



São Paulo, 06 de agosto de 2014

Comunicado aos Associados, Parceiros e Colaboradores sobre o Marco Civil da Internet

Considerando a promulgação da Lei do Marco Civil da Internet, Lei nº 12.965/14, a ABEMD - Associação Brasileira de Marketing Direto - Marketing Diálogo vem, por meio deste comunicado, apresentar aos seus associados sua interpretação e recomendações:

O primeiro ponto da Lei que merece destaque é a exigência de autorização do usuário para o uso de dados dos usuários presentes nas redes, com o intuito de segmentar os anúncios publicitários. Esta exigência está explicitada no art.7º, VII, que dispõe ser direito do usuário o *“não fornecimento a terceiros de seus dados pessoais, inclusive registros de conexão, e de acesso a aplicações de Internet, salvo mediante consentimento livre, expresso e informado ou nas hipóteses previstas em lei”*.

O disposto neste art.7º, VII é reforçado pelo art. 16, o qual determina aos provedores de aplicação (redes sociais, sites de notícia, etc.) que a guarda de registros de acesso a aplicações, bem como a guarda de dados pessoais do usuário que excedam a finalidade da captura estão condicionadas ao consentimento do usuário titular destes dados.

Da análise destes artigos, entendemos não existir vedação à captação de dados e registros, mas tão somente o seu condicionamento à autorização prévia, livre (escolha real do usuário, e não imposta) e informada (informação acerca das circunstâncias da guarda, tratamento e transferência – finalidade, destinação, etc.) do usuário, em razão do que dispõe a parte final do inciso VII, art.7º e o artigo 16 da Lei.

Outro ponto da Lei que merece atenção é o trazido pelo artigo 9º, §3º¹, o qual faz referência à vedação à inspeção de informação transmitida por meio da rede Internet. Vale destacar que para que haja transferência de um arquivo (informação), faz-se necessária a quebra deste em diversos pacotes para a efetivação do transporte, é o que ocorre, por exemplo, com um e-mail, o qual para ser remetido ao local de destino é quebrado em diversos pacotes.

Assim, como este artigo trata do transporte de pacotes de uma porta a outra da Internet, esta vedação é limitada aos roteadores (responsáveis por escolherem o caminho que o pacote irá seguir) e aos provedores de conexão, agentes envolvidos nesta transmissão. Entendemos, no entanto, que este artigo não trouxe nenhuma

¹ “Art.9, §3º. Na provisão de conexão à Internet, onerosa ou gratuita, bem como na transmissão, comutação ou roteamento, é vedado bloquear, monitorar, filtrar, ou analisar o conteúdo dos pacotes de dados, respeitando o disposto neste artigo”.



nova limitação, pelo contrário, veio apenas consolidar a diretriz já presente na Resolução CGI.br/RES/2012/0008/P².

Os artigos 13³ e 15⁴, da referida Lei, entretanto, inovaram ao criarem para o provedor de conexão a obrigatoriedade da guarda dos registros de conexão (definidos no art.4º, VI, da Lei) por prazo de um ano e, para o provedor de acesso a aplicações, a obrigação de guarda dos registros de acesso (definidos no art.4º, VIII, da Lei) por seis meses. A Lei determina que esta guarda seja realizada sob sigilo, sendo certo que o provedor de conexão ou o provedor de acesso somente poderá utilizar tais registros para outras finalidades, que não a investigativa, com a autorização do usuário.

Em consonância com estas diretrizes legais, vale ressaltar que sempre acreditamos e defendemos que o usuário é quem deve decidir o que pode ser feito com seus dados, havendo, inclusive, quatro cláusulas (3.2, 3.3, 3.4 e 3.5) do Código de Ética da ABEMD que trata sobre esta livre escolha do usuário, delineando que:

“3.2. Os agentes de Marketing Direto que abrem a outras empresas a possibilidade de acesso aos seus clientes para ações de Marketing Direto devem informar tal prática ao consumidor no momento em que seus dados estiverem sendo coletados”.

Este procedimento já tratado pela ABEMD em seu Código e outros sobre coleta, uso e tratamento de dados pessoais estão amplamente cobertos e detalhados no artigo 7º, incisos VI, VII, VIII, IX, X, XI, XII e XIII, da Lei do Marco Civil (L. 12.965/14).

Desta forma, o posicionamento da ABEMD a respeito da Lei do Marco Civil é justamente a de que esta Lei permite a harmonização entre as partes da relação de consumo e os princípios da livre concorrência e defesa do usuário, nos quais se funda a ordem econômica. Assim, a referida Lei e o posicionamento da ABEMD acerca das questões, por esta tratadas, encontram-se em consonância com o que dispõe a Constituição Federal, em seu artigo 170, IV e V⁵, e Código de Defesa do Consumidor, em seu art.4º, III.

² <http://www.cgi.br/regulamentacao/resolucao2012-008.htm>

³ “Art. 13. Na provisão de conexão à internet, cabe ao administrador de sistema autônomo respectivo o dever de manter os registros de conexão, sob sigilo, em ambiente controlado e de segurança, pelo prazo de 1 (um) ano, nos termos do regulamento”.

⁴ “Art. 15. O provedor de aplicações de internet constituído na forma de pessoa jurídica e que exerça essa atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos deverá manter os respectivos registros de acesso a aplicações de internet, sob sigilo, em ambiente controlado e de segurança, pelo prazo de 6 (seis) meses, nos termos do regulamento”.

⁵ Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: (...)III - função social da propriedade; IV - livre concorrência.

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses



Acreditamos que o conhecimento pelo usuário acerca da utilização de seus dados permite a este fazer suas escolhas de navegação, bem como torná-la mais proveitosa aos seus interesses. Além disso, este conhecimento legitima a relevância na comunicação entre usuários e empresas, por respeitar a liberdade de escolha daquele quanto à navegação e fornecimento de dados.

Cumpramos salientar que o avanço tecnológico possibilita esta transparência e uma relação cada vez mais democrática entre o usuário e a empresa, existindo, inclusive, plataformas que possibilitam ao usuário conhecer como este é identificado, ou seja, qual é a visão que a empresa fornecedora possui deste, tanto no que tange a dados demográficos como em suas preferências. Isso permite, inclusive, que o próprio usuário faça correções do que julgar necessário. Portanto, os dados podem ser ajustados de acordo com sua própria avaliação, e não dependerá mais da interpretação de terceiros.

Dessa forma, o que a ABEMD sempre defendeu e continuará defendendo é que o usuário precisa ser informado e protegido. E o marketing direto, que é o marketing do diálogo, existe para que a economia cresça e que os diálogos sejam úteis e profícuos para todos, inclusive ao usuário.

No mais, entendemos que aos poderes constituídos, a exemplo do que realizaram na Lei do Marco Civil, cabe criar regras que permitam, ao mesmo tempo, a proteção do cidadão e garantam a liberdade de escolha aos cidadãos, a livre iniciativa às empresas, e o desenvolvimento econômico e social do Brasil, em consonância com o que preceitua a Constituição Federal em seu art.170, ao tratar da ordem econômica.

Atenciosamente,

Efraim Kapulski
Presidente da ABEMD

P.S.: Se você tiver alguma dúvida adicional, por favor, envie por email para marcocivil@abemd.org.br.

econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

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