

Privacidade e Proteção de Dados Pessoais

Câmara dos Deputados - Brasília, 22 de maio de 2018

Demi Getschko

Diretor-Presidente do NIC.br, Professor Associado PUC-SP

nic.br

Princípios para a Governança e Uso da Internet

“Decálogo do CGI.br” - 2009

1. Liberdade, privacidade e direitos humanos

O uso da Internet deve guiar-se pelos princípios de liberdade de expressão, de privacidade do indivíduo e de respeito aos direitos humanos, reconhecendo-os como fundamentais para a preservação de uma sociedade justa e democrática.

2. Governança democrática e colaborativa

A governança da Internet deve ser exercida de forma transparente, multilateral e democrática, com a participação dos vários setores da sociedade, preservando e estimulando o seu caráter de criação coletiva.

3. Universalidade

O acesso à Internet deve ser universal para que ela seja um meio para o desenvolvimento social e humano, contribuindo para a construção de uma sociedade inclusiva e não discriminatória em benefício de todos.

4. Diversidade

A diversidade cultural deve ser respeitada e preservada e sua expressão deve ser estimulada, sem a imposição de crenças, costumes ou valores.surgimento da Internet.

5. Inovação

A governança da Internet deve promover a contínua evolução e ampla difusão de novas tecnologias e modelos de uso e acesso.

6. Neutralidade da rede

Filtragem ou privilégios de tráfego devem respeitar apenas critérios técnicos e éticos, não sendo admissíveis motivos políticos, comerciais, religiosos, culturais, ou qualquer outra forma de discriminação ou favorecimento

7. Inimputabilidade da rede

O combate a ilícitos na rede deve atingir os responsáveis finais e não os meios de acesso e transporte, sempre preservando os princípios maiores de defesa da liberdade, da privacidade e do respeito aos direitos humanos.

8. Funcionalidade, segurança e estabilidade

A estabilidade, a segurança e a funcionalidade globais da rede devem ser preservadas de forma ativa através de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e estímulo ao uso das boas práticas.

9. Padronização e interoperabilidade

A Internet deve basear-se em padrões abertos que permitam a interoperabilidade e a participação de todos em seu desenvolvimento.

10. Ambiente Legal e Regulatório

O ambiente legal e regulatório deve preservar a dinâmica da Internet como espaço de colaboração.

Decálogo do CGI.br – Princípio 1



Liberdade, privacidade e direitos humanos

O uso da Internet deve guiar-se pelos princípios de liberdade de expressão, de privacidade do indivíduo e de respeito aos direitos humanos, reconhecendo-os como fundamentais para a preservação de uma sociedade justa e democrática.

Pontos a Ponderar

A Internet é um “rede de controle”

- tudo que é feito nela, o será via ‘*permissão*’
- ...sempre haverá ‘*rastros*’ deixados

Em geral não há “dádivas” na rede

- há “modelos de negócio” que viabilizam aplicações

Um falso impasse...

- economia de dados vs. proteção dos dados

Transparência e Ética

- redução da assimetria entre as partes

Privacidade e Contexto - *Ética*

Na vida real privacidade depende de contexto e papéis sociais:
Pais e Filhos, Médico e Paciente,
Empregado e Empregador, Professor e Alunos

Na Internet e um economia:

Modelo de negócio de buscadores e de redes sociais
Aplicativos de Rotas e Mapas usam geo-localização
(celulares já permitem geo-localização há tempos...)

“Termos de uso” e os limites éticos:

Coletar o mínimo necessário ou... “o que for possível”?

Pode-se obter lista de contatos? fotos? “vender” ou “repassar”
dados obtidos?

Ref: **PRIVACY IN CONTEXT** - HELEN NISSENBAUM
Technology, Policy and the Integrity of Social Life

Caso Oi (*Phorm*)

Resolução CGI.br CGI.br/Res/2012/008/P

Poder de Escolha

“Considerando que no "Sistema Navegador", instalado num provedor de acesso à Internet, a publicidade estará sendo feita pela empresa que provê o meio de acesso à Internet, sem deixar alternativas aos usuários que não queiram ser inseridos neste sistema”

Transparência

“Considerando que a descrição do "Sistema Navegador" não é apresentada de forma clara ao consumidor, especialmente quanto à sua funcionalidade e implicações do modelo proposto para publicidade personalizada e, ainda, que o consumidor não tem a seu dispor todas as informações que seriam necessárias para fazer uma escolha adequada que contemple a privacidade e segurança de todos os membros de um domicílio que compartilham o equipamento de acesso”



GLOBO MENU ECONOMIA COMENTAR COMPARTILHAR

ESPECIAL PUBLICITÁRIO

Oi é multada em R\$ 3,5 milhões por invasão de privacidade feita por Velox

Segundo Ministério da Justiça, serviço de banda larga monitorava navegação de usuários e vendia perfil a anunciantes



“Privacy by Design”

P_bD - www.privacybydesign.ca

Produtos e serviços seguros *por projeto*

- Carros, com “cinto de segurança”, “airbag”, freio ABS

Na via da Informação:

- Implementar mecanismos de Segurança
- Garantir segurança no tráfego e transparência no uso de dados numa economia movida por dados

Papel de eventual Autoridade Garante

- Incentivar e Fiscalizar o Projeto Seguro desses produtos e serviços