º da Constituição Federal de 1988 em seu inciso X, “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;” (BRASIL, 1988), também deve ser interpretado de forma a englobar, no que diz respeito a vida privada e a intimidade, os dados dispostos na internet.

Segundo Sampaio citado por Vidal:

Sampaio define que este direito compreende "uma liberdade de não intromissão e de autonomia". [02] Além disto, é preciso conceber no bojo deste enunciado, também, a proteção aos dados pessoais. [03] Atualmente, a internet é instrumento utilizado para coleta, processamento e disseminação de informações de caráter pessoal, o que viola o direito à privacidade do indivíduo. (VIDAL apud SAMPAIO, 2012, s.p).

Outro ponto pertinente a ser citado é ligado ao caráter voluntário de cessão dessas informações, que segundo Vidal, pode acabar sendo induzido e manipulado (VIDAL, 2012). Aliado a isso também, as justificativas que embasam o armazenamento desses dados tem como sustentáculo a segurança da informação, tanto para as instituições públicas e a facilidade para a manutenção da ordem na sociedade como para as privadas em se precaverem e prezarem pela não divulgação e compartilhamento dos dados supracitados.

Robert Ellis Smith, citado por Doneda, exemplifica:

[...] hoje, quando se fala sobre privacidade, geralmente refere-se não apenas ao direito de manter o caráter confidencial de fatos pessoais, porém ao direito de saber quais informações sobre si próprios são armazenadas e utilizadas por outros, e também o direito de manter estas informações atualizadas e verdadeiras. (DONEDA apud SMITH, 2006, p.87).

#### **4 A LIBERDADE DE ESCOLHA, O DATA MINING E A MANIPULAÇÃO EM MASSA.**

Ocorre, como já visto inúmeras vezes, que esses dados acabam sendo “traficados” e vazados entre as grandes organizações mundiais. Recentemente, um escândalo envolvendo o site de relacionamentos Facebook e a empresa Cambridge Analytica que fazia parte da campanha presidencial de Donald Trump, trouxe à tona a preocupação com a invasão de privacidade dos usuários e de como estes dados podem funcionar como instrumento para uma manipulação de massa.

A empresa Cambridge Analytica foi acusada de roubar dados de mais de 50 milhões de usuários (eleitores) do Facebook. Torna-se então imprescindível colocar em foco a legitimidade da campanha de Donald Trump. Segundo Doneda:

Uma esfera privada, na qual a pessoa tenha condições de desenvolvimento da própria personalidade, livre de ingerências externas, ganha hoje ainda mais em importância; passa a ser pressuposto para que não seja submetida a formas de controle social que, em última análise, anulariam sua individualidade, cerceariam sua autonomia privada (para tocar em um conceito caro ao direito privado) e, em última análise, inviabilizariam o livre desenvolvimento de sua personalidade. (DONEDA, 2006, p.87).

Com o advento da horizontalização dos direitos fundamentais no novo código civil de 2002, a pessoa passa a ser protegida não somente apenas como cidadã mas também em seu caráter humano. Logo, é possível inferir que o desenvolvimento da livre personalidade está ligado diretamente com os princípios da dignidade humana. Esse princípio de acordo com Staffen e Santos “força o reconhecimento de uma qualidade intrínseca e distintiva, em cada ser humano, que o coloca em igual condição de respeito por parte do Estado e da comunidade [...]”. (STAFFEN; DOS SANTOS, 2016, p. 269). Inferindo assim, diretamente na capacidade do indivíduo em autodeterminar-se.

A necessidade e a importância da livre capacidade de exercer a decisão em se tratando de relações de consumo são latentes, sendo inclusive abrangida no Art 49 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio. Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados. (CDC, 1990)

Reconhecendo assim, a tendência que o ser humano possui para realizar compras por impulso, que se agrava ainda mais sem com o advento da tecnologia de *data mining* como ferramenta para o marketing direito. Também é importante frisar, que o uso excessivo dessa ferramenta sem o conhecimento prévio do consumidor fere diretamente um direito básico dado a esta minoria, disposto também no Código do Consumidor em seu Art 6: o direito a informação precisa e clara, que acaba sendo deturpada pela grande fluxo de informações influenciadoras despejadas, sem nenhum limite ou regulamentação, na consciência do usuário.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Sendo assim, é plausível concluir brevemente a necessidade do respeito ao direito a privacidade e informação dos consumidores. Os dados coletados sem o consentimento dos usuários ferem diretamente esses direitos, que podem ser vistos como basilares para uma relação de consumo legítima.

Não se deve, por outro lado, ignorar ou barrar os aspectos positivos trazidos pelo avanço tecnológico, o *data mining* utilizado como ferramenta para auxiliar na proximidade de instituições com os usuários e clientes em potencial também traz benefícios, facilitando a escolha dos mesmos. Porém, é preciso dar a devida atenção à necessidade do consentimento expresso do usuário em ter seus dados gravados e utilizados, pois uma vez que isso não



aconteça, usar a ferramenta sem a anuência do utente pode acarretar numa manipulação do mesmo, estimulando-o a comprar por impulso, ferindo inclusive, o princípio da dignidade da pessoa humana.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição Federal de 1988.** Disponível em: <  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm/](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm/)> Acessado em  
16.04.2018

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor.** Disponível em: <  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8078.htm/](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm/)> Acessado em 23.04.2018

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

SONDA, **Entenda a aplicação do data mining nas estratégias de marketing.** Disponível em: <  
<https://blog.sonda.com/entenda-a-aplicacao-do-data-mining-nas-estrategias-de-marketing/>> Acessado em 16.04.2018.

STAFFEN, Márcio Ricardo; DOS SANTOS, Rafael Padilha. O Fundamento Cultural da Dignidade da Pessoa Humana e sua Convergência para o Paradigma da Sustentabilidade. **Veredas do Direito: Direito Ambiental e Desenvolvimento Sustentável**, [S.l.], v. 13, n. 26, p. 263-288, out. 2016. ISSN 21798699. Disponível em: <  
<http://www.domhelder.edu.br/revista/index.php/veredas/article/view/814>>. Acesso em: 09 Mai. 2017.

STONE, Bob. **A bíblia do marketing direto: Marketing Direto.** São Paulo: Nobel, 1992.

VIDAL, Gabriel Rigoldi, **Regulação do direito à privacidade na internet: o papel da arquitetura.** Disponível em: <  
<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/regula%C3%A7%C3%A3o-do-direito-%C3%A0-privacidade-na-internet-o-papel-da-arquitetura/>> Acessado em 16.04.2018.