

MONETIZAÇÃO DE DADOS PESSOAIS NA INTERNET: COMPETÊNCIA REGULATÓRIA A PARTIR DO DECRETO Nº 8.771/2016

VICTOR MIGUEL BARROS DE CARVALHO [†]
PATRÍCIA BORBA VILAR GUIMARÃES ^{††}
ADRIANA CARLA SILVA DE OLIVEIRA ^{†††}

RESUMO: O presente artigo analisa as disposições constantes no Decreto 8.771/2016 sobre a regulação da monetização dos dados pessoais no âmbito da internet. Num mundo cada vez mais conectado e interligado, com enorme produção de dados e informações – mormente de dados pessoais – muitos agentes econômicos passaram a utilizar tais dados como insumos em seus modelos de negócio. Neste cenário, promulgou-se a Lei nº 12.965/2014, o Marco Civil da Internet. Tal diploma previu certos direitos e garantias aos usuários da rede mundial de computadores – como o direito à inviolabilidade da privacidade e intimidade e a proteção dos dados pessoais. Todavia, algumas de suas disposições demandaram regulamentação e, neste escopo, editou-se o Decreto 8.771/2016, que trata, entre outros assuntos, da previsão de atuação regulatória do poder público sobre atividades relacionadas aos dados pessoais. Sobre estas disposições é que o presente artigo se debruçou. Como metodologia, analisou as determinações do Decreto em conjunto com as do Marco Civil, de normas relacionadas e posicionamentos doutrinários acerca do tema, deles procurando extrair diretivas regulatórias da monetização de dados. Teve como objetivo específico aferir a competência para editar atos que regulem atividades relacionadas aos dados pessoais. Entre os resultados, encontrou que certos dispositivos restaram imprecisos na distribuição de competências, e que os entes arrolados pelo legislador não são inteiramente competentes para regular o tema em fito. Concluiu que, apesar desta lacuna legal, os dados

[†] Mestrando em Direito Constitucional na UFRN. Bacharel em Direito pela UFRN. Pesquisador.

^{††} Professora Doutora do Departamento de Direito Processual e Propedêutica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

^{†††} Pós Doutoranda em Direito do Programa de Pós-graduação em Direito Processual e pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

peçoais contam com certa proteção da lei, sugerindo, ainda, pela criação de ente regulador próprio e competente para regular esta matéria.

PALAVRAS-CHAVE: Dados Pessoais; Decreto 8.771/2016; Internet; Regulação.

ABSTRACT: The present paper analyzes the dispositions of the Executive Branch Act nº. 8.771/2016 about personal data monetization. In an increasingly connected and intertwined world, with a huge data and information production – specially personal data – many economic agents started to utilize these data as input in their business models. The act nº. 12.965/2014, known as “Marco Civil da Internet” promotes certain general rights and guarantees to internet users – such as privacy inviolability and personal data protection. The Executive Branch Act nº. 8.771/2016 pretend to regulate this general rights and guarantees establishes by the Legislative Branch. These dispositions are the object of the present paper. As methodology, this paper makes an systematic approach of related norms and pertinent studies on the subject, trying to extract regulatory directives over data monetization. As specific objective, this paper analyze the regulating competencies distributed by the Executive Branch Act concerning personal data monetization. Among its results, the paper found that some of dispositions were imprecise in distributing competencies, and that the legislators appointed entities are not entirely competent to regulate over personal data monetization. It concluded that, in spite of this legal gap, personal data protection in Brazil has some legal ground to it, suggesting, in addition, as desirable the creation of a specific regulatory agency.

KEYWORDS: Personal data; Internet; Regulation.

I. INTRODUÇÃO

No paradigma da sociedade informacional¹ (ou sociedade em rede²), cunhado por Manuel Castells, vivemos a cada dia em um mundo mais permeado pela tecnologia, conectado e interligado, com uma produção de dados e informações gigantesca – produção devida, em grande parte, à internet e às possibilidades que ela proporciona.

Dentre estes dados produzidos diariamente encontram-se os dados pessoais – conceituados como sendo aqueles relacionados à pessoa natural identificada ou identificável. Muitas empresas³, notadamente as redes sociais, utilizam esses dados pessoais como insumos para os seus modelos de negócio, a exemplo da publicidade dirigida (o direcionamento de propagandas e anúncios com base no comportamento *online* de um indivíduo ou de grupos).

Visando acompanhar as mudanças inerentes a este novo cenário, que promove novos desafios, conflitos e questionamentos – sobre os quais o

¹ "Manuel Castells vai muito além, afirmando que estamos diante de uma nova estrutura social – chamada por ele de informacionalismo (ou capitalismo informacional) – que tem a informação como a base material e tecnológica da atividade econômica e da organização social, fenômeno novo que não pode ser ignorado pelo Direito." LEONARDI, Marcel. **Tutela e privacidade na Internet**. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 35.

² "O conceito de 'sociedade em rede' enfatiza a forma, o intercâmbio e a organização do processamento de informação. Uma infraestrutura das redes sociais e da mídia se encarrega disso. Assim, a sociedade em rede pode ser definida como uma formação social com uma infraestrutura de redes sociais e meios de comunicação que permitam o seu modo principal de organização em todos os níveis (individual, grupal/ organizacional e social). Cada vez mais, essas redes permitem vincular todas as unidades ou partes desta formação (indivíduos, grupos e organizações)." MOLINARO, Carlos Alberto; SARLET, Ingo Wolfgang. Breves notas acerca das relações entre a sociedade em rede, a internet e o assim chamado estado de vigilância. In: LEITE, George Salomão; LEMOS, Ronaldo (coord.). **Marco Civil da Internet**. São Paulo: Atlas, 2014, p. 31.

³ "A massive data processing industry has grown up, with Google the prime example of how to turn information into profit". Em uma tradução livre, "uma indústria massiva de processamento de dados desenvolveu-se, com o Google sendo exemplo cabal em como transformar informação em lucro". MURRAY, Andrew. **Information Technology Law: the law and society**. New York: Oxford University Press, 2010, p. 38.

Direito não pode se esquivar⁴ –, o legislador brasileiro promulgou, em 2014, a Lei nº 12.965, conhecida por Marco Civil da Internet.

Batizada de “Constituição da Internet” por alguns doutrinadores, sobretudo pelo seu caráter principiológico, o Marco Civil estipulou, entre outras coisas, a previsão de certos direitos e garantias aos usuários da rede mundial de computadores, como o direito à inviolabilidade da privacidade e intimidade e a proteção dos dados pessoais. Algumas das disposições desta lei, contudo, demandam regulamentação e, neste escopo, foi editado o Decreto 8.771/2016.

Este Decreto regulador do Marco Civil trata sobre a neutralidade da rede e sobre procedimentos atinentes à guarda e proteção de dados, cadastrais e pessoais, tanto pelos provedores de conexão quanto pelas aplicações de internet. Conta, dentre suas disposições, com a primeira posituação do conceito de dados pessoais⁵ e de tratamento de tais dados, bem como com previsões da atuação regulatória do poder público sobre estas atividades – e é sobre estas disposições que o presente artigo se debruça, sendo seu objetivo geral analisá-las.

Em específico, os artigos 17 a 21 do Decreto nº 8.771/16 dispõem sobre a possibilidade de regulação: ANATEL, Secretaria Nacional do Consumidor, Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e outros órgãos e “entidades da administração pública federal com competências específicas quanto aos assuntos relacionados a este Decreto” constam no rol de entes aptos a editar normativas e atos reguladores. Entretanto, o legislador não especificou expressamente quais competências cabem a cada órgão em relação às atividades que utilizam os dados pessoais.

⁴ “A Internet não exige apenas novas soluções jurídicas para os novos problemas; ela também afeta a maneira como os problemas e as soluções jurídicas devem ser analisados. Ao romper com os paradigmas jurídicos tradicionais e desafiar os mecanismos convencionais de tutela, a Rede representa um dos principais objetos de estudo dos doutrinadores preocupados com essa nova realidade social. A principal dificuldade, portanto, é oferecer propostas de soluções eficientes para os problemas práticos que se apresentam, reconhecendo as limitações do sistema jurídico. Para isso, “novas formulações jurídicas não de ser criadas, outros equilíbrios devem ser encontrados, no plano dos contratos, da família, da sociedade e do próprio Estado, para que o direito não seja uma espécie de camisa de força que impeça a boa utilização das novas técnicas, e que prevaleça um clima de cooperação dominado pela ética”. LEONARDI, Marcel. **Tutela e privacidade na Internet**. São Paulo: Saraiva, 2011, p.39.

⁵ De notar que, anteriormente, havia a previsão da Lei de Acesso à Informação (12.527/2014) ao conceito de “informação pessoal”, em seu art. 4º, IV, que considera o termo “informação” um gênero do qual “dados” fazem parte.

Soma-se a esta obscuridade do Decreto em comento a divisão doutrinária quanto ao corpo legal apto a tutelar os dados pessoais no país, assim como o modelo regulatório e os instrumentos adequados para a salvaguarda destes dados, aumentando a dúvida sobre as disposições do diploma em fito. Elucidar tal dúvida, com base na análise do mencionado Decreto, é o objetivo específico deste trabalho.

Para tanto, utilizou como método: a pesquisa bibliográfica para reunião de materiais, entre leis, normativas, portarias e doutrina; o processo lógico (ou racional) de interpretação dos diplomas legais relacionados, amparado ainda pelo processo sistemático⁶ (ou orgânico) e pela contribuição da doutrina atinente consultada, tendo por desiderato a interpretação crítica dos dispositivos legais. Em suma, as disposições do Decreto foram analisadas e interpretadas em conjunto com a finalidade de aferir a(s) competência(s) regulatória(s) em matéria de dados pessoais.

Nesta perspectiva, o primeiro capítulo do artigo trouxe breve abordagem sobre o contexto atual da sociedade informacional e o uso de dados na economia, um dos motes para a criação do Marco Civil e o Decreto que o regula. O capítulo seguinte introduz ligeiramente o paradigma do Estado regulador, no qual se insere a internet e o uso dos dados pessoais, bem assim o esforço interpretativo do Decreto 8.771/16 conjugado com os demais materiais estudados em subtópico. No mesmo capítulo, em subitem, elencou-se os resultados alcançados: dentre outros, que o Decreto é inconclusivo na sua distribuição de competências, não cabendo à ANATEL, à Senacon ou ao SBDC a competência para regular em matéria de monetização de dados pessoais de maneira abrangente e central. As conclusões apontam ainda no sentido da inexistência de um ente regulador competente único para normatizar esta temática, apontando a necessidade de sua criação e sugerindo, ainda, a edição de lei específica de salvaguarda e garantia dos dados pessoais ante o atual cenário de monetização.

II. SOCIEDADE INFORMACIONAL, USO DE DADOS, MARCO CIVIL DA INTERNET E SUA REGULAMENTAÇÃO

Viver em sociedade, atualmente, significa em grande parte viver conectado: conectado às mais diversas redes sociais⁷, aos serviços de e-

⁶ HERKENHOFF, João Batista. **Como aplicar o Direito**: (à luz de uma perspectiva axiológica, fenomenológica e sociológico-política). Rio de Janeiro: Forense, 2010.

⁷ “Ainda que apresentem especificidades próprias, as redes sociais têm em comum as seguintes características: i) a existência de um ambiente propício à interação entre os

mail, aos portais e *feeds* de notícias e entretenimento; é poder levar a qualquer lugar e acessar a qualquer tempo estas informações. Levamos hoje nos bolsos e na palma da mão os dispositivos que nos permitem ficar conectados e ter acesso aos vários serviços *online*.

Manter-se a par dos acontecimentos, informado e atualizado, torna-se de suma importância seja para a vida profissional, acadêmica, para o relacionamento com colaboradores e subordinados ou mesmo para uma melhor eficiência no dia a dia.

Assim, buscamos estar conectados, acompanhando o que acontece ao nosso redor, e para isso criamos inúmeras contas, *logins* e *perfis*, deixando uma miríade de dados e informações pela *web* em *sites* de notícias, redes sociais e lojas virtuais. Estas informações produzidas por vezes encontram-se dentro da esfera privada⁸, que fazem jus a um mínimo de proteção (como a numeração de cartões de crédito, de documentos, fotos e dados sensíveis, etc).

Nosso hábito de uso da internet, que tipos de sites visitamos, quanto tempo passamos em cada um deles, quais as nossas preferências quando compramos algo on-line e até mesmo a nossa localização geoespacial são também exemplos de dados e informações que geramos diariamente.

usuários na plataforma; ii) o pedido de dados pessoais para a criação de perfis, que são vinculados a contas determinadas; iii) a articulação de uma lista de outros usuários com os quais se compartilha conexões; e iv) o oferecimento de ferramentas que permitem e estimulam que o usuário adicione seu próprio conteúdo na rede, como fotografias, comentários, músicas, vídeos ou links para outros sites, de modo que ocorra a expansão da estrutura da própria rede social". TEFFÉ, Chiara Spadaccini de; MORAES, Maria Celina Bodin de. Redes sociais virtuais: privacidade e responsabilidade civil. Análise a partir do Marco Civil da Internet. **Pensar**, Fortaleza, v. 22, n. 1, p. 108-146, jan./abr. 2017, p. 117.

⁸ Teoria, como explica Marcel Leonardi, adotada inclusive pelo Supremo Tribunal Federal. Para Leonardi, a "ampla aceitação desse conceito decorre, em certa medida, da popularidade da teoria das esferas, desenvolvida pelo Tribunal Constitucional alemão e esmiuçada pelas obras de Heinrich Henkel e Heinrich Hubmann". Segundo a teoria, "é possível distinguir três esferas, com intensidades de proteção decrescente: a) a esfera mais interior ('último e inviolável âmbito de liberdade humana', 'âmbito mais interno (íntimo)', 'esfera íntima inviolável', 'esfera nuclear da configuração da vida privada, protegida de forma absoluta'); b) a esfera privada ampliada, que inclui o âmbito privado que não pertence à esfera mais interior, e c) a esfera social, que inclui tudo aquilo que não for atribuído nem ao menos à esfera privada ampliada". LEONARDI, Marcel. **Tutela e privacidade na Internet**. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 59.

Alguns dos serviços utilizados por usuários da *web*, oferecidos por empresas⁹ como o *Google, Facebook, Twitter, WhatsApp*, entre inúmeras outras, utilizam em proveito próprio os mais variados dados e informações deste "rastros digital" que deixamos, monetizando-os — pelo tratamento, cruzamento e análise deles ou na construção de modelos de negócio neles baseados, gerando retornos financeiros consideráveis¹⁰.

Essa monetização se dá no âmbito do chamado "*Big data*"¹¹ — conceito que envolve a captação, armazenamento, processamento e capitalização de dados e informações com o intuito de auferir toda sorte de vantagens. Através do tratamento de dados, é possível aprimorar, por exemplo, a publicidade dirigida¹², baseada em padrões de acesso e consumo, e até

⁹ "As empresas com as quais fazemos negócios com frequência reúnem regularmente uma quantidade enorme de informações sobre nós. [...] Existem duas razões pelas quais elas armazenam um repertório sobre o consumidor. A primeira, e mais comum, é conhecer seu público-alvo, para que possam direcionar melhor as propagandas. [...] A segunda razão [...] é muito menos agradável: coletar nossas informações cadastrais para vender a outras empresas que têm a intenção de nos enviar propagandas. O caso mais corriqueiro dessa prática é o Facebook, para o qual fornecemos nossos dados de bom grado, sem pestanejar". CHERRY, Denny. **Fundamentos da privacidade digital**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015, p. 02-03.

¹⁰ "This field, known as 'online behavioral advertising', is grabbing an increasingly large share of the hundreds of billions of dollars companies spend annually urging the masses to buy". Em tradução livre, "este campo [de negócios], conhecido como 'publicidade comportamental', está tomando uma crescente fatia das centenas de bilhões de dólares que as empresas gastam para fazer as massas consumirem". TANNER, Adam. **What stays in Vegas: the world of personal data — lifeblood of big business — and the end of privacy as we know it**. New York: Public Affairs, 2014, p. 157.

¹¹ "Tais preocupações coadunam-se com a atual evolução do cenário tecnológico, em que se discute a utilização do Big Data, conjunto de soluções tecnológicas capaz de lidar com uma imensa quantidade de dados estruturados e não estruturados em volume, variedade, velocidade, variabilidade e complexidade até então inéditos. Essa ferramenta permite analisar praticamente qualquer tipo de informação digital, em tempo real, uma vez que viabiliza inclusive a compreensão de dados não estruturados que, mesmo estando em maior número na rede, antes só podiam ser adequadamente compreendidos por pessoas". TEFFÉ, Chiara Spadaccini de; MORAES, Maria Celina Bodin de. Redes sociais virtuais: privacidade e responsabilidade civil. Análise a partir do Marco Civil da Internet. **Pensar**, Fortaleza, v. 22, n. 1, p. 108-146, jan./abr. 2017, p. 124.

¹² "A publicidade comportamental online constitui uma prática que consiste em direcionar anúncios publicitários específicos para determinados consumidores, de

mesmo influir no hábito do usuário da internet, escolhendo o que mostrar e o que não mostrar, capitalizando também em cima disto (e até mesmo influenciando o resultado de processos políticos, como sugerem certos estudiosos¹³).

Através destas ferramentas descobrem-se nichos de consumidores, sendo certo que as redes sociais e os negócios de tratamento de dados acabando por vender "pacotes" de publicidade dirigida aos anunciantes, baseados nas preferências e comportamento dos usuários das redes sociais; suas tendências políticas, gostos musicais, *hobbies*, atividades que realiza junto com grupos de amigos — todo dado e informação torna-se potencialmente aproveitável nesta perspectiva.

É neste panorama que encontram-se os dados pessoais — aqueles que, de alguma maneira, podem ser relacionados a uma pessoa ou minimamente identificáveis e que, portanto, podem ser protegidos por certa esfera de privacidade.

Se mostra muito interessante a utilização destes dados e informações como verdadeiros insumos e matérias primas na realização de novos modelos de negócio, uma vez que se mostram renováveis e crescentes em quantidades colossais dia a dia. Monetizá-los significa promover o desenvolvimento econômico, construindo negócios rentáveis¹⁴. Para os

acordo com o seu comportamento online anterior, ou seja, é destinada a um grupo, classe ou categoria de consumidores de acordo com uma base de dados a respeito dos mesmos elaborada a partir de interesses previamente demonstrados. Deste modo, os fornecedores conseguem cada vez mais alinhar seus anúncios publicitários em relação aos supostos interesses de seus destinatários. De fato, a prática em questão consiste em uma espécie de segmentação de mercado fundamentada em um critério comportamental." ALVES, Fabrício Germano. **Análise da possibilidade de regulação da publicidade comportamental (behavioral advertising) pelo microssistema consumerista**. Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo. Brasília, v. 2, n. 1, p. 208-223, Jan/Jun. 2016, p. 214.

¹³ Frederike Kalthener, da Privacy International, e Michal Kosinski, professor da Universidade de Stanford, sugerem que as ferramentas de *Big Data*, mormente as utilizadas pela companhia Cambridge Analytica, tenham influenciado no resultado do Brexit (saída do Reino Unido da União Europeia) e da eleição norte-americana, vencida por Donald Trump. Cf.: DOWARD, Jamie; GIBBS, Alice. **Did Cambridge Analytica influence the Brexit vote and the US election?** 2017; e GRASSEGGGER, Hannes; KROGERUS, Mikael. **How Cambridge Analytica used your Facebook data to help the Donald Trump campaign in the 2016 election**. 2017.

¹⁴ "Cabe lembrar que a rede social virtual configura um modelo de negócio bastante rentável, embasado em conceitos como visibilidade, vigilância, identidade e indexação. Sua estrutura apresenta duas fases principais. Em primeiro lugar, visa-se

usuários, os dados acabam por funcionar como uma espécie de moeda de troca¹⁵: é possível usufruir de certos serviços aparentemente de graça, sem o pagamento de custos e taxas – mas o financiamento deste usufruto se dá através justamente da coleta dos dados pessoais.

Assim, serviços como o *Facebook*, *WhatsApp*, *Google* e redes sociais em geral utilizam os dados pessoais de seus usuários¹⁶ como insumo para seus negócios, aproveitando quase todo o dado produzido: isto inclui as mensagens entre usuários, o conteúdo publicado em “grupos”, as fotos, posições geográficas, o conteúdo de e-mails, entre vários outros dados; alegam¹⁷ tais empresas que tomam precauções para que os dados pessoais circulem somente entre seus servidores e sistemas, mantendo, de tal

alcançar uma massa crítica de usuários e, posteriormente, parte-se para a exploração e a monetização da rede social, por meio da venda de espaços para a publicidade, da comercialização de produtos (como publicações patrocinadas) e da “venda” de perfis, cadastros e dados pessoais de seus usuários”. TEFFÉ, Chiara Spadaccini de; MORAES, Maria Celina Bodin de. Redes sociais virtuais: privacidade e responsabilidade civil. Análise a partir do Marco Civil da Internet. *Pensar*, Fortaleza, v. 22, n. 1, p. 108-146, jan./abr. 2017, p. 122.

¹⁵ “So stellen Firmen wie Facebook und Google ihre Dienstleistungen scheinbar umsonst zur Verfügung und der Nutzer bezahlt mit seinem Nutzungsprofil. Dies ist ein sozialer Tausch, bei welchem zunächst kein Geld fließt. Monetäre Anreize entstehen erst auf der nachgelagerten Ebene, wenn die Informationen vom betreffenden Unternehmen beispielsweise zu Werbezwecken an Dritte verkauft werden.” Em tradução livre, “Por exemplo, empresas como o Facebook e o Google parecem estar oferecendo seus serviços gratuitamente, mas os usuários estão pagando com seus perfis. Esta é uma troca em que inicialmente não flui dinheiro. Os incentivos monetários surgem apenas se, por exemplo, tais informações forem vendidas pelas empresas a terceiros com fins publicitários.” JENTZSCH, Nicola. **Monetarisierung der Privatsphäre: Welchen Preis haben persönliche Daten?** Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung Wochenbericht, n. 34, ago., 2014, p. 794.

¹⁶ Informações de fácil constatação ao acessar as políticas de privacidade dos referidos serviços, disponíveis em: <<https://www.facebook.com/privacy/explanation>>; <<https://www.google.com/intl/pt-BR/policies/privacy/>>; e <https://www.whatsapp.com/legal/?l=pt_br>. Acesso em: 17 out. 2017.

¹⁷ “Um grande problema, com relação ao fornecimento de informações on-line a empresas, diz respeito à forma como elas vão proteger esses dados. Muitas delas explicam nos sites, em termos gerais, a política de uso e proteção de informações dos clientes. Embora possam fornecer explicações básicas, não há detalhes, como que tipo de informação é criptografado ou como os funcionários são treinados para garantir que os dados pessoais não sejam impressos ou perdidos”. CHERRY, Denny. **Fundamentos da privacidade digital**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015, p. 06.

forma, certa garantia de proteção aos dados pessoais e da privacidade de seus usuários.

Tal utilização dos dados com fins econômicos, contudo – sobretudo em se tratando das redes sociais¹⁸ – suscita, entre os estudiosos do tema, forte preocupação para com a privacidade dos usuários da internet e de seus serviços. Estes dados são colhidos, não raro, sem o devido consentimento dos usuários, que também ignoram o destino de tais dados e o que deles será feito.

Esta entrega deliberada (e por vezes excessivamente ingênua e voluntária) dos dados pessoais suscita preocupação principalmente quando considerados os casos de espionagem e exploração dos dados pessoais que foram tornados públicos pelo *WikiLeaks* e pelo *whistleblower* (em tradução livre, “denunciante”) americano Edward Snowden¹⁹ – não olvidando-se também do escândalo envolvendo a *Cambridge Analytica* e o *Facebook* que, pela gravidade, levantam questões acerca da solidez e

¹⁸ “A utilização das redes sociais virtuais modificou profundamente a forma de obtenção, tratamento e divulgação de dados pessoais, o que impactou diretamente a própria expectativa de privacidade da pessoa humana. Nos dias atuais, dificilmente o indivíduo poderá alcançar um alto grau de controle sobre as suas informações e características pessoais depois que as inserir na rede. Dessa forma, pode-se afirmar que a velocidade da circulação da informação é inversamente proporcional à capacidade de seu controle, retificação e eliminação.”. TEFFÉ, Chiara Spadaccini de; MORAES, Maria Celina Bodin de. *Redes sociais virtuais: privacidade e responsabilidade civil. Análise a partir do Marco Civil da Internet*. *Pensar*, Fortaleza, v. 22, n. 1, p. 108-146, jan./abr. 2017, p. 122.

¹⁹ “And data collected by the private sector does end up in government hands through sophisticated snooping, the 2013–14 revelations about the NSA show. The NSA and law enforcement agencies—and presumably their foreign equivalents—tap into Google, Facebook, Yahoo, Internet providers, and others to scoop up vast troves of information about us, sometimes without the consent of the companies” Em tradução livre: “E dados coletados pelo setor privado acabam por terminar nas mãos do governo através de sofisticada bisbilhotagem, mostram as revelações da NSA dos anos de 2013-2014. A Agência Nacional de Segurança e outras agências policiais – e presumivelmente seus equivalentes estrangeiros – tiram proveito do Google, Facebook, Yahoo, provedores de internet e de outros para colher vastas quantidades de informação sobre nós, muitas vezes sem o consentimento das companhias”. TANNER, Adam. *What stays in Vegas: the world of personal data — lifeblood of big business — and the end of privacy as we know it*. New York: Public Affairs, 2014, p. XIV.

integridade dos processos democráticos²⁰ ante o tratamento e manipulação dos dados pessoais. Este último caso, por sua magnitude, teve o mérito de atrair a atenção pública para a proteção dos dados pessoais, tendo o presidente do *Facebook*, Mark Zuckerberg, sido intimado a depor no Congresso norte-americano.

Com isto em vista, e almejando acompanhar²¹ o desenvolvimento das novas tecnologias e seus efeitos sobre a sociedade, o legislador editou, através de um processo que contou com diversas chamadas e consultas públicas, a Lei nº 12.965/2014, o Marco Civil da Internet.

1. Marco Civil da Internet e Decreto nº 8.771/2016

O Marco Civil da Internet, lei de caráter substancialmente axiológico²², estabelece diretrizes básicas para o uso da internet no País, bem como princípios informadores das relações *online* e direitos dos internautas. Dentre suas disposições, consta a garantia ao direito à privacidade e intimidade, considerada, ao lado da liberdade de expressão, condição *sine qua non* “para o pleno exercício do direito de acesso à internet” (art. 8º).

Previsto no artigo 5º da CF/88, em seus incisos X e XII²³, o direito à privacidade é um direito fundamental do cidadão, possuindo proteção e

²⁰ Assim pensam e alertam Stefano Rodotà e Byung-Chul Han, quando afirmam a necessidade e importância da privacidade: são necessários âmbitos arcanos, secretos, escondidos, para que a personalidade humana tenha liberdade para se desenvolver, para que a expressão de ideias ocorra sem receio de coação e para que livres desenrolem-se os processos inerentes à política. Cf. HAN, Byung-Chul. **La sociedad de la transparencia**. Trad. Raúl Gabás. Barcelona: Herder, 2013, p. 20-21; e RODOTÀ, Stefano. **El derecho a tener derechos**. Tradução de José Manuel Revuelta Lopez. 1. ed. Madrid: Trotta, 2014, p. 295.

²¹ “O Direito e a tecnologia não existem em um vácuo, separados e independentes entre si. [...] Os avanços tecnológicos também tornam obsoletos certos dilemas jurídicos, ao mesmo tempo em que criam inúmeros outros.” LEONARDI, Marcel. **Tutela e privacidade na Internet**. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 27.

²² “O Marco Civil da Internet é uma legislação baseada em princípios. Foi propositalmente concebida para esse fim: definir os valores básicos que a sociedade pretende proteger no uso da internet no Brasil.” ZANATTA, Rafael A. F. A Proteção de Dados entre Leis, Códigos e Programação: os limites do Marco Civil da Internet. In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; PEREIRA DE LIMA, Cíntia Rosa. **Direito e Internet III: Marco Civil da Internet**. São Paulo: Quartier Latin, 2015, p. 462.

²³ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: X -

garantia constitucional. Reforçado através da previsão expressa no artigo 7º do Marco Civil da Internet²⁴, em seus três primeiros incisos, é notável a preocupação do legislador em salvaguardar e garantir este direito dos usuários na rede, evitando possíveis violações²⁵.

Apesar destas disposições, o Marco Civil necessitou²⁶ de regulamentação em determinadas temáticas. Neste ensejo, editou-se o Decreto 8.771/2016, que trata

das hipóteses admitidas de discriminação de pacotes de dados na internet e de degradação de tráfego, indicar procedimentos para guarda e proteção de dados por provedores de conexão e de aplicações, apontar medidas de transparência na requisição de dados cadastrais pela

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; XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal. BRASIL. **Constituição (1988)**.

²⁴ Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos: I - inviolabilidade da intimidade e da vida privada, sua proteção e indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação; II - inviolabilidade e sigilo do fluxo de suas comunicações pela internet, salvo por ordem judicial, na forma da lei; III - inviolabilidade e sigilo de suas comunicações privadas armazenadas, salvo por ordem judicial. BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Marco Civil da Internet.

²⁵ “Outro problema de importância reside no fato de que o uso das novas tecnologias pode muitas vezes ultrapassar as fronteiras entre o público e o privado a ponto de provocar prejuízos a direitos fundamentais. Como exemplo, podemos citar o emprego de ferramentas de controle e de vigilância na promoção da segurança pública dos Estado como também na prevenção de atos terroristas”. RUARO, Regina Linden. **Privacidade e Autodeterminação Informativa: obstáculos ao Estado de Vigilância?** Arquivo Jurídico, Teresina/PI, v. 2, n. 1, jan./jun. de 2015, p. 42.

²⁶ “É ilusório pensar que a solução para os vários problemas jurídicos do uso da internet está na Lei 12.965/2014. A proteção de dados pessoais, por exemplo, está apenas definida como direito. Não há, por enquanto, garantia suficiente para uma adequada tutela dos dados pessoais no Brasil.”. ZANATTA, Rafael A. F. A Proteção de Dados entre Leis, Códigos e Programação: os limites do Marco Civil da Internet. In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; PEREIRA DE LIMA, Cíntia Rosa. **Direito e Internet III: Marco Civil da Internet**. São Paulo: Quartier Latin, 2015, p. 462.

administração pública e estabelecer parâmetros para fiscalização e apuração de infrações.²⁷

O decreto, sancionado pela então presidente Dilma Rousseff em 11 de maio de 2016²⁸ – ressalte-se que ela foi afastada da presidência aos 12 de maio do mesmo ano, quando da abertura do processo de *impeachment* pelo senado – possui alguns méritos²⁹, como o de definir o conceito de dado pessoal, no art. 14, I, e o tratamento de dados pessoais, no inciso II do mesmo dispositivo.

Esta pressa em sancioná-lo tenha sido a razão, talvez, da dúvida que ensejou o presente trabalho, advinda da leitura dos arts. 17 a 21. Estes artigos, presentes no Capítulo IV do Decreto em questão, tratam da fiscalização e da transparência em relação às atividades regulamentadas por tal diploma: quais sejam, a degradação de pacotes de dados e a guarda e proteção de dados por provedores (de conexão ou de serviço).

Assim, o art. 17 do Decreto 8.771/16 prevê que a “ANATEL atuará na regulação, na fiscalização e na apuração de infrações, nos termos da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997”; o art. 18, que a “Secretaria Nacional do Consumidor atuará na fiscalização e na apuração de infrações, nos termos da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990”; já o art. 19 estipula que a “apuração de infrações à ordem econômica ficará a cargo do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, nos termos da Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011”.

O art. 20, por sua vez, determina que

²⁷ BRASIL. **Decreto nº 8.771, de 11 de maio de 2016**. Regulamenta a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para tratar das hipóteses admitidas de discriminação de pacotes de dados na internet e de degradação de tráfego, indicar procedimentos para guarda e proteção de dados por provedores de conexão e de aplicações, apontar medidas de transparência na requisição de dados cadastrais pela administração pública e estabelecer parâmetros para fiscalização e apuração de infrações.

²⁸ SOUZA, Carlos Affonso; LEMOS, Ronaldo. **Marco Civil da Internet**: construção e aplicação. Juiz de Fora: Editar, 2016, p. 29.

²⁹ “Um ponto de grande relevância trazido com Decreto nº 8.771/16 diz respeito a um conceito para a expressão “dados pessoais”. Segundo a norma, o dado é uma informação relacionada ‘à pessoa natural identificada ou identificável, inclusive números identificativos, dados locais ou identificadores eletrônicos, quando estes estiverem relacionados a uma pessoa’”. PASSOS, Bruno Ricardo dos Santos. **O direito à privacidade e a proteção aos dados pessoais na sociedade da informação**: uma abordagem acerca de um novo direito fundamental. Dissertação (Mestrado – Faculdade de Direito) – Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2017, p. 95.

Os órgãos e as entidades da administração pública federal com competências específicas quanto aos assuntos relacionados a este Decreto atuarão de forma colaborativa, consideradas as diretrizes do CGI.br, e deverão zelar pelo cumprimento da legislação brasileira, inclusive quanto à aplicação das sanções cabíveis, mesmo que as atividades sejam realizadas por pessoa jurídica sediada no exterior, nos termos do art. 11 da Lei nº 12.965, de 2014.³⁰

Por fim, o art. 21 prevê que a

apuração de infrações à Lei nº 12.965, de 2014, e a este Decreto atenderá aos procedimentos internos de cada um dos órgãos fiscalizatórios e poderá ser iniciada de ofício ou mediante requerimento de qualquer interessado.³¹

Como se vê, o legislador não foi expresso em determinar a competência regulatória para as atividades em questão; em vez disto, elencou a ANATEL e a Senacon³² como entidades aptas a atuar em

³⁰ BRASIL. **Decreto nº 8.771, de 11 de maio de 2016**. Regulamenta a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para tratar das hipóteses admitidas de discriminação de pacotes de dados na internet e de degradação de tráfego, indicar procedimentos para guarda e proteção de dados por provedores de conexão e de aplicações, apontar medidas de transparência na requisição de dados cadastrais pela administração pública e estabelecer parâmetros para fiscalização e apuração de infrações.

³¹ BRASIL. **Decreto nº 8.771, de 11 de maio de 2016**. Regulamenta a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para tratar das hipóteses admitidas de discriminação de pacotes de dados na internet e de degradação de tráfego, indicar procedimentos para guarda e proteção de dados por provedores de conexão e de aplicações, apontar medidas de transparência na requisição de dados cadastrais pela administração pública e estabelecer parâmetros para fiscalização e apuração de infrações.

³² A Secretaria Nacional do Consumidor - Senacon, criada pelo Decreto nº 7.738, de 28 de maio de 2012, compõe a estrutura do Ministério da Justiça e tem suas atribuições estabelecidas no art. 106 do Código de Defesa do Consumidor e no art. 3º do Decreto nº 2.181/97. A atuação da Senacon concentra-se no planejamento, elaboração, coordenação e execução da Política Nacional das Relações de Consumo, tendo por objetivos garantir a proteção e exercício dos direitos dos consumidores, a promoção da

matéria de regulação, ao mesmo tempo em que citou o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, no art. 19, bem como órgãos e outras “entidades da administração pública federal com competências específicas quanto aos assuntos relacionados a este Decreto”, no art. 20. Este último dispositivo é demasiado enigmático quanto à distribuição das competências que o Decreto nº 8.771/16 prevê no tocante a monetização dos dados pessoais.

Ressalva que se faz antes de abordar o objetivo específico do trabalho, concerne a existência de um Projeto de Lei, de número nº 53/2018³³, que tem a finalidade específica de garantir a proteção dos dados pessoais e que influiu, de certa maneira³⁴, no decreto sob análise (já que reuniu aspectos de outros dois projetos anteriores, o 4060/2012 e o 5276/2016). Entre suas disposições, consta a previsão de criação do Conselho Nacional de Proteção de Dados e Privacidade, entidade de caráter multiparticipativo, e da Autoridade Nacional de Proteção de Dados, que deverá, entre outras atribuições, regular as atividades que envolvam dados pessoais e privacidade. Contudo, trata-se de um projeto de lei e, portanto, carente de qualquer força normativa.

Adiante, o trabalho desenvolveu-se no intuito de afastar as dúvidas quanto às competências previstas no Decreto ora investigado, analisando, para tanto, as disposições acima apontadas. Abordou, breve e prefacialmente, o panorama do Estado regulador, no qual estão inseridas as atividades que envolvem os dados pessoais para, então, perscrutar o Decreto nº 8.771/16.

harmonização nas relações de consumo e incentivo na integração e na atuação conjunta dos membros do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC.

³³ Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7738646&ts=1529700780674&disposition=inline&ts=1529700780674>>. Acesso em: 24 jun. 2018.

³⁴ “No tocante aos padrões de segurança e sigilo dos registros, dados pessoais e comunicações privadas, o Decreto nº 8.771 importou algumas questões discutidas na redação do Anteprojeto de Lei de Proteção de Dados Pessoais (atual PL 5276/2016)”. SOUZA, Carlos Affonso; LEMOS, Ronaldo. **Marco Civil da Internet**: construção e aplicação. Juiz de Fora: Editar, 2016, p. 31.

III. ESTADO REGULADOR E INTERNET

Na ordem econômica³⁵ estipulada pelo constituinte de 1988, certos nortes e princípios foram privilegiados, orientando a direção do Estado em relação às dinâmicas econômicas. Dentre eles, a livre iniciativa, a propriedade privada, a livre concorrência e a defesa do consumidor são exemplos, retirados do art. 170 da Constituição Federal.

Assim, a Constituição adotou uma economia de mercado, de natureza capitalista³⁶, tendo o Estado participação reduzida no âmbito econômico. No protagonismo que lhe coube, a opção política escolhida – notadamente a partir da década de 1990 e das desestatizações – foi a de um Estado regulador, com atuação limitada a setores específicos da economia, considerados de sensível importância para, por exemplo, a soberania nacional (como é o caso da matriz energética do petróleo, traduzida na existência da Petrobras e da Agência Nacional do Petróleo).

Em tal paradigma³⁷, o Estado, ao mesmo tempo em que primou pela livre atuação, livre concorrência e livre iniciativa econômica dos particulares, também delegou a prestação de determinados serviços públicos à iniciativa privada, reduzindo-se ao papel de agente normativo e regulador da atividade econômica, exercendo funções de fiscalização, incentivo e planejamento, sendo este determinante para o setor público e

³⁵ Para o eminente jurista e ex-ministro do STF, Eros Grau, ordem econômica é o “modo de ser empírico de uma determinada economia concreta”; é a “expressão que designa o conjunto de todas as normas (ou regras de conduta), qualquer que seja a sua natureza (jurídica, religiosa, moral), que respeitam à regulação do comportamento dos sujeitos econômicos”; é também “o sistema normativo (no sentido sociológico) da ação econômica”; e é, ainda, “ordem jurídica da economia”. GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na constituição de 1988**. São Paulo: Malheiros, 2006, p. 65.

³⁶ TAVARES, André Ramos. **Direito Constitucional Econômico**. 3 ed. São Paulo: Método, 2011, p. 234.

³⁷ “‘Regulação’, por sua vez, parece assumir sentido mais amplo do que a ‘administração ordenadora’ e o ‘poder de polícia’. A doutrina do Direito Público Econômico faz uso deste termo para tratar da mecânica estatal de ordenação das atividades econômicas em geral, incluindo, portanto, os serviços públicos e as atividades econômicas em sentido estrito. Sendo assim, o Estado desempenha a regulação tanto quando tem vínculo genérico com o administrado (livre iniciativa da atividade econômica em sentido estrito) quanto no caso de possuir vínculo específico (serviços públicos prestados mediante concessão ou permissão)”. ARAGÃO, Alexandre Santos de. **Agências Reguladoras e a evolução do Direito Administrativo Econômico**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2013, p. 37.

indicativo para o setor privado, consoante a intelecção do art. 174 da Constituição.

Desta feita, visando fiscalizar as atividades econômicas com a menor interferência estatal possível, o Brasil consagrou uma abordagem regulatória³⁸, criando, em determinadas hipóteses, entidades reguladoras³⁹ com capacidade para editar normativas, fiscalizar sua aplicação e reprimir possíveis violações, a depender do nicho econômico regulado.

Assim, em um cenário de livre iniciativa e Estado regulador, mercado, ainda, por vigorosa e constante evolução tecnológica⁴⁰, é que foi o Marco Civil da Internet editado.

Esta lei previu, como fundamentos para o uso da internet no País, em seu art. 2º, V, a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor, bem como a liberdade dos modelos de negócio promovidos na rede (no art. 3º, VIII) – desde que não conflitantes com os demais princípios do ordenamento jurídico pátrio ou advindos de tratados internacionais. Destarte, os modelos de negócio (que se multiplicam, como se pôde demonstrar, por parte dos prestadores de serviços *online*),

³⁸ “[P]odemos condensadamente definir a regulação estatal da economia como o conjunto de medidas legislativas, administrativas, convencionais, materiais ou econômicas, abstratas ou concretas, pelas quais o Estado de maneira restritiva da autonomia empresarial ou meramente indutiva, determina, controla ou influencia o comportamento dos agentes econômicos, evitando que lesem os interesses sociais definidos no marco da Constituição e os orientando em direções socialmente desejáveis”. *Ibidem*, p. 40.

³⁹ “Como foi ressaltado, a criação das agências reguladoras está estreitamente relacionada com um duplo movimento: o processo de enxugamento do papel do Estado na economia – ou a reforma de desestatização – e o conjunto de instrumentos de reforma administrativa que visavam à flexibilização da gestão pública” PECCI, Alketa. Regulação comparativa: uma (des)construção dos modelos regulatórios. In: PECCI, Alketa. (org.). **Regulação no Brasil: desenho, governança, avaliação**. São Paulo: Atlas, 2007, p. 83.

⁴⁰ “As concepções clássicas do direito administrativo são sempre desafiadas por três vetores: o aumento da consciência do cidadão (vertente política), as realidades ditadas pela dinâmica do mercado (vertente econômica) e a evolução do conhecimento aplicado (vertente tecnológica)”. MARQUES NETO, Floriano de Azevedo; FREITAS, Rafael Vêras de. Uber, WhatsApp, Netflix: os novos quadrantes da publicatio e da assimetria regulatória. **Revista de Direito Público da Economia – RDPE**, Belo Horizonte, ano 14, n. 56, p. 75-108, out./dez. 2016, p. 75.

no âmbito da internet, devem respeito⁴¹ à proteção dos dados pessoais, consoante o disposto no art. 3º, III, do Marco Civil.

Como visto anteriormente, o Decreto nº 8.771/16 foi sancionado na intenção de preencher certo vácuo normativo demandado pelas disposições do Marco Civil – a proteção aos dados pessoais está prevista como direito, mas não garantido e regulamentado por lei. Com efeito, e coadunando com a função fiscalizatória antevista no art. 174 da Constituição, o Decreto em fito estabeleceu certos parâmetros para fiscalização e apuração de infrações dos procedimentos para guarda e proteção de dados.

2. Competência para regular em matéria de dados pessoais de acordo com as disposições do Decreto nº. 8.771/16

Já se adiantou, na seção anterior, as disposições dos artigos que tratam da fiscalização e transparência neste decreto. Isto posto, pode-se inferir que o decreto conferiu: competência para regular, fiscalizar e apurar infrações à ANATEL, nos termos da lei que a criou (Lei nº 9.472/1997); competência para fiscalizar e apurar infrações à Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), nos termos do Código de Defesa do Consumidor; e, para apurar infrações à ordem econômica, competência ao Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – SBDC, nos termos da Lei nº 12.529/2011.

Previu, ainda, que os órgãos e as entidades da administração pública federal com competências específicas quanto aos assuntos relacionados a este decreto deverão atuar de forma colaborativa, consideradas as diretrizes do CGI.br (Comitê Gestor da Internet no Brasil), consoante o art. 20.

A previsão mais problemática, entretanto, se infere do art. 21, afirmando o legislador que a apuração de infrações ao Marco Civil da Internet e ao Decreto nº 8.771/16 deverá atender aos procedimentos internos de cada um dos órgãos fiscalizatórios, podendo ser iniciada de ofício ou mediante requerimento de qualquer interessado. Tão

⁴¹ “Fato é que os agentes econômicos comportam-se de uma forma crescente, que procura não encontrarem limites. Se porventura os encontrar, visam a os transpor da maneira mais eficaz e com menores custos. Assim, a liberdade econômica tende a ser conduzida a abusos [...]. O poder econômico somente se retrai na presença de outro poder privado (igual ou superior), ou diante de um poder público”. MOREIRA, Egon Bockmann. Agências reguladoras independentes, poder econômico e sanções administrativas. In: PECCI, Alketa (org.). **Regulação no Brasil: desenho, governança, avaliação**. São Paulo: Atlas, 2007, p. 103.

ampla e abrangente determinação acaba por minar a certeza jurídica que o diploma legal deveria conferir, ao não delimitar com mais especificidade as competências atribuídas.

Delimite-se, pois, de maneira a orientar esta análise, as atividades que serão o escopo da regulação em fito: o Decreto nº 8.771/16 trata das atividades que envolvam discriminação de pacote de dados, degradação de tráfego de dados e da guarda e proteção de dados. Para este trabalho, importam as atividades relacionadas à guarda e proteção de dados, pois que relacionadas aos dados pessoais e a sua monetização.

Os arts. 13 a 16 do mesmo decreto são os que abordam tais atividades. O art. 13 prevê que os provedores – tanto de conexão como de aplicações⁴² – devem, na guarda, armazenamento e tratamento de dados pessoais e comunicações privadas, observar certas diretrizes sobre padrões de segurança.

O art. 14 define dado pessoal e tratamento de dados pessoais; o art. 15 preleciona, fazendo menção ao art. 11⁴³ do Marco Civil, a necessidade de estruturação e interoperabilidade dos dados que passem por coleta, armazenamento, guarda ou tratamento em território nacional, para facilitar seu acesso caso sejam alvo de decisão judicial que lhes solicite. O art. 16, por fim, determina o dever de clareza e acessibilidade, para com qualquer interessado, sobre os padrões de segurança adotados para proteger os dados pessoais.

Ante o exposto, pode-se ensaiar, através da metodologia proposta,

⁴² Provedores de conexão (da inteligência do art. 9º do Marco Civil da Internet) são aqueles que proveem conexão à Internet, que fornecem o fluxo de dados que permitem o acesso à rede mundial de computadores; são provedores de conexão, por exemplo, a NET e a GVT; TIM, Claro e Vivo são exemplos de provedores para dispositivos móveis. Já os provedores de aplicação são conceituados no art. 5º, VII, do Marco Civil da Internet como um conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet; exemplo deles são o Google, o Facebook, Outlook, Twitter, entre tantos outros dos incontáveis serviços oferecidos online.

⁴³ Art. 11. Em qualquer operação de coleta, armazenamento, guarda e tratamento de registros, de dados pessoais ou de comunicações por provedores de conexão e de aplicações de internet em que pelo menos um desses atos ocorra em território nacional, deverão ser obrigatoriamente respeitados a legislação brasileira e os direitos à privacidade, à proteção dos dados pessoais e ao sigilo das comunicações privadas e dos registros. BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Marco Civil da Internet. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.

uma distribuição de competências.

2.1. Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL)

Primeiramente, deve-se analisar o art. 17 e o papel da ANATEL. Pela disposição da Lei nº 9.472/1997, esta autarquia é competente para regular sobre a organização dos serviços de telecomunicações – que inclui, entre outros aspectos, o disciplinamento e a fiscalização da execução, comercialização e uso dos serviços, bem como a implantação e funcionamento de redes de telecomunicações.

É possível delimitar, em um primeiro momento (considerando o uso dos dados pessoais como elaborados nos capítulos anteriores), a atuação da ANATEL apenas às atividades relacionadas à discriminação de dados e diminuição de tráfego, pois que diretamente ligadas⁴⁴ à competência desta autarquia, nos termos dos arts. 3 a 10 do Decreto nº 8.771/16. Nesta linha de raciocínio, as atribuições⁴⁵ da ANATEL se restringiriam às atividades relacionadas à tais práticas⁴⁶, como a regulação da velocidade de conexão, a derrubada de sinal, fiscalização dos pacotes de dados, entre outros.

Por outro lado, o art. 3º, IX, da lei que criou a ANATEL também prevê como direito dos usuários dos serviços de telecomunicações “o respeito de sua privacidade nos documentos de cobrança e na utilização de seus dados pessoais pela prestadora do serviço”. Retornando ao art. 13 do Decreto nº. 8.771/16, observa-se que os provedores de conexão – agentes econômicos, portanto, regulados pela ANATEL – caso guardem,

⁴⁴ Art. 3º: O usuário de serviços de telecomunicações tem direito: III - de não ser discriminado quanto às condições de acesso e fruição do serviço. BRASIL. **Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997**. Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995.

⁴⁵ Neste sentido, a Resolução nº 575, de 28 de outubro de 2011, que trata do regulamento de Gestão da Qualidade da Prestação do Serviço Móvel Pessoal; a Resolução nº 614/2013, que regulamenta o Serviço de Comunicação Multimídia; e a Resolução nº 632/2014, que regulamento os Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações.

⁴⁶ Concernentes à Instalação, Mudança de endereço, Entrega do documento de cobrança, Atraso na cobrança, Atraso no pagamento da conta, Cobrança indevida e contestação de valores, Interrupção do serviço, Equipamentos, Extinção ou alteração do Plano de Serviço, Ofertas Conjuntas e Promoções, Suspensão do serviço por falta de pagamento, Suspensão a pedido do consumidor e Cancelamento, Fidelização e Velocidade de conexão, por exemplo.

armazenem ou tratem dados pessoais, também devem obediência aos comandos do referido dispositivo e, por conseguinte, ao decreto.

Importante destacar, para o debate em fito, a Resolução nº 632, de 7 de março de 2014, da ANATEL. Esta resolução impõe aos entes regulados a obrigatoriedade de observância ao Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações, elencado no Anexo I da apontada resolução. Prevê, em seu art. 3º, VII, regra similar⁴⁷ ao art. 3º, IX, da Lei nº 9.472/97.

É de se indagar: receberia mais esta competência regulatória a ANATEL, editando atos e normativas sobre tais atividades, ou os entes regulados por ela estariam sujeitos às determinações de um outro órgão regulador? Avancemos na análise dos demais artigos (18, 19, 20 e 21) do decreto perscrutado, guardando tal questionamento para momento posterior.

2.2. *Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon)*

O art. 18 conferiu à Secretaria Nacional do Consumidor capacidade fiscalizatória e de apuração de infrações, consoante o disposto no Código de Defesa do Consumidor. Aqui, cabe fazer menção a posicionamento doutrinário que aponta o microsistema consumerista como um importante bastião, na falta de lei específica⁴⁸, para a proteção dos dados pessoais no âmbito da internet.

⁴⁷ “Art. 3º O Consumidor dos serviços abrangidos por este Regulamento tem direito, sem prejuízo do disposto na legislação aplicável e nos regulamentos específicos de cada serviço: VII - à privacidade nos documentos de cobrança e na utilização de seus dados pessoais pela Prestadora”. AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Resolução nº 632, de 7 de março de 2014**. Aprova o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC.

⁴⁸ “Quais normas jurídicas regulam a proteção de dados pessoais no Brasil? A ideia de “colcha de retalhos jurídica” serve para entender, em primeiro passo, o que já existe no Brasil em termos de proteção de dados pessoais. Seria muita ingenuidade dizer que não há algum tipo de proteção de dados pessoais no Brasil. Antes mesmo da aprovação da Lei nº 12.965/2014, já existiam normas jurídicas e regulações setoriais para proteção de dados. O problema é que tais normas são fragmentadas e não tratam do direito à proteção de dados pessoais de forma explícita” ZANATTA, Rafael A. F. A Proteção de Dados entre Leis, Códigos e Programação: os limites do Marco Civil da Internet. In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; PEREIRA DE LIMA, Cíntia Rosa. **Direito e Internet III: Marco Civil da Internet**. São Paulo: Quartier Latin, 2015, p. 451.

Os professores Danilo Doneda e Laura Schertel defendem com maior eloquência o pioneirismo e importância do CDC na proteção dos dados pessoais⁴⁹. Apontam que, apesar da falta de lei específica que aborde de maneira geral e abrangente a proteção dos dados pessoais, o CDC traz, mormente as disposições do seu art. 43⁵⁰, fundamentos importantes nesta seara.

⁴⁹ “[D]ata protection, in a modern sense, initially emerged in Brazil as a consumer protection issue. In fact, the Consumer Protection Code (Law 8.078 of 1990) provided a multifaceted framework in which privacy and data protection demands could develop and be addressed. As the evolution of the issue in other countries reveals, the right to data protection tends to emerge in those legal fields that are more likely to welcome the new social demands. This task fell in Brazil to the Consumer Protection Code, since it entails a variety of principle-based norms, which are broad enough to offer solutions to new conflicts related to information technology”. Em tradução livre: “proteção de dados, em um sentido moderno, emergiu no Brasil inicialmente como uma questão de proteção dos consumidores. De fato, o Código de Proteção do Consumidor proveu uma estrutura multifacetada na qual demandas relativas à privacidade e à proteção de dados poderiam se desenvolver e ser atendidas. Como pode demonstrar a evolução deste tema em outros países, o direito à proteção de dados tende a surgir nos campos legais que recebem mais demandas sociais com maior frequência. No Brasil, esta tarefa recaiu para o CDC, já que ele reúne uma variedade de normas principiológicas que são amplas o suficientes para oferecer soluções aos novos conflitos advindos da Tecnologia da Informação”. DONEDA, Danilo; MENDES, Laura Schertel. Data protection in Brazil: New Developments and Current Challenges. In: GUTWIRTH, Serge, et al (eds.). **Reloading Data Protection: Multidisciplinary Insights and Contemporary Challenges**. Dordrecht (Holanda): Springer, 2014, p. 06.

⁵⁰ Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes. §1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos. §2º A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele. §3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas. §4º Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público. §5º Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores. §6º Todas as

É importante, ainda, quando se considera que a maioria das relações entre usuários e provedores de aplicações (por exemplo, usuários e *Facebook*, *Twitter*, *Google*, *WhatsApp*, etc) se dão através de contratos de adesão, com termos determinados unilateralmente pelo provedor. Tais contratos estão definidos pelo art. 54 do CDC. São, portanto, relações de consumo e, assim sendo, merecedoras da proteção por parte deste diploma legal.

Apesar de possuir disposições protetivas dos dados pessoais e contar com mais de 600 entidades públicas em nível federal, estadual e local, proporcionando ao consumidor brasileiro acesso a um considerável número de meios resolutivos de conflitos (como o PROCON e os Juizados Especiais), o Sistema de Proteção ao Consumidor enfrenta o desafio de sustentar as normas já existentes⁵¹: malgrado possuir certo poder de coerção (aplicar multas e outros tipos de sanções), o aludido sistema carece de ente centralizador, como uma agência de cunho regulatório, que edite atos e normativas vinculantes aos entes submetidos à sua competência, capaz de fiscalizar o cumprimento de suas determinações e de aplicar sanções em face de possíveis violações.

Outro empecilho que limita a abrangência do microsistema consumerista na proteção dos dados pessoais tem relação com os chamados *cookies*⁵². Os *cookies* são gerados pela simples visita de um usuário a um *site* na internet, mesmo que ele não utilize nenhum serviço dali ou faça alguma compra. Assim, há, possivelmente, a preocupação com os dados pessoais e a privacidade, pois os *cookies* permitem certo grau de monitoramento⁵³ sobre o visitante – que, ressalte-se, nada

informações de que trata o **caput** deste artigo devem ser disponibilizadas em formatos acessíveis, inclusive para a pessoa com deficiência, mediante solicitação do consumidor. BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor.

⁵¹ DONEDA, Danilo; MENDES, Laura Schertel. Data protection in Brazil: New Developments and Current Challenges. In: GUTWIRTH, Serge, et al (eds.). **Reloading Data Protection: Multidisciplinary Insights and Contemporary Challenges**. Dordrecht (Holanda): Springer, 2014, p. 13-14.

⁵² “A maioria dos sites, hoje, usa cookies para armazenar informações sobre o usuário e sobre a utilização do site em seu computador pessoal. Esses cookies podem armazenar uma variedade de informações e o usuário mantém pouco ou nenhum controle sobre os tipos de dados retidos”. CHERRY, Denny. **Fundamentos da privacidade digital**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015, p. 07.

⁵³ Assim SOLOVE, Daniel J. **The Digital Person: technology and privacy in the information age**. New York: New York University Press, 2004, p. 23-24; os define, apontando-os, ainda, como uma forma de “marcador de gado de alta tecnologia”: “A

comprou ou contratou e, assim, não adentra no conceito de consumidor propriamente dito (*standard* – padrão). É uma situação, pois, que o corpo legal consumerista aparentemente não alcança⁵⁴, mas que necessita de atenção, proteção e regulamentação.

Desta maneira, não é possível pensar a delegação de competência regulatória em matéria de monetização de dados pessoais unicamente à Senacon, principalmente pela limitação de suas atribuições, elencadas no art. 106⁵⁵ do CDC. Fazê-lo, ademais, seria sobrecarregar um canal que já se encontra eivado de dificuldades e notória morosidade.

cookie is a small text file of codes that is deployed into the user's computer when she downloads a web page. Websites place a unique identification code into the cookie, and the cookie is saved on the user's hard drive. When the user visits the site again, the site looks for its cookie, recognizes the user, and locates the information it collected about the user's previous surfing activity in its database. Basically, a cookie works as a form of high-tech cattle-branding. [Tradução livre: "Um cookie é um pequeno arquivo de texto contendo códigos que é colocado no computador do usuário quando este acessa uma página. Páginas colocam códigos identificadores únicos nestes cookies, que é então salvo no HD do usuário. Quando este visita a página novamente, ela procura pelo cookie, reconhecendo o usuário, e localiza a informação que ela coletou acerca do usuário sobre seus comportamentos de navegação prévios. Basicamente, um cookie funciona como uma forma de marcador de gado altamente tecnológico".

⁵⁴ É possível pensar, entretanto, na situação do art. 17 do Código de Defesa do Consumidor, que estabelece a figura do consumidor equiparado. Apesar de, a priori, o simples acessar de um site não entabular relação de consumo, tal fato enseja a utilização de cookies e, portanto, traz em si a potencialidade de devassa de dados pessoais – o que tornaria, em tese, o usuário em consumidor por equiparação. Todavia, é hipótese que não encontra, até o momento, guarida no arcabouço doutrinário nacional.

⁵⁵ Art. 106. O Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, da Secretaria Nacional de Direito Econômico (MJ), ou órgão federal que venha substituí-lo, é organismo de coordenação da política do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, cabendo-lhe: I - planejar, elaborar, propor, coordenar e executar a política nacional de proteção ao consumidor; II - receber, analisar, avaliar e encaminhar consultas, denúncias ou sugestões apresentadas por entidades representativas ou pessoas jurídicas de direito público ou privado; III - prestar aos consumidores orientação permanente sobre seus direitos e garantias; IV - informar, conscientizar e motivar o consumidor através dos diferentes meios de comunicação; V - solicitar à polícia judiciária a instauração de inquérito policial para a apreciação de delito contra os consumidores, nos termos da legislação vigente; VI - representar ao Ministério Público competente para fins de adoção de medidas processuais no âmbito de suas atribuições; VII - levar ao

Isso não significa, todavia, que as disposições do CDC e ferramentas da Senacon não confirmam certa proteção aos dados pessoais dos consumidores: como se demonstrou, tais institutos possuem ferramental válido para tanto, tutelando tais dados (v. g., as disposições dos incisos II, III, IV, VIII e IX do já mencionado art. 106, CDC) – sobretudo ante a falta de lei específica; o que se quer dizer é que, na perspectiva regulatória anteriormente abordada, que conte com uma agência reguladora com certas competências e atribuições, a Senacon, nos termos do decreto ora estudado, não é competente (como evidenciam os incisos V, VI e VII do art. 106, CDC – para aplicar sanções, necessita da intervenção da polícia judiciária, MP, e outros órgãos).

2.3. Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) e do Comitê Gestor da Internet (CGI.br)

O art. 19, por sua vez, elenca o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência como apto à apuração de infrações à ordem econômica, nos termos da Lei nº 12.529/2011. É possível descartar o SBDC como competente para regular em termos de dados pessoais, uma vez que se trata de matéria alheia às atribuições⁵⁶ de seus órgãos conformadores. Assim, e por tudo que já foi abordado, são hipóteses de atuação do SBDC na temática do Decreto nº. 8.771/16, por exemplo, a fiscalização de violações à neutralidade da rede – seja em detrimento dos consumidores, discriminando-lhes o tráfego, seja pela atuação concorrencial predatória, através de promoções que firam a referida neutralidade.

conhecimento dos órgãos competentes as infrações de ordem administrativa que violem os interesses difusos, coletivos, ou individuais dos consumidores; VIII - solicitar o concurso de órgãos e entidades da União, Estados, do Distrito Federal e Municípios, bem como auxiliar a fiscalização de preços, abastecimento, quantidade e segurança de bens e serviços; IX - incentivar, inclusive com recursos financeiros e outros programas especiais, a formação de entidades de defesa do consumidor pela população e pelos órgãos públicos estaduais e municipais; XIII - desenvolver outras atividades compatíveis com suas finalidades. Parágrafo único. Para a consecução de seus objetivos, o Departamento Nacional de Defesa do Consumidor poderá solicitar o concurso de órgãos e entidades de notória especialização técnico-científica. BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Consumidor.

⁵⁶ Atribuições que visam à prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica, orientada pelos ditames constitucionais de liberdade de iniciativa, livre concorrência, função social da propriedade, defesa dos consumidores e repressão ao abuso do poder econômico.

Do art. 20, pouco se pode aproveitar para o intuito almejado pelo presente trabalho. O legislador expôs, no referido dispositivo, que os órgãos e as entidades da administração pública federal, com competências específicas quanto aos assuntos relacionados a este decreto, atuarão de forma colaborativa, consideradas as diretrizes do CGI.br. Como se pode perceber, pelo que até agora foi exposto, a especificidade suscitada no art. 20 encontra-se prejudicada pelo laconismo do próprio legislador.

Pode-se inferir, entretanto, duas informações importantes: a primeira, o dever de atuação colaborativa entre os órgãos competentes; a segunda, a consideração frente às diretrizes do CGI.br. Necessário afirmar que tal órgão não possui competência regulatória⁵⁷.

O CGI.br⁵⁸, originalmente, foi criado com a finalidade de organizar e manter o registro do domínio brasileiro (.br) na rede mundial de computadores. Entretanto, a sua natureza não é a de ente regulatório⁵⁹, como se depreende dos diplomas legais que lhe criaram⁶⁰ e normatizam;

⁵⁷ “A atividade de regulação econômica através da fiscalização não se exaure no definir as condutas (permitidas, proibidas e obrigatórias) e a vistoriar ou supervisionar, mas engloba a capacidade de punir os eventuais desvios. A regulação contempla um amplo conjunto de fenômenos normativos que se sucedem, partindo de um ponto inicial (a Ordem Econômica constitucional) e terminando num estado conclusivo (a aplicação das sanções)”. MOREIRA, Egon Bockmann. *Agências reguladoras independentes, poder econômico e sanções administrativas*. In: PECCI, Alketa (org.). **Regulação no Brasil: desenho, governança, avaliação**. São Paulo: Atlas, 2007, p. 107.

⁵⁸ “O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) foi criado pela Portaria Interministerial nº 147, de 31 de maio de 1995, alterada pelo Decreto Presidencial nº 4.829, de 3 de setembro de 2003, para coordenar e integrar todas as iniciativas de serviços da Internet no país, promovendo a qualidade técnica, a inovação e a disseminação dos serviços ofertados. Composto por membros do governo, do setor empresarial, do terceiro setor e da comunidade acadêmica, o CGI.br representa um modelo de governança na Internet pioneiro, no que diz respeito à efetivação da participação da sociedade, nas decisões envolvendo a implantação, administração e uso da rede”. BRASIL. Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão. **CGI.br**.

⁵⁹ “autarquias de controle e o poder de ‘editar normas gerais sobre o setor sob seu controle’”. CARVALHO FILHO, José dos Santos. **Agências reguladoras e poder normativo**. Revista Eletrônica de Direito Administrativo Econômico, Salvador, Instituto Brasileiro de Direito Público, nº 9, fev./mar./abr., 2007, p. 6.

⁶⁰ A Portaria Interministerial nº 147, de 31 de maio de 1995, criou o referido órgão; foi complementada em 2003 pelo Decreto nº 4.829, que dispõe sobre a criação do Comitê

tampouco, entre suas atribuições⁶¹, se encontram capacidades que lhe confirmam poder coercitivo, de fazer valer tanto suas determinações como as leis atinentes, fiscalizar atividades e punir eventuais infrações. Trata-se de um órgão de caráter orientador⁶².

3. A generalidade do art. 21 do Decreto nº 8.771/2016

À obscuridade do art. 20 soma-se a do art. 21⁶³ do Decreto nº 8.771/2016. Dele, pode-se retirar que, sendo definida a competência para a apuração de infrações envolvendo os dados pessoais, esta poderá ser iniciada de ofício ou mediante requerimento de qualquer interessado.

Quanto à competência, deverá atender “aos procedimentos internos de cada um dos órgãos fiscalizatórios”: é possível teorizar, face a isto, que em termos de guarda e uso (inclusa a monetização) dos dados, a capacidade de apurar infrações dependerá da situação específica na qual os dados em questão foram coletados – e mesmo assim, resta algo de duvidoso. Por exemplo: caso tenham sido coletados no âmbito de contratos tidos com as operadoras de telefonia móvel (e por ela utilizados), seriam competentes, pelo que foi o exposto, tanto a ANATEL (pelas disposições da Lei nº 9.472/97 e da Resolução ANATEL nº 632/2014) como o ferramental do

Gestor da Internet no Brasil - CGI.br, sobre o modelo de governança da Internet no Brasil e que dá outras providências.

⁶¹ Da análise do art. 1º do seu Decreto criador, que estabelece suas atribuições, infere-se que o CGI.br não possui independência e autonomia, pois que composto de membros advindos do meio empresarial; não tem poderes de conciliação, sendo incapaz de mediar conflitos existentes tanto entre consumidores e empresas reguladas, ou mesmo entre entes regulados e o governo; e carece de poderes fiscalizatório e sancionatório, sendo incapaz de impor coercitivamente suas normativas e orientações.

⁶² “A partir do comando do Marco Civil, que prestigia a competência do Comitê Gestor da Internet (CGI.br) ao propor diretrizes técnicas para o uso e desenvolvimento da Internet, o Decreto detalha o diálogo regulatório ampliado que deve existir para a melhor regulação e governança da rede no Brasil.” SOUZA, Carlos Affonso; LEMOS, Ronaldo. **Marco Civil da Internet: construção e aplicação**. Juiz de Fora: Editar, 2016, p. 31.

⁶³ Art. 21. A apuração de infrações à Lei nº 12.965, de 2014, e a este Decreto atenderá aos procedimentos internos de cada um dos órgãos fiscalizatórios e poderá ser iniciada de ofício ou mediante requerimento de qualquer interessado. BRASIL. **Decreto nº 8.771, de 11 de maio de 2016**.

microsistema consumerista⁶⁴ (em se tratando de uma relação de consumo); ou, sendo os dados coletados por provedores de aplicativos, agiriam, a depender do caso (como se viu, os cookies são exceção), as disposições do Código de Defesa do Consumidor.

Retornemos, agora que analisados os artigos propostos, ao questionamento suscitado no subitem 2.1.1. Em retrospecto: caberia à ANATEL capacidade regulatória sobre o tratamento de dados pessoais, sobretudo com relação à monetização destes dados, em virtude dos provedores de conexão atuarem neste nicho?

Os elementos até aqui estudados parecem sugerir que a ANATEL poderia atuar apenas pontualmente, mas não de maneira central e abrangente. Isto porque o próprio art. 17 do Decreto nº. 8.771/16 afirma, expressamente, que a atuação regulatória da ANATEL se dará “nos termos da Lei nº 9.472/1997”. Esta lei, como foi exposto, lhe confere atribuições que não alcançam o tratamento dos dados pessoais nos parâmetros ora abordados (geral e abrangente). Além disto, tal delegação de nova competência seria por demais onerosa⁶⁵ a esta autarquia, que já possui extenso rol de tarefas⁶⁶ em mãos. Todavia,

⁶⁴ E como deixa explícito o parágrafo 2º, art. 1º, da mencionada resolução: “§ 2º A aplicação das regras constantes do presente Regulamento não afasta a incidência da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, do Decreto nº 6.523, de 31 de julho de 2008, e regras complementares dos direitos previstos na legislação e em outros regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes.” AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Resolução nº 632, de 7 de março de 2014**. Aprova o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC.

⁶⁵ “Apesar das intenções de vanguarda do referido decreto, a implementação destas medidas enseja um custo que nem sempre é considerado pelo legislador, bem como parece não se ter a completa noção dos custos com a fiscalização. Diante de uma realidade de recursos escassos, cabe ao poder público tomar uma decisão alocativa, de modo a priorizar os interesses sociais relevantes, estando dentre eles, a proteção da privacidade no meio digital.” PASSOS, Bruno Ricardo dos Santos. **O direito à privacidade e a proteção aos dados pessoais na sociedade da informação**: uma abordagem acerca de um novo direito fundamental. Dissertação (Mestrado – Faculdade de Direito) – Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2017, p. 95.

⁶⁶ “No mês de abril de 2017, foram registradas 258,8 mil reclamações na Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), queda de 19,9% na comparação com abril de 2016. Todos os principais serviços de telecomunicações apresentaram redução: a telefonia móvel, com 125,6 mil reclamações (-14,1%), a telefonia fixa, com 54,9 mil (-31,8%), a banda larga fixa, com 39,7 mil (-21,4%), e a TV por Assinatura, com 37,1 mil

forçoso reconhecer certa lógica ao raciocínio que confere competência para regular esta matéria quando dada no âmbito dos entes regulados pela Agência Nacional de Telecomunicações: é dizer, quando estes entes utilizarem os dados pessoais dos seus usuários (nisto inclusas as práticas de tratamento e monetização dos dados), teria a ANATEL capacidade para regular, normatizar, fiscalizar e aplicar sanções em caso de irregularidades.

Importante atentar, ainda que não seja o escopo do presente esforço analítico, que a competência da ANATEL para regular nos termos do Decreto nº 8.771/16 também alcança (senão principalmente) os casos que envolvem a manutenção da neutralidade da rede⁶⁷, bem como a prevenção e combate à sua violação.

IV. RESULTADOS

Analisados pois os referidos artigos, é possível condensar os resultados alcançados da seguinte maneira:

- a. o decreto foi impreciso na distribuição das competências regulatórias, demandando esforço interpretativo e em conjunto com outros diplomas legais para a retirada de algum sentido da norma;
- b. a ANATEL não tem competência regulatória em matéria de dados pessoais no âmbito dos serviços que o monetizam, de forma central e abrangente (de modo a alcançar todo e qualquer ente que monetize dados pessoais), restringindo-se, *in casu*, às hipóteses nas quais seus entes regulados utilizem os dados pessoais de seus usuários, bem como às que envolvam questões relativas à neutralidade da rede;
- c. apesar de expressamente prevista no art. 18, a Senacon carece de meios eficazes para regulação em termos de dados pessoais, mormente por inexistir, dentre seus órgãos conformadores, ente centralizador que conjugue as funções próprias de agente regulatório e que possua considerável aporte técnico para tanto;

(-15,5%).” AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Reclamações registradas na Anatel caem 19,9% em abril**. 2017.

⁶⁷ “[A] neutralidade da rede é um princípio de arquitetura de rede que endereça aos provedores de acesso o dever de tratar os pacotes de dados que trafegam em suas redes de forma isonômica, não os discriminando em razão de seu conteúdo ou origem”. RAMOS, Pedro Henrique Soares. Neutralidade da rede e Marco Civil da Internet: um guia para interpretação. In: LEITE, George Salomão; LEMOS, Ronaldo (coord.). **Marco Civil da Internet**. São Paulo: Atlas, 2014, p. 166.

- d. o CDC oferece certa garantia ao consumidor no que tange à proteção dos dados pessoais, principalmente em relação a informações claras sobre termos de uso e licenças (com destaque às cláusulas que impliquem em limitação de direito, como as que exploram a privacidade do usuário), ao livre acesso aos próprios dados e à possibilidade de correção dos mesmos (podendo, nestes termos, o usuário que se sinta violado em seus direitos acionar a justiça, buscar o Procon ou mesmo oferecer denúncia ao Ministério Público);
- e. o SBDC não tem competência para regular em matéria de dados pessoais, limitando-se às hipóteses concernentes à neutralidade da rede (relacionadas, todavia, à violação da livre concorrência ou outra atribuição que lhe compete);
- f. o CGL.br é órgão de caráter técnico-orientador, não possuindo as características conformadoras de um ente regulatório e é, portanto, incompetente para regular nesta matéria (apesar de influir e nortear, através de seu *know-how* (em tradução livre, “saber como”, “conhecimento prático”) técnico, os órgãos de fato competentes para tanto); e
- g. inexistente órgão regulador específico que abranja a densa complexidade⁶⁸ do cenário de monetização de dados pessoais para efetivar a proteção destes dados e a garantia da privacidade no âmbito da internet.

1. Perspectivas ante os resultados apontados

Como se pôde ver, o Brasil encontra-se ainda carente de ente regulador próprio em matéria de monetização de dados pessoais, assim como de lei específica. Neste cenário, as alternativas restantes aos usuários de serviços *online* que sintam-se lesados em matéria de dados pessoais se restringem às já apontadas ferramentas oferecidas pelo

⁶⁸ “A partir do comando do Marco Civil, que prestigia a competência do Comitê Gestor da Internet (CGL.br) ao propor diretrizes técnicas para o uso e desenvolvimento da Internet, o Decreto detalha o diálogo regulatório ampliado que deve existir para a melhor regulação e governança da rede no Brasil. Afirmando ainda as respectivas atribuições do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), da Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor (SENACON) e da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), o Decreto fortalece o entendimento de que as decisões que impactam a rede devem respeitar a diversidade que caracteriza a própria Internet”, Cf. SOUZA, Carlos Afonso; LEMOS, Ronaldo. **Marco Civil da Internet: construção e aplicação**. Juiz de Fora: Editar, 2016, p. 31.

Código de Defesa do Consumidor (acionando, por exemplo, o Procon ou exercendo, extrajudicialmente, as prerrogativas conferidas pelo art. 43 do CDC) e, no âmbito das empresas de telecomunicações, recorrer à ANATEL para que esta tome as eventuais e necessárias medidas contra os entes regulados.

Não obstante, há ainda a via do judiciário, que, inclusive, vem sendo utilizado no País tanto em casos particulares como em demandas de cunho coletivo.

A título exemplificativo, o processo de nº 1023161-81.2016.8.26.0577, que tramitou no Tribunal de Justiça de São Paulo, e no qual a parte autora requereu a exclusão de seus dados pessoais de uma determinada aplicação da internet⁶⁹; o processo nº 0218767-85.2009.8.19.0001 (número original), julgado no Superior Tribunal de Justiça e que tratou da exclusão de dados pessoais e do direito ao esquecimento⁷⁰; e o processo nº 1015417-71.2017.8.26.0004, também tramitado no Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, no qual um motorista que tentou cadastrar-se em aplicativo de transporte não o conseguiu em razão de seus dados já terem sido previamente utilizados por terceiro⁷¹.

De outra banda, o Ministério Público Federal já acionou a *Microsoft* e o *Google* em sede de Ações Cíveis Públicas, pleiteando a proteção dos dados pessoais dos usuários dos serviços oferecidos de maneira coletiva.

No âmbito do feito de nº 5009507-78.2018.4.03.6100⁷², o MPF combate

⁶⁹ BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. “Relação entre usuário e aplicação na internet - PAGSEGURO. Lei nº 12.965/14 – Marco Civil da Internet. Direito à exclusão dos dados pessoais mantidos pela aplicação da internet – art. 7º, X. Direito à privacidade. Dever de exclusão após o término da relação entre as partes. Sentença parcialmente mantida. Recurso Parcialmente Provido”. Nº 1023161-81.2016.8.26.0577. Relator(a): Ana Paula Theodosio de Carvalho. Órgão Julgador: 2º Turma Cível, Foro Central Cível - 2ª VC F Reg Santo Amaro/SP. Data do Julgamento: 15/12/2017; Data de Registro: 15/12/2017.

⁷⁰ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.660.168 – RJ**. Brasília. Data do julgamento: 05 de maio de 2018. Data da publicação: 05 de junho de 2018.

⁷¹ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Obrigação de Fazer - nº 1015417-71.2017.8.26.0004**. Requerente: P. H. B. S.. Requerida: UBER do Brasil Tecnologia Ltda. FORO REGIONAL XI – PINHEIROS, São Paulo/SP. Data do julgamento: 12 mar. 2018. Data da publicação: 15 mar. 2018.

⁷² BRASIL. 9ª Vara Cível da Justiça Federal de São Paulo. **Ação Civil Pública – nº 5009507-78.2018.4.03.6100**. Requerente: Ministério Público Federal. Requerida: Microsoft Informática LTDA, União. Juíza Federal Cristiane Farias Rodrigues dos Santos. Data de julgamento: 27 abr. 2018. Data de publicação: 27 abr. 2018.

a prática da Microsoft de coletar dados pessoais dos usuários do software “*Windows 10*” sem observância das determinações contidas no Marco Civil da Internet, requerendo que a demandada tome providências necessárias para adequar todas as licenças e/ou *softwares* do sistema operacional mencionado – sobretudo em relação ao consentimento claro e inequívoco, previsto no art. 7º, inciso VIII, do Marco Civil.

Já nos autos de nº 0025463-45.2016.4.01.4000, o MPF requer que o *Google* suspenda “a análise (escaneamento) do conteúdo dos e-mails dos usuários do *Gmail*, em todo o território nacional, enquanto não for colhido o consentimento prévio, expresso, e destacado do titular da conta de e-mail, inclusive para o envio de publicidade comportamental”⁷³, com base igualmente no art. 7º do Marco Civil da Internet.

Assim, na salvaguarda de seus direitos, aos usuários é permitida a busca pela solução de suas demandas no judiciário, sejam elas de maneira individual ou por meio de denúncias junto ao Ministério Público Federal, que poderá ingressar com ações de tutela coletiva de direitos.

Imperioso ainda mencionar que o Congresso Nacional aprovou, em junho de 2018 e na esteira da vigência do Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR, na sigla em inglês) da União Europeia, um substitutivo ao Projeto de Lei nº 4060/2012, que cria uma lei geral de proteção de dados pessoais para o país. O projeto, agora identificado por PLC nº 53/2018⁷⁴, encontra-se, até a finalização da escrita deste trabalho, em tramitação no Senado, aguardando sua votação.

Por tudo que já se expôs, a criação de uma lei geral de proteção de dados pessoais para o Brasil é de vital importância para suprir as lacunas previamente apontadas; é significativa, sobretudo e como previamente se pôde adiantar, porque o aludido PLC prevê a criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados, que será formatada nos moldes da Lei nº. 9.986/2000 e, portanto, contará com as competências, prerrogativas e poderes inerentes a uma agência reguladora⁷⁵, podendo fiscalizar e

⁷³ BRASIL. 2ª Vara Federal de Teresina, Piauí. **Ação Civil Pública – 0025463-45.2016.4.01.4000**. Requerente: Ministério Público Federal. Requerida: Google Brasil Internet LTDA. Juiz Federal Márcio Braga Magalhães. Data de julgamento: 29 jan. 2018. Data de Publicação: 29 jan. 2018.

⁷⁴ BRASIL. **Projeto de lei da Câmara nº 53, de 2018**. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014.

⁷⁵ “A desestatização da economia, muitas vezes benéfica à coletividade e necessária à eficiência do Estado, não deve resultar na redução do âmbito de incidência dos direitos fundamentais, pois a história prova que o mercado não é suficiente para a proteção do mais fraco”. SARMENTO, Daniel. **Direitos Fundamentais e Relações Privadas**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010, p. 35.

aplicar sanções em caso de descumprimento das normativas atinentes à monetização de dados pessoais no Brasil.

V. CONCLUSÃO

Do estudo empreendido, pôde-se aferir que, apesar de inexistir lei específica regulamentando e garantindo a proteção dos dados pessoais no país, existe um mínimo de proteção para quem se sentir violado neste seu direito. O Código de Defesa do Consumidor foi pioneiro neste sentido, e o Marco Civil da Internet estabeleceu princípios e diretrizes que, minimamente, abalizam as atividades que utilizam os dados pessoais como insumos – tanto o é que, conforme se demonstrou, existem exemplos jurisprudenciais da tutela dos direitos inerentes aos dados pessoais, tanto individual como coletivamente.

Entretanto, e como se pôde observar, inexistente ente central fiscalizador ou regulatório destas atividades, estando os atores econômicos que dos dados se valem, atualmente, agindo com certa esfera de independência e autonomia: pelo que se expôs, as operadoras reguladas pela ANATEL, por exemplo, devem obediência à esta entidade; mas os provedores de aplicações de internet, de outra banda, devem em tese obediência aos mandamentos do Marco Civil da Internet e do Código de Defesa do Consumidor, sem haver, contudo, agente fiscalizador e de *enforcement* (execução, aplicação) destas normativas.

Neste cenário, o usuário encontra-se por vezes em extrema vulnerabilidade, notadamente pelo caráter extremamente técnico dos processos que envolvem o tratamento dos dados pessoais. Deve contar, pois, com certa “boa vontade” dos serviços em adimplir, voluntariamente, com as determinações legais, sobretudo quando se considera o “postulado da vontade técnica”⁷⁶: ante a capacidade técnica do que pode ser feito e as zonas cinzentas legais e normativas, não há dúvidas de que aquilo que a tecnologia permite será efetivamente posto em prática.

Ademais, além de ser obrigado a anuir com contratos de adesão sem qualquer oportunidade de negociação ou barganha acerca de seus termos, o usuário das aplicações *online* não têm a capacidade de fiscalizar o que os serviços fazem com seus dados, que fim dão a eles, se estão guardados satisfatoriamente, se os dados são comercializados com outras empresas, se são cedidos a entes governamentais, etc. Os termos e políticas de privacidade, não raro, são vagos nas suas disposições, sem

⁷⁶ DONEDA, Danilo. *Da privacidade à proteção de dados pessoais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006, p. 17.

destacar, como determinam o CDC e o Marco Civil, os trechos em que explicam quais dados serão coletados e para que fim servirão.

Ante isto, e considerando os resultados aferidos, é permitido pensar a necessidade de produção de lei específica de proteção e garantia dos dados pessoais, como o já mencionado PLC 53/2018: é Projeto que conta com o apoio de estudiosos do tema por apresentar institutos e disposições modernas e atuais, em nada deixando a desejar aos sistemas protetivos da privacidade e dos dados pessoais europeus.

Na mesma esteira, e tomando em consideração este cenário protetivo fragmentado e disperso, é possível também aduzir pela necessidade de criação de ente central regulador de forma a garantir a proteção dos dados pessoais, capaz de conjugar o expertise técnico necessário às prerrogativas próprias de um agente regulatório: editando atos, fiscalizando sua aplicação e sancionando as possíveis violações, tudo em adequação e consonância às complexidades que a monetização de dados enseja e sem limitar as liberdades que a sociedade em rede proporciona. A perspectiva de criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados, neste desiderato, é esperança de otimismo para o cenário de monetização de dados pessoais, conferindo maior segurança jurídica aos modelos de negócio e imprimindo maior força à proteção dos direitos dos usuários de serviços na internet.

REFERÊNCIAS

ALVES, Fabrício Germano. **Análise da possibilidade de regulação da publicidade comportamental (behavioral advertising) pelo microssistema consumerista**. Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo. Brasília, v. 2, n. 1, p. 208-223, Jan/Jun. 2016.

ARAGÃO, Alexandre Santos de. **Agências Reguladoras e a evolução do Direito Administrativo Econômico**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2013.

BRASIL. Agência Nacional de Telecomunicações. **Resolução nº 632, de 7 de março de 2014**. Aprova o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2014/750-resolucao-632>>. Acesso em: 30 out. 2017.

_____. _____. **Reclamações registradas na Anatel caem 19,9% em abril.** Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/institucional/noticias-destaque/1613-reclamacoes-registradas-na-anatel-caem-19-9-em-abril>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

_____. **Constituição (1988).** Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 29 out. 2017.

_____. **Decreto nº. 8.771, de 11 de maio de 2016.** Regulamenta a Lei no 12.965, de 23 de abril de 2014, para tratar das hipóteses admitidas de discriminação de pacotes de dados na internet e de degradação de tráfego, indicar procedimentos para guarda e proteção de dados por provedores de conexão e de aplicações, apontar medidas de transparência na requisição de dados cadastrais pela administração pública e estabelecer parâmetros para fiscalização e apuração de infrações. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2016/decreto/D8771.htm>. Acesso em 20 out. 2017.

_____. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/18078.htm>. Acesso em 20 out. 2017.

_____. **Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997.** Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9472.htm>. Acesso em 21 out. 2017.

_____. **Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011.** Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei no 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei nº 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm>. Acesso em 21 out. 2017.

_____. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014.** Marco Civil da Internet. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>. Acesso em 19 out. 2017.

_____. **Projeto de lei da Câmara nº 53, de 2018.** Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7738646&ts=1528477863709&disposition=inline&ts=1528477863709>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

_____. Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão. **CGI.br.** Disponível em: <<https://www.governodigital.gov.br/transformacao/cgi-br>>. Acesso em: 10 out. 2017.

_____. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.660.168 – RJ.** Brasília. Data do julgamento: 05 de maio de 2018. Data da publicação: 05 de junho de 2018. Disponível em: <http://www.omci.org.br/m/jurisprudencias/arquivos/2018/stj_02187678520098190001_08052018.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2018.

_____. 2ª Vara Federal de Teresina, Piauí. **Ação Civil Pública – 0025463-45.2016.4.01.4000.** Requerente: Ministério Público Federal.

Requerida: Google Brasil Internet LTDA. Juiz Federal Márcio Braga Magalhães. Data de julgamento: 29 jan. 2018. Data de Publicação: 29 jan. 2018. Disponível em:

<<http://www.omci.org.br/jurisprudencia/189/escaneamento-de-emails-e-consentimento-previo/>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

_____. 9ª Vara Cível da Justiça Federal de São Paulo. **Ação Civil Pública – nº 5009507-78.2018.4.03.6100**. Requerente: Ministério Público Federal. Requerida: Microsoft Informática LTDA, União. Juíza Federal Cristiane Farias Rodrigues dos Santos. Data de julgamento: 27 abr. 2018. Data de publicação: 27 abr. 2018. Disponível em:

<http://www.omci.org.br/m/jurisprudencias/arquivos/2018/jfsp_50095077820184036100_27042018.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2018.

CARVALHO FILHO, José dos Santos. Agências reguladoras e poder normativo. **Revista Eletrônica de Direito Administrativo Econômico**, Salvador, Instituto Brasileiro de Direito Público, nº 9, fev./mar./abr., 2007. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com.br/redae.asp>>. Acesso em: 15 de maio de 2017.

CHERRY, Denny. **Fundamentos da privacidade digital**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

DONEDA, Danilo; MENDES, Laura Schertel. Data protection in Brazil: New Developments and Current Challenges. In: GUTWIRTH, Serge, et al (eds.). **Reloading Data Protection: Multidisciplinary Insights and Contemporary Challenges**. Dordrecht (Holanda): Springer, 2014. p. 03-20.

_____. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006. 448 p.

DOWARD, Jamie; GIBBS, Alice. **Did Cambridge Analytica influence the Brexit vote and the US election?** 2017. Disponível em:

<<https://www.theguardian.com/politics/2017/mar/04/nigel-oakes-cambridge-analytica-what-role-brexit-trump>>. Acesso em: 09 abr. 2018.

GRASSEGGER, Hannes; KROGERUS, Mikael. **How Cambridge Analytica used your Facebook data to help the Donald Trump campaign in the 2016 election**. 2017. Disponível em: <https://motherboard.vice.com/en_us/article/mg9vvn/how-our-likes-helped-trump-win>. Acesso em: 09 abr. 2018.

GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na constituição de 1988**. São Paulo: Malheiros, 2006

HAN, Byung-Chul. **La sociedad de la transparencia**. Trad. Raúl Gabás. Barcelona: Herder, 2013. p. 20-21

HERNKENHOFF, João Batista. **Como aplicar o Direito**: (à luz de uma perspectiva axiológica, fenomenológica e sociológico-política). Rio de Janeiro: Forense, 2010.

JENTZSCH, Nicola. **Monetarisierung der Privatsphäre**: Welchen Preis haben persönliche Daten? Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung Wochenbericht, n. 34, ago., 2014, pp. 793-798. Disponível em: <https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.479821.de/14-34-3.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2018.

LEONARDI, Marcel. **Tutela e privacidade na Internet**. São Paulo: Saraiva, 2011.

MARQUES NETO, Floriano de Azevedo; FREITAS, Rafael Vêras de. Uber, WhatsApp, Netflix: os novos quadrantes da publicatio e da assimetria regulatória. **Revista de Direito Público da Economia – RDPE**, Belo Horizonte, ano 14, n. 56, p. 75-108, out./dez., 2016.

MOLINARO, Carlos Alberto; SARLET, Ingo Wolfgang. Breves notas acerca das relações entre a sociedade em rede, a internet e o assim chamado estado de vigilância. In: LEITE, George Salomão; LEMOS, Ronaldo (coord.). **Marco Civil da Internet**. São Paulo: Atlas, 2014.

MOREIRA, Egon Bockmann. Agências reguladoras independentes, poder econômico e sanções administrativas. In: PECCI, Alketa (org.). **Regulação no Brasil: desenho, governança, avaliação**. São Paulo: Atlas, 2007.

MURRAY, Andrew. **Information Technology Law: the law and society**. New York: Oxford University Press, 2010.

PASSOS, Bruno Ricardo dos Santos. **O direito à privacidade e a proteção aos dados pessoais na sociedade da informação: uma abordagem acerca de um novo direito fundamental**. Dissertação (Mestrado – Faculdade de Direito) – Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2017. 102 f.

PECCI, Alketa. Regulação comparativa: uma (des)construção dos modelos regulatórios. In: _____. (org.). **Regulação no Brasil: desenho, governança, avaliação**. São Paulo: Atlas, 2007.

RAMOS, Pedro Henrique Soares. Neutralidade da rede e Marco Civil da Internet: um guia para interpretação. In: LEITE, George Salomão; LEMOS, Ronaldo (coord.). **Marco Civil da Internet**. São Paulo: Atlas, 2014. p. 165-187

RODOTÀ, Stefano. **El derecho a tener derechos**. Tradução de José Manuel Revuelta Lopez. 1. ed. Madrid: Trotta, 2014. 380 p.

RUARO, Regina Linden. **Privacidade e Autodeterminação Informativa: obstáculos ao Estado de Vigilância?**. Arquivo Jurídico – ISSN 2317-918X – Teresina-PI – v. 2 – n. 1 – Jan./Jun. De 2015 – p. 41-60.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Obrigação de Fazer - nº 1015417-71.2017.8.26.0004**. Requerente: P. H. B. S.. Requerida: UBER do Brasil Tecnologia Ltda. Foro Regional XI – Pinheiros, São Paulo/SP. Data do julgamento: 12 mar. 2018. Data da publicação: 15 mar. 2018. Disponível em: http://www.omci.org.br/m/jurisprudencias/arquivos/2018/sp_10154177_120178260004_12032018.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2018.

_____. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Obrigação de Fazer - nº 1023161-81.2016.8.26.0577**. Relator(a): Ana Paula Theodosio de Carvalho. Órgão Julgador: 2º Turma Cível, Foro Central Cível - 2ª VC F Reg Santo Amaro/SP. Data do Julgamento: 15/12/2017; Data de Registro: 15/12/2017. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=816005&cdForo=9012>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

SARMENTO, Daniel. **Direitos Fundamentais e Relações Privadas**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

SOLOVE, Daniel J. **The Digital Person: technology and privacy in the information age**. New York: New York University Press, 2004. p. 23-24.

SOUZA, Carlos Affonso; LEMOS, Ronaldo. **Marco Civil da Internet: construção e aplicação**. Juiz de Fora: Editar, 2016.

TAVARES, André Ramos. **Direito Constitucional Econômico**. 3 ed. São Paulo: Método, 2011.

TANNER, Adam. **What stays in Vegas: the world of personal data — lifeblood of big business — and the end of privacy as we know it**. New York: Public Affairs, 2014.

TEFFÉ, Chiara Spadaccini de; MORAES, Maria Celina Bodin de. **Redes sociais virtuais**: privacidade e responsabilidade civil. Análise a partir do Marco Civil da Internet. *Pensar*, Fortaleza, v. 22, n. 1, p. 108-146, jan./abr. 2017.

ZANATTA, Rafael A. F. A Proteção de Dados entre Leis, Códigos e Programação: os limites do Marco Civil da Internet, in: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; PEREIRA DE LIMA, Cíntia Rosa. **Direito e Internet III**: Marco Civil da Internet. São Paulo: Quartier Latin, 2015, p. 447-470.

MONETIZAÇÃO DE DADOS PESSOAIS NA INTERNET: COMPETÊNCIA
REGULATÓRIA A PARTIR DO DECRETO Nº 8.771/2016

MONETTIZATION OF PERSONAL DATA ON THE INTERNET: REGULATORY
COMPETENCE AFTER EXECUTIVE BRANCH ACT Nº 8.771 / 2016

Submetido em: 2017-11-06

Aceito em: 2018-07-01