

São Paulo, 22 de fevereiro de 2019

Cia. Hering

Rua Hermann Hering, 1790

Bom Retiro, Blumenau/SC

CEP 89010-900

CNPJ: 78.876.950/0001-71

ri@hering.com.br

fiscal@ciahering.com.br

A/C Sr. Fabio Hering

Diretor Presidente

Ref.: Questionamento sobre reconhecimento facial e compartilhamento de dados

Prezados senhores

O Idec - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - é uma associação de consumidores sem fins lucrativos, criada em julho de 1987 e mantida por seus associados. A missão do Idec é a defesa dos consumidores, na sua concepção mais ampla, representando-os nas relações jurídicas de qualquer espécie, promovendo a educação, a conscientização, a defesa dos direitos do consumidor e a ética nas relações de consumo, com total independência política e econômica.

Chegou ao conhecimento deste Instituto que a Hering inaugurou uma loja conceito no endereço Avenida Roque Petroni Júnior, 1089, Santo Amaro, São Paulo, SP, no Morumbi Shopping¹. Segundo noticiado, a loja possui um sistema de reconhecimento facial por meio do qual câmeras permitem “*entender como os consumidores reagem às peças dispostas pela loja*”, na medida em que pela “*análise de expressões, é possível saber se os clientes gostam de determinado produto*”, além de traçar “*um perfil dos visitantes da loja, o que é interessante em tempos de hiperpersonalização*”.

¹ <https://portalnovarejo.com.br/2019/02/hering-captura-sentimentos-dos-consumidores-em-loja-conceito/>

Além desse sistema de reconhecimento facial é noticiado ainda que a loja possui sensores que registram ondas de calor conforme o interesse do consumidor nos produtos disponibilizados por toda a loja e produz um mapa com as áreas de maior interesse.

A partir disso, cabe dizer que a prática da coleta de dados por meio de reconhecimento facial sem informação transparente e clara ao consumidor, assim como seu devido e expresso consentimento, viola direitos básicos do consumidor, garantidos pelo artigo 5º, inc. X, da Constituição Federal, estes sendo intimidade, vida privada e a imagem. Também viola direitos expressos no Código de Defesa do Consumidor como segurança (art. 6º, inc. I), o direito à liberdade de escolha (art. 6º, inc. II), o direito à informação adequada e clara sobre os serviços prestados pela loja (art. 6º, inc. III) e o direito à informações claras e completas sobre coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de seus dados pessoais (Lei nº. 12.965/2014 - Marco Civil da Internet - art. 7º, inc VIII).

Destaca-se que este Instituto, por meio de ação civil pública (processo nº 1090663-42.2018.8.26.0100), em face da ViaQuatro, responsável pela construção e manutenção da Linha 4 - Amarela do metrô de São Paulo, obteve a liminar contra a utilização de reconhecimento facial e pesquisa de mercado sem o consentimento dos consumidores.

A cota ministerial utilizada na fundamentação da decisão da referida ACP aponta quais seriam os fundamentos que também se aplicam ao caso em tela: *“a falta de informação clara, prévia e adequada quanto à coleta e tratamento de dados não atende a preceitos combinados expressos no Código de Defesa do Consumidor e na Lei do Marco Civil da Internet”*.

Ademais, o *“Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 6o, III, ser direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem. A coleta e o tratamento de dados, e sua alienação a terceiros, representam riscos de várias ordens ao titular dos dados captados. Pode ele estar sujeito à discriminação por gênero ou raça, por exemplo, já que o fornecedor pode classificar consumidores com base em perfis para atribuir vantagens a um grupo em detrimento de outro. Pode estar sujeito à fraudes praticadas com seus dados, por falhas de segurança do sistema, ou sujeito à uma indesejada exposição pública de sua imagem, ou mesmo a uma não menos indesejada exposição a técnicas de marketing a ele direcionadas. A imperatividade de ser o consumidor extensivamente informado sobre a prática comercial que sobre ele incide, seja ela pesquisa mercadológica, repouso ainda no que preceitua o artigo 6º, inciso II do C.D.C., que assegura a liberdade de escolha como direito básico do consumidor.”*

Ainda, apesar de não estar vigente, a Lei Geral de Proteção de Dados dá indícios de requisitos para o devido tratamento dos dados pessoais, impondo como seus princípios a autodeterminação informativa e ainda a defesa do consumidor. Para tanto, a lei que entrará em

vigor em breve impõe que qualquer processo de tratamento de dados pessoais deve estar restrito a uma das hipóteses do Art. 7º da Lei nº. 13.709/2018, entre eles especificamente “*fornecimento de consentimento pelo titular*”.

Esta mesma legislação traz em seu artigo 5º, inc. X, a definição de “tratamento de dados pessoais” como “toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração”.

Diante do exposto, apreensivos, aguardamos respostas das seguintes questões, no prazo de 10 (dez) dias a partir do recebimento da presente notificação:

- (a) O reconhecimento facial está em funcionamento?
- (b) Como é obtido o consentimento dos consumidores?
- (c) Há registro de “emoções” de crianças e adolescentes?
- (d) Quais informações são armazenadas? Como as informações são armazenadas?
- (e) Há compartilhamento dos dados com terceiros? Com quais terceiros tais informações são compartilhadas?
- (f) Quais os mecanismos de segurança utilizados pela empresa? Há processo de anonimização das informações?
- (g) A notícia afirma que a tecnologia permite traçar um perfil dos visitantes da loja. Como esse perfil é traçado? Com base em quais informações?

Certos de sua atenção, e prontos para prestar maiores esclarecimentos, aguardamos sua manifestação e agradecemos antecipadamente.

Respeitosamente,



Teresa Liporace
Gerente de Programas e Políticas



Diogo Moyses Rodrigues
Líder do Programa de Direitos Digitais



Bárbara Prado Simão
Pesquisadora do Programa de Direitos Digitais