ANAIS XVI CICURV, 2022,P.X-Y
ISSN: 2179-0574

XVII CICURV
Congresso de Iniciação Científica da Universidade de Rio Verde

Monitoramento e coleta de dados pessoais por aplicativos: a proteção da pessoa humana pela LGPD

Renato Silveira Gonçalves Júnior[1], Arthur Pinheiro Basan[2]

[1] Graduando no curso de Direito da Universidade de Rio Verde (UNIRV) e investigador no programa de Iniciação Científica – PIBIC/CNPq. E-mail: renato.gonjr@icloud.com
[2] Orientador, Prof. Dr. da Faculdade de Direito, Universidade de Rio Verde – Rio Verde/GO. Email: arthurbasan@hotmail.com

Reitor:
Prof. Me. Alberto Barella Netto

Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação:
Prof. Dr. Carlos César E. de Menezes

Editor Geral:
Prof. Dr. Fábio Henrique Baia

Editor de Seção:
Profa. Dra. Muriel Amaral Jacob

Correspondência:
Renato Silveira Gonçalves Júnior

Fomento:
Programa PIBIC/PIVIC UniRV/ CNPq 2021-2022

Resumo: O presente estudo analisou como ocorre o monitoramento e a coleta de dados pessoais pelos aplicativos de celular, conciliando com os riscos que essas ações podem resultar às pessoas, que são as partes mais vulneráveis dessa relação, uma vez que diversas empresas notaram a possiblidade de obterem lucros com a venda dos dados pessoais, obtidos durante o uso de seus aplicativos, a partir da criação de algoritmos de inteligência artificial que individualizam e mapeiam os perfis de cada usuário. O objetivo foi de compreender o monitoramento, a coleta e o processamento de dados pessoais pelos aplicativos, apontando os riscos de danos aos titulares dessas informações e destacando a normatização imposta pela LGPD, como forma de proteger as pessoas. Diante disso, o trabalho, por meio de uma pesquisa bibliográfica e jurisprudencial, regida pelo método exploratório, descritivo, e dedutivo, pretende contribuir para a consolidação da tutela da pessoa inserida na sociedade da informação, especialmente no contexto do avanço tecnológico que se relacionou com os grandes mercados digitais, tornando os usuários vulneráveis e colocando em risco direitos fundamentais, com base na Lei n° 13.709/18 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD).

Palavras-chave: Dados pessoais. Aplicativos. LGPD. Dignidade da pessoa humana.

Monitoring and data collection by applications: the protection of the human person by the LGPD

Abstract: The study presented, how people that occur as monitoring and personal applications can result in conciliation with cellular data, which are the most risk-oriented parts, since several monitoring companies are not obtained. with the sale of personal, obtained during the use of its applications, from the creation of artificial intelligence data that individualize and map the profiles of each user. Monitoring was done to understand the monitoring, collection and processing of personal data by applications, people, data risks and data protection defined by the LGPD. In view of this, the work, through a bibliographic and jurisprudential research, registered by the exploratory,

UniRV
Universidade de Rio Verde

descriptive and deductive method for the realization of the protection of the person incorporated in the information society, especially in the context of the technological advance that was related to the great digital markets , making fundamental users fundamental, based on the general protection and risk in Law n°13,709 (LGPD).

Key words: Personal data. Applications. LGPD. Dignity of human person.

Introdução

Nos últimos anos, o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TIC) trouxe mudanças perceptíveis na vida social, superando fronteiras e limitações físicas, possibilitando o surgimento de uma sociedade em rede (CASTELLS, 2018), graças ao avanço tecnológico do século XXI a utilização dos aplicativos de celular tem crescido cada dia mais em todos os países do mundo, devido às suas facilidades e ao suprimento de antigas necessidades das pessoas. Os usuários consomem as mais diversas informações, no conforto da sua casa, 24 horas por dia, todos os dias da semana, obtendo os mais diversos produtos e serviços na tela de seus *smartphones*, com apenas alguns cliques.

No entanto esse avanço traz consigo um ponto negativo: os aplicativos de *smartphones* estão espionando seus usuários, a partir da coleta obscura de dados pessoais e da individualização de perfis pelos algoritmos de inteligência artificial. Com posse dessas informações, as empresas oferecem esses perfis nos mercados digitais, para criação de publicidades personalizadas a cada nicho de consumo, carecendo de legislações que consigam conter o abuso dessas relações.

Neste sentido, fica evidente o surgimento de novos problemas jurídicos, correlacionados à metáfora do "*big brother*", onde os conceitos do direito de privacidade evoluem e adquirem uma nova característica e preocupação: a proteção de dados pessoais (DONEDA, 2019, p. 65). Assim, a dignidade da pessoa humana passa a exigir nova compreensão da possibilidade dos danos e coações que surgem na sociedade da informação (RODOTÀ, 2008, p. 237).

Segundo Bioni (2018) o direito como área que regula conflitos e busca a pacificação social é por diversas vezes morosa para controlar e entender a evolução, em principal a tecnológica, ligada às publicidades. Partindo dessa questão, destaca-se que a ciência jurídica, como um fato social, deve adequar-se, ou, pelo menos, reestruturar suas categoriais para encarar os novos desafios regulatórios emergentes deste novo quadro.

Afinal, o comportamento do mercado digital que vem sendo adotado viola direitos inerentes da pessoa humana como: a intimidade, a privacidade e o sossego, fundamentados na constituição federal de 1988 e no código civil de 2002, mas que carecem de atualização.

Para isso, inspirada no regulamento europeu, nasce no Brasil a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), que altera artigos do marco civil da internet e impacta outros regulamentos, dispondo sobre novas maneiras de como empresas públicas e privadas deverão dar tratativa e segurança aos dados pessoais de usuários. Por ser um tema recente, é evidente a dificuldade do poder judiciário para entrega de uma efetiva tutela jurisdicional, visto que esta lei teve alguns artigos em vigor no ano de 2020 e o restante em 2021.

Diante disso, o problema de pesquisa pode ser desenhado a partir da seguinte questão: como proteger a pessoa humana do uso e comercialização de dados pessoais extraídos ilegalmente durante a utilização de aplicativos em *smartphones*, geralmente usados para a promoção de publicidades direcionadas e criação de nichos (perfis) de consumo?

Com base nessa problemática, o presente estudo tem como objetivo geral estudar a proteção dos dados pessoais pela LGPD, que podem ser utilizados indevidamente monitorados e coletados, ferindo a dignidade da pessoa humana. Tendo isso como base, o texto trabalha os seguintes objetivos específicos: i) compreender como ocorre o monitoramento e a coleta de dados pelos aplicativos de smartphones; ii) observar o avanço dos mercados digitais e de suas publicidades com nichos de consumo; iii) analisar quais os riscos à dignidade da pessoa humana e seus direitos inerentes, e para qual fim os dados pessoais podem ser legalmente utilizados segundo a LGPD; e, por fim, iv) apresentar dispositivos da LGPD para proteção de dados dos usuários e, consequentemente, das pessoas humanas.

Desse modo, o direito a proteção de dados se apresenta como relevante instrumento de tutela das pessoas frente às práticas abusivas do mercado digital no mundo contemporâneo. Inegavelmente, a questão deve ser tratada com o intuito de impor limites à atuação invasiva e descontrolada dos aplicativos sobre os dados pessoais de seus usuários e das publicidades de empresas com ofertas direcionadas, que além de obterem informações e formarem nichos de consumo, de maneira ilegal, assediam o consumidor, perturbando o seu sossego (BASAN, 2021, p. 14).

Partindo dessas ideias, a pesquisa utilizará o método de abordagem dedutivo, investigando o monitoramento e a coleta de dados por aplicativos para evidenciar a problemática do uso de dados pessoais pelo mercado. Além disso, o trabalho promoverá a análise bibliográfico-doutrinária para, logo em seguida, apresentar as considerações finais, das quais se procurará apontar como a lei n° 13.709/18 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD) reforça a tutela do direito de proteção de dados, especialmente a dignidade da pessoa humana em sua integridade, inclusive psíquica, frente às novas estratégias de abusos publicitários.

Material e Métodos

O presente trabalho preocupou-se com a necessária relação entre a teoria jurídica, exposta nas leis em abstrato, e os problemas sociais, vivenciados na prática forense. Por essa razão, a pesquisa foi compreendida por meio análise bibliográfica, desenvolvida a partir de livros e artigos científicos. Para tanto, foram utilizadas doutrinas clássicas de Direito Civil, para a base dogmática, em diálogo com os mais recentes estudos sobre Direito Digital e Direito Eletrônico, em razão da natureza do objeto estudado: o uso de dados pessoais. Além disso, o estudo direto à legislação atinente também foi utilizado, especialmente a LGPD que pretende controlar os abusos do mercado nessas relações.
Para o estudo, isto é, o acesso ao material, foi utilizada pesquisa na plataforma online, em sites especializados, portanto, o uso de computadores e da internet foram indispensáveis.
Para alcançar os objetivos descritos, a análise do material foi realizada por meio do método exploratório, que como tal, juntou informações sobre o assunto, e aplicação do método descritivo, realizando a explicação interpretação dos dados levantados. E por fim, a hipótese de solução do problema por meio do método dedutivo, ou seja, do geral para o particular.

Resultados e Discussão

Historicamente sempre houve divisão dentre a sociedade quanto ao seu domínio dos ativos que compõem o cenário social e econômico da época. Antigamente a terra foi o maior ativo, sendo assim a sociedade era composta por aristocratas (nobres que detinham grande poder e terras) e as pessoas comuns (seres que trabalhavam nas terras para sobreviver). Em seguida, após a Revolução Industrial, os meios de produção passaram a ser o grande ativo, dividindo a sociedade em burgueses (donos dos meios de produção) e proletários (pessoas que vendem a força de trabalho). E atualmente os dados estão se tornando o maior ativo, grandes empresas almejam obter e controlar informações de diversos indivíduos pelo mundo, a fim de se tornarem mais poderosas e continuarem no topo da pirâmide social (HARARI, 2018, p. 107).
Com base nisso, nos últimos anos o investimento em tecnologia é algo extraordinário. A evolução dos meios de comunicação e informação cresce a cada dia, onde empresas que fabricam smartphones os tornam cada vez mais potentes e eficazes, enquanto as empresas de aplicativos avançam para criar serviços que satisfaçam as necessidades cotidianas do seu público alvo.
Desse modo, ao fazer um aplicativo, são criados algoritmos de inteligência artificial capazes de mapear os acessos e movimentos realizados pelos usuários, transformando esses dados em informações que definem o indivíduo em sua mais alta privacidade e desejo. Esses mapas valem milhões no mercado, pois saber o que a pessoa realmente deseja é algo fantástico em matéria persuasiva, uma vez que o ser já se mostra pré-disposto para aceitar aquilo que lhe é oferecido. Tudo isso contempla uma economia em tempo e publicidade, consequentemente gerando o aumento das vendas e lucros (PRIVACIDADE HACKEADA, 2019).
Neste sentido, de maneira natural, buscando maior lucratividade, as empresas evoluíram seu mercado aliado à psicologia, baseando-se em estudos sobre o desejo de satisfação, que pode ser instigado com as publicidades bem aplicadas. Como exemplo disso, diversas redes de fast food utilizam as cores vermelhas e amarelas em seus logotipos, cores estas que podem estar associadas ao desejo de fome, criando o sentimento de necessidade em uma pessoa de ir até o estabelecimento e consumir (VERGINACI et al., 2018). Algo sensacional do ponto de vista econômico para esses empresários, não à toa que conseguimos ver pelo menos uma dessas cores nas publicidades do setor.
Assim, na medida em que o uso dos aplicativos fomenta a quantidade de informações dos usuários e a criação de mapas de cada perfil, o mercado digital tem se aproveitado de técnicas capazes de interpretar as reações cerebrais para aprimorar ofertas de venda, manipulação de eleições e etc., tudo de forma obscura e oculta aos usuários. Há aqui, portanto, riscos à integridade da pessoa humana, notadamente à projeção da existência representada pelos dados pessoais.

Afinal, os dados monitorados e coletados por aplicativos, em grande parte são revertidos em lucros pela venda às empresas de consumo ou comunicação, que por meio da inteligência artificial traça a personalidade do indivíduo e o bombardeia com dezenas de informações e relações consumistas, que saem de sua intimidade, retiram sua privacidade e inibem o seu sossego (BASAN, 2021), tornando-os hipossuficientes frente à essa grande arquitetura de convencimento e ilusão.

Nessa senda, a Lei n° 13.709, mais conhecida como LGPD, criada em 14 de agosto de 2018, surge como lei geral para sistematizar a regulação de dados, através, além de outros, também de princípios que já encontravam abrigo legal no sistema jurídico pátrio, como, por exemplo, os princípios da qualidade de dados e da transparência, já previstos no CDC (artigo 43). De forma ampla, é um regulamento para proteção de dados, que não precisam necessariamente passar por fluxo de internet, alcançando quase todos os estabelecimentos que coletem dados pessoais como locadoras de carro e postos de combustível, que podem ser submetidos às disposições legais (CAVALCANTE et al., 2018).

Dentre suas normatizações, é previsto o tratamento de dados, que se refere a toda coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração, e conforme dispõe o seu artigo 3°, para que haja a proteção de dados, é necessário que estes tenham sido operados ou coletados em território nacional, e para os casos internacionais, que a atividade objetive a oferta e fornecimento de produtos ou serviços dentro do país.

Além disso, para que os dados sejam legalmente utilizados, devemos considerar a boa-fé e os princípios dispostos artigo 6° da LGPD, os quais se dividem em grupos com os objetivos que visam atender: (i) finalidade, adequação e necessidade, que tem como objetivo limitar o uso de dados; (ii) livre acesso, qualidade dos dados e transparência, para garantir aos titulares o acesso às informações relativas ao uso de seus dados; (iii) segurança, prevenção e não discriminação, assim assegurando a proteção de dados e (iv) responsabilização e prestação de contas, com o propósito de salvaguardar a aplicação da lei (BARROS, 2020).

A partir disso é possível afirmar que a LGPD empodera os titulares sobre seus dados pessoais, fornecendo direitos durante todo o tratamento desses arquivos pela instituição detentora da informação. Algo extremamente necessário, uma vez que conforme já discorrido, a evolução da tecnologia é exponencial, deixando a regulação do direito para trás e colocando em risco a dignidade da pessoa humana.

Conclusão

Em tempos de conclusão, para enfrentar a problemática proposta, é preciso lembrar que a publicidade está ligada à livre iniciativa da atividade econômica, que é um dos fundamentos do Estado elencados na Constituição Federal de 1988, para que o mercado promova sua lucratividade, possuindo expressões e regras próprias, que contemplam o chamado “falar do mercado” (BAUDRILLARD et al., 2018, p. 80).

Diante disso, vale lembrar que a proteção aos direitos fundamentais é maneira que se impõe a fim de evitar que os avanços tecnológicos infrinjam o direito das pessoas de existirem e usufruírem da internet, uma vez que a tecnologia não pode utilizar de maneira indiscriminadamente os dados pessoais e promoverem pressões consumistas.

Por todo o exposto, resta demonstrado que o monitoramento e a coleta de dados podem ser legalmente utilizados no país, desde que respeitados os princípios da LGPD, que se mostra como legislatição atual e relevante, apontando o tratamento diferenciado dos dados pessoais como caminho seguro para a ampliação da tutela da pessoa exposta a esse tipo de prática de mercado.

Enfim, a presente pesquisa comprova que o Estado deve cumprir os deveres de proteção às pessoas, frente aos problemas que surgem com as novas tecnologias, especialmente, diante do mercado digital, que se aproveita de dados ainda mais sensíveis dos consumidores, é preciso atualizar o direito, desenvolvendo uma hermenêutica que sempre proteja a dignidade da pessoa humana, independentemente de qualquer mudança social significativa e frenética.

Agradecimentos

À Universidade de Rio Verde (UniRV), pela oportunidade em participar do Programa de Iniciação Científica, ao CNPq pela bolsa e ao meu orientador por todo apoio e incentivo.

Referências Bibliográficas

BARROS, Marina. Legalcloud. **Tratamento de dados na LGPD: O que é e como fazer?,** 30 de

outubro de 2020. Disponível em: https://legalcloud.com.br/tratamento-de-dados-lgpd/. Acesso em: 11 fev. 2022.

BASAN, Arthur Pinheiro. **Publicidade digital e proteção de dados pessoais: o direito ao sossego.** Indaiatuba: Editora Foco, 2021, p.14.

BAUDRILLARD, Jean. Apud MARTINS, Fernando Rodrigues; FERREIRA, Keila Pacheco**. Da idade média à idade mídia: a publicidade persuasiva digital na virada linguística do Direito.** In: PASQUALOTTO, Adalberto (organizador). Publicidade e proteção da infância. Volume 2. Porto Alegre: Livraria do Advogado. 2018, p. 80.

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento.** Rio de Janeiro: Forense, 2018.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 16 jun. 2022.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2018.

CAVALCANTE, Pedro Peres; BARZA, Eugênia Cristina Nilsen Ribeiro (Orient.). **Privacidade e proteção de dados pessoais: uma análise comparativa dos quadros regulatórios brasileiro e europeu**. 2018. 62 f. TCC (graduação em Direito) - Faculdade de Direito do Recife - CCJ - Universidade Federal de Pernambuco - UFPE - Recife, 2018.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 65.

HARARI, Yuval Noah. **21 lições para o século 21**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018, p. 107.

PRIVACIDADE Hackeada. Direção de Karim Amer e Jehane Noujaim. Estados Unidos: **Netflix**, 2019 (114 min).

RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade da vigilância: a privacidade hoje.** Tradução: Danilo Doneda e Luciana Cabral Doneda. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 237.

VERGINACI, Débora; SOARES, Amanda Brunharotto; PEZZINI, Camila. **A influência da psicologia nas cores das redes de fast food: análise do burger king, 2018**. Disponível em: http://tcconline.fag.edu.br:8080/app/webroot/files/trabalhos/20181215-004157.pdf. Acesso em: 09 out. 2022.