

Análise de conteúdo pelo Gmail não configura invasão de privacidade

Não configura invasão de privacidade a análise de conteúdo feita pelo Gmail para uso publicitário. Isso porque o usuário, ao abrir uma conta, precisa expressamente concordar com o uso dos dados. A decisão é do juiz Márcio Braga Magalhães, da 2ª Vara Federal de Piauí.

123RF



Gmail alegou que o usuário aceita expressamente os Termos de Serviço e a Política de Privacidade do Google.

123RF

Em ação, o Ministério Público Federal alegou que o Google descumpria normas de proteção de dados ao fazer o escaneamento não autorizado de e-mails dos usuários do Gmail para uso comercial. Com base nessa análise, a empresa produz publicidade específica para cada usuário.

Em sua defesa, a empresa alegou que, ao abrir uma conta, o usuário aceita expressamente os Termos de Serviço e a Política de Privacidade do Google, que inclui a aceitação do uso dos dados.

Porém, segundo o MPF, essa aceitação não seria suficiente, sendo necessário o consentimento expreso e específico do usuário para o tratamento de seus dados pessoais, conforme determina o artigo 7º, inciso IX, da Lei 12.965/14 (Marco Civil da Internet).

O pedido de liminar foi negado pelo juiz Gonçalves Pinto. Em sua decisão, ele esclareceu que o Google não está invadindo a privacidade do usuário, pois não lê o conteúdo da mensagem. A prática seria apenas a de identificar palavras-chave no meio do que está escrito e então promover as publicidades baseado nelas.

Além disso, considerou suficiente a autorização dada pelo usuário ao abrir uma conta. “Verifico que em tópico próprio da Política de Privacidade da Google, ao abrir uma conta Google, o usuário precisa concordar expressamente, em janela específica, com o uso de dados, portanto não vislumbro ilicitude por parte da requerida”, afirmou na liminar.

Ao analisar o mérito, o juiz Márcio Braga Magalhães manteve os fundamentos da liminar, apontando que não há fatos novos que justifiquem a alteração do entendimento.

Magalhães ressaltou, ainda, que a ação perdeu parte de seu objeto devido a uma mudança no e-mail corporativo oferecido pelo Google. De acordo com o juiz, o serviço corporativo não é mais usado como fonte para a personalização da publicidade.

O advogado e professor **Omar Kaminski**, responsável pelo site *Observatório do Marco Civil da Internet*, explica que a decisão endossa a constatação de que o usuário precisa expressamente concordar com o uso de dados ao abrir uma conta, conforme prevê o artigo 7º, IX do Marco Civil da Internet, não havendo ilegalidade na conduta do Google.

Além disso, Kaminski destaca que é notável um gradual aumento de incidência de iniciativas judiciais e extrajudiciais, tanto do MP Federal como estadual, no que diz respeito a questões envolvendo comércio eletrônico e privacidade de dados.

Ele aponta como exemplo a recente iniciativa do Ministério Público do Rio de Janeiro contra a empresa Decolar pela suposta prática de *geoblocking* — bloqueio da oferta com base na origem geográfica do consumidor — e *geopricing* — precificação diferenciada da oferta também com base na geolocalização.

Nesse processo, a liminar foi negada. De acordo com decisão do juiz Ricardo Lafayette Campos, da 7ª Vara Empresarial do Rio de Janeiro, é preciso melhor elucidação sobre a existência ou não dos alegados *geoblocking* e *geopricing*. "A simples diferenciação de preços ou indisponibilidade de quartos em hotéis, não indica necessariamente as mesmas, podendo existir outras causas", afirmou o juiz.

Outro exemplo citado por Kaminski que evidencia essa tendência do Ministério Público é a iniciativa do MP do Distrito Federal contra Uber e Netshoes por ocorrência de vazamento de dados pessoais dos clientes. Para o MP-DF, faltam esclarecimentos sobre o possível comprometimento de dados pessoais de usuários brasileiros.

Date Created

13/02/2018