



**AO EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) DOUTOR(A) JUIZ(A) DE DIREITO
DE UMA DAS VARAS CÍVEIS DO FORO CENTRAL DA COMARCA DE SÃO
PAULO - SP**

*******URGENTE*******

IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, entidade civil sem fins lucrativos, legalmente constituída desde 1987 (Docs. 01, 02 e 03), inscrita no CNPJ sob o nº 58.120.387/0001-08, com sede na Rua Desembargador Guimarães, 21, São Paulo/SP, CEP 05002-005, endereço eletrônico juris@idec.org.br, representado por sua Coordenadora Executiva, Elici Maria Checchin Bueno (Doc. 04), e por seus procuradores infra-assinados (Doc. 05), vem, com auxílio técnico da **Rede Latino-Americana de Estudos de Vigilância (LAVITS)**¹ e do **Programa de Educação Tutorial da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo**², e com fundamento no art. 5º, X, da Constituição Federal, e no art. 5º, inciso V, alínea a, da Lei n. 7.347/1985, ajuizar

**AÇÃO CIVIL PÚBLICA
com pedido de tutela de urgência**

em face de **CONCESSIONÁRIA DA LINHA 4 DO METRÔ DE SÃO PAULO S.A.**, sociedade anônima de capital fechado, inscrita no CNPJ sob o nº 07.682.638/0001-07, também conhecida pelo nome fantasia de **VIAQUATRO**,³ com sede na Rua Heitor Dos Prazeres, 320, Vila Sônia, São Paulo - SP, 05522-000 (Doc. 6), pelas razões de fato e direito a seguir expostas.

¹ Pela LAVITS, participaram Jamila Venturini (Flacso) e Camila Montagner (Unicamp).

² O PET é coordenado pelo professor Rafael Mafei (FDUSP). Participaram da pesquisa as alunas Fernanda A. Nóbrega, Paula P. Ponce, Gabriela S. Ribeiro, Fabiana P. Velloso, Marina S. F. Barreto, Lívia B. Fonseca e Giuliana V. A. Bernardini.

³ <http://www.viaquatro.com.br/>



Quadro-resumo	
Fatos	Trata-se de ação civil pública promovida para cessar a coleta de dados de forma obrigatória dos consumidores por meio das "Portas Interativas Digitais", nas estações da ViaQuatro, tutelando-se o direito por tratamento de dado biométrico sem consentimento do consumidor e por imposição de obrigações excessivas ao consumidor do serviço de transporte público.
Direito	A conduta ilegal da Ré: (i) viola o direito básico do usuário de serviços públicos a "proteção de suas informações pessoais, nos termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011" (art. 6º, IV, do Código de Defesa dos Direitos do Usuário dos Serviços Públicos); (ii) descumpre os parâmetros definidos pelo art. 10 da Lei 13.709/2018; (iii) descumpre o direito básico do consumidor de proteção contra práticas abusivas nos termos do art. 6º, IV, do CDC; (iv) consiste em prática abusiva , nos termos do art. 39, V do CDC, pois exige do consumidor vantagem manifestamente excessiva ; (v) desobedece a obrigação dos fornecedores de informar aos consumidores de forma clara sobre os preços de produtos e serviços ofertados (artigos 6º e 31, do CDC); e (vi) a proibição de imposição de cumprimento de obrigações excessivamente onerosas pelos consumidores que ensejem vantagens manifestamente excessivas para os fornecedores (arts. 6º, V, 39, V, e 51, §1º, I a III); (vii) descumpre o direito constitucional de proteção de imagem (art. 5º, CF) e viola o artigo 20 do Código Civil; (viii) infringe o direito de crianças e adolescentes pela coleta de dados pessoais.
Tutela de urgência	A demanda também busca tutela de urgência para determinar que a Ré cesse a coleta de dados das "portas interativas digitais", comprovando-se o desligamento das câmeras já instaladas, sob pena de multa diária de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) por dia de descumprimento (art. 84, <i>caput</i> e §3º, do CDC c/c art. 537, <i>caput</i> e §2º, do CPC).



1. DOS FATOS

1.1. Sobre as "portas interativas"

Em 12 de abril de 2018, a concessionária ViaQuatro, que opera a Linha 4-Amarela de metrô na cidade de São Paulo (Doc. 7) e figura como parte ré da presente ação, anunciou a instalação, no dia 18 do mesmo mês, de "portas de plataforma interativas nas estações Luz, Paulista e Pinheiros, com funcionamento durante todo o horário de operação da linha" (Doc. 08 e 09).

Segundo a empresa, a tecnologia implementada nessas portas consiste em uma lente com um sensor que "reconhece a presença humana e identifica a quantidade de pessoas que passam e olham para tela". O foco da ferramenta é também a **identificação de emoção (raiva, alegria, neutralidade), gênero e faixa etária das pessoas posicionadas em frente ao sensor.**

O sensor é sempre posicionado acima de uma propaganda publicitária, para que a identificação da emoção ocorra quando o usuário do transporte público passa por ela, sendo possível captar os efeitos que ela produz sobre a população em geral. A prática, espécie de "pesquisa de mercado automatizada" sem autorização do participante, permite a obtenção de receita a partir da venda desses dados para terceiros, que podem então direcionar suas estratégias de publicidade a partir das reações identificadas. De acordo com informações da própria Ré, mais de 350.000 pessoas acessam a Linha Amarela por meio das estações de metrô que possuem o sistema de "portas interativas".

Destaca-se, no caso, a ausência de informações claras fornecidas previamente à instalação pela Ré, bem como o escasso detalhamento sobre o funcionamento das portas interativas. Apesar de atingir a princípio quase todos os usuários da linha 4-amarela do metrô de São Paulo, a divulgação da nova tecnologia restringiu-se a uma nota à imprensa divulgada (Doc. 08), poucos dias antes de sua instalação. A nota foi reproduzida em poucos meios de comunicação especializados (Docs. 09, 10 e 11).



Em maio de 2018, investigações jornalísticas questionaram os possíveis impactos do reconhecimento de passageiros da Linha 4-Amarela pelo projeto experimental da ViaQuatro. Em 2 de maio, a *Rede Latino-Americana de Estudos sobre Vigilância, Tecnologia e Sociedade* (Lavits) publicou em seu site uma longa matéria na qual explora o valor das informações geradas pelo sistema e questiona o uso comercial de dados pessoais dos cidadãos sem consentimento (Doc. 12). Em contato com a assessoria de imprensa da ViaQuatro, a autora da matéria obteve resposta pouco esclarecedora, com poucas informações além das expostas nos releases de imprensa (Doc. 13).

Em 8 de maio, foi publicada a matéria "*The Metro Stations of São Paulo That Read Your Face*"⁴, no portal CityLab, (Doc. 14) com mais detalhes sobre o funcionamento das portas e declarações de especialistas brasileiros preocupados com sua legalidade e impactos sobre a privacidade dos cerca de 700 mil usuários diários da Linha 4-Amarela (Doc. 15) A matéria também explica que, segundo declaração por e-mail do presidente da ViaQuatro, as portas fazem parte de um projeto experimental com dois anunciantes exclusivos durante um ano: a multinacional LG e a empresa farmacêutica HyperaPharma.

1.2. A mudança de posicionamento da ViaQuatro

Após as publicações das matérias, contendo críticas de advogados e especialistas em proteção de dados pessoais, **a Ré divulgou novo release à imprensa, em maio de 2018, com modificações substanciais no conteúdo e na explicação de como funcionam as "Portas Interativas Digitais"** (Doc. 16). A tabela abaixo apresenta uma comparação entre a primeira nota para a imprensa, divulgada no mês de abril, e a segunda versão da nota.

Na página seguinte constará a **Tabela 1: Comparação entre o conteúdo da primeira e segunda nota para a imprensa divulgada pela ViaQuatro:**

⁴ Ver <<https://www.citylab.com/design/2018/05/the-metro-stations-of-sao-paulo-that-read-your-face/559811/>>. Consultado em 02.07.2018.



	Primeira nota para a imprensa (12/04/2018) (Doc. 08)	Segunda nota para a imprensa (maio de 2018) (Doc. 16)
Título	ViaQuatro lança portas interativas digitais nas plataformas da Linha 4-Amarela	Portas digitais são nova tecnologia nas plataformas da Linha 4-Amarela
Linha fina	Recurso inédito no transporte sobre trilhos no Brasil permite divulgar campanhas interativas e expor marcas e produtos, com monitoramento da audiência em tempo real	Recurso inédito no transporte sobre trilhos no Brasil permite divulgar campanhas de orientação e mensagens de prestação de serviço, além de anúncios publicitários
Estações em que seria implementada	Luz, Paulista e Pinheiros	Luz, República, Paulista, Fradique Coutinho, Faria Lima, Pinheiros e Butantã
Descrição da tecnologia	Sua tecnologia é formada por uma lente com sensor que reconhece a presença humana e identifica a quantidade de pessoas que passam e olham para tela. Basicamente, os dados gerados são identificação de expressão de emoção (raiva, alegria, neutralidade) e características gerais que podem indicar se é um rosto feminino ou masculino.	A tecnologia das portas digitais compreende um sensor instalado em um conjunto de duas portas de plataforma, o qual é programado para contabilizar o número de pessoas que passam em frente à tela. A inovação identifica a presença humana pelas formas do rosto e interpreta, por meio de algoritmos em seu software, algumas expressões faciais, que sugerem quatro tipos de emoção (feliz, insatisfeito, surpreso e neutro). Pela estatura, por exemplo, o sistema faz uma estimativa se o indivíduo é criança, jovem ou adulto. Já pelo formato do rosto sugere o gênero (masculino ou feminino). A tecnologia não recolhe dados pessoais dos passageiros, uma vez que não há qualquer cadastramento , e, portanto, não faz cruzamento de dados. Também não é capaz de captar, gravar ou armazenar imagens.



Declaração do presidente da ViaQuatro	"As portas de plataforma interativas são uma tecnologia inovadora desenvolvida pela ViaQuatro para aprimorar transmissão de informações aos passageiros da Linha 4-Amarela. Essa nova ferramenta na área de comunicação e marketing, com recursos sofisticados, pode colaborar na criação de novas estratégias para públicos específicos, visando mais efetividade na troca de mensagens importantes ou mesmo o incremento em vendas", explica Harald Zwetkoff, presidente da ViaQuatro.	Não há.
Outras informações	Não há.	A ViaQuatro é pioneira no uso dessa tecnologia de leitura de expressões faciais no transporte público brasileiro. É importante destacar que a tecnologia é utilizada em vários setores, em todo o mundo. Há registros de utilização pelas escolas, para fazer análises da motivação dos alunos. Emissoras de televisão utilizam-na para mensurar audiência de forma mais detalhada.

Da comparação entre as duas versões percebe-se uma clara mudança no posicionamento da Ré em relação ao funcionamento da tecnologia instalada. Enquanto na linha fina da primeira nota eram ressaltados os aspectos comerciais, a segunda fala em "campanhas de orientação". Também é omitida da segunda nota a declaração do presidente da ViaQuatro, que destacava o caráter mercadológico da inovação.

Ainda, a nova nota adicionou a informação de que não haveria coleta ou cruzamento de dados ou imagens dos passageiros - embora, como será afirmado no mérito desta demanda, as informações coletadas possam configurar-se dados pessoais, independentemente de cadastramento ou cruzamento de dados. Também destaca-se a rápida expansão da tecnologia: em menos de um mês de operação, as portas interativas, inicialmente previstas em três (3) estações, já haviam sido implementadas em sete (7) estações da Linha 4-Amarela.



Sem se justificar, ou mesmo avisar, a empresa amenizou na segunda versão o emprego comercial da tecnologia, além de colocar a veiculação de avisos ao público como principal funcionalidade do equipamento. Tais ações demonstram que a Ré não se porta como uma fonte credível de informações sobre o funcionamento e as finalidades do sistema que implantou nas estações da Linha 4-Amarela. Não há fiscalização ou garantias de que a empresa não esteja lesando os passageiros no processo de tratamento de seus dados pessoais.

1.3. A remoção das notas à imprensa no sítio da ViaQuatro

Não bastasse a modificação sem aviso do conteúdo de sua publicação - único material de acesso público, até o momento, contendo informações mínimas sobre a operação - a empresa ainda retirou qualquer menção à nova tecnologia de seus canais em agosto de 2018.

Até julho, era possível identificar a segunda matéria publicada pela assessoria de imprensa da ViaQuatro no sítio oficial da empresa. Em pesquisa realizada na época, identificou-se que a nota "portas digitais são nova tecnologia nas plataformas da Linha 4-Amarela" estava disponível para consulta (Doc. 17):



Registro da busca "portas digitais" no sítio da ViaQuatro realizado em julho de 2018



Em agosto de 2018, a pesquisa com os termos “portas digitais” ou “portas interativas” revela que não há mais informações disponíveis (Doc. 18). E o link do release anterior aparece fora do ar (Doc. 19). Pode-se inferir, portanto, que a nota à imprensa foi simplesmente retirada do sítio da empresa:



Pesquisa com os termos "portas digitais" realizada em agosto de 2018

A divulgação de informações confiáveis e claras sobre o funcionamento e finalidades das portas interativas digitais é condição para o debate público, assim como a clareza nos informes aos passageiros do metrô sobre qualquer coleta de dados a partir de um sistema fechado instalado nas estações. Ao limitar as informações a uma nota de imprensa, alterar seu conteúdo sem aviso e, posteriormente, retirar a informação de seu sítio eletrônico, a Ré torna inviável que os passageiros formem uma opinião informada sobre permitir, negar ou revogar a cessão de dados sobre seu gênero, idade, reações e, principalmente, sua face.

A decisão sobre permitir, negar ou revogar é imposta pela empresa como uma questão de “tudo ou nada”: a pessoa tem que aceitar os termos da ViaQuatro (que sequer são devidamente apresentados) ou escolher outro jeito de circular pela cidade que não passe pelas estações da Linha 4-amarela do transporte público sobre trilhos.



Logo, a empresa nem mesmo oferece aos passageiros a opção de decidir que não querem ter seus dados extraídos e processados nesse sistema, cujo funcionamento e finalidades são obscuros e dão margem a pesquisas de mercado sem consentimento dos consumidores.

A situação, neste caso, é ainda mais preocupante dado que a coleta dos dados ocorre em local público e de trânsito imprescindível para muitos dos passageiros. Passar pela plataforma, ponto dentro das estações onde se encontram as portas digitais interativas, é indispensável para qualquer um que queira embarcar ou desembarcar nas estações nas quais esse sistema foi instalado.

Ainda que, conforme a segunda versão da nota de imprensa, a empresa não grave ou armazene imagens, não é verificável pelo passageiro se o sistema é ou não capaz de operar a sua identificação de forma individual por outros mecanismos.

Diante desses fatos, o Idec notificou a ViaQuatro, em 20 de agosto de 2018, para que esta se posicionasse e fornecesse mais informações acerca do sistema de captura das emoções nas “portas interativas”, por carta (Doc. 20) e e-mail destinados ao presidente da empresa (Doc. 21). Embora três tentativas de entrega tenham sido feitas pelos Correios, a carta foi devolvido pela justificativa de “ausência” do destinatário (Doc. 22). Apesar disso, foi registrada confirmação de leitura do e-mail enviado com o mesmo conteúdo da carta (Doc. 23), não tendo a referida empresa respondido até o presente momento.

Frise-se que nas estações não há qualquer sinalização clara sequer de que é realizada uma coleta de dados, o que faz com que o cidadão seja impedido de buscar formas de reivindicar seus direitos ou ainda alguma fiscalização. Parece que se espera que o passageiro estabeleça uma relação de confiança com a ViaQuatro, a mesma empresa que impõe uma pesquisa de mercado baseada na extração de suas informações e que não lhe oferece qualquer clareza sobre o modo como seus dados estão sendo triados e classificados.



Demonstrada a incapacidade da empresa em deixar esses termos minimamente claros e dar oportunidade para que os passageiros decidam por si acerca do fornecimento de seus dados, há bases importantes para se questionar a habilitação da Ré de expor os passageiros aos riscos individuais e potenciais efeitos sociais negativos que envolvem a operação desse tipo de equipamento. Como será argumentado na seção a seguir, a conduta da parte Ré implica uma série de violações de normas do ordenamento jurídico.

2. DO DIREITO

2.1. PRELIMINARMENTE

2.1.1. Da competência da Justiça Estadual

Na presente ação civil pública busca-se a declaração de ilegalidade da implementação das *portas interativas digitais* instaladas pela ViaQuatro, concessionária da Linha 4 do Metrô de São Paulo S.A., as quais compulsoriamente coletam dados sensíveis dos usuários, inacessíveis aos mesmos, com finalidade lucrativa. Sendo a causa de pedir voltada exclusivamente para a relação de consumo direta, resta clara a competência da Justiça Estadual para julgar a demanda, com base no Art. 2º da lei 7.347, de 24 de julho de 1985.

2.1.2. Da Legitimidade Passiva

A concessionária relacionada no polo passivo é a responsável direta pela implementação das *portas interativas digitais* nas estações de Metrô da Linha 4. Como narrado nos fatos desta petição e como será demonstrado, a empresa Ré viola direitos dos consumidores, usuários do serviço público de transporte.

Sublinha-se que a execução do serviço público de transporte da Linha 4 do Metrô é delegada à concessionária de nome fantasia ViaQuatro, a qual exerce tal atividade em nome próprio, por sua conta e risco. Sendo uma fornecedora de serviço, nos termos do que define o art. 3º e seu §2º do Código de Defesa do Consumidor, respectivamente, consumada está a relação de consumo, dada entre a concessionária e os usuários da Linha 4.



2.1.3. Da Legitimidade Ativa

O associativismo é incentivado pela Constituição Federal nos artigos 5º, XVII, XVIII, XIX, XX, XXI e 174, §2º, para que a própria sociedade civil se estruture para reivindicação de seus direitos e o exercício da cidadania. A interpretação sistemática desses dispositivos confere às associações civis a legitimidade para promoção da tutela, como o caso vertente.

Além da previsão constitucional, a legitimidade das associações decorre também da lei como é o caso da Lei da Ação Civil Pública (LACP), Lei nº 7.347/85 e o Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078/90, cujos artigos 5º e 82, respectivamente, trazem rol de entidades que têm legitimidade para a tutela coletiva. Diz-se tutela coletiva aquela espécie de ação apta a perseguir os direitos difusos, coletivos *strictu sensu* e os individuais homogêneos.

O Código de Defesa do Consumidor, com seu caráter aperfeiçoador da tutela coletiva no país, define os direitos ou interesses coletivos *lato sensu* tal como segue:

“Art. 81 - A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único: A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:
(...)

III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum”.

O rol dos legitimados para a propositura das ações coletivas está no artigo 82, IV, do CDC, *in verbis*:

“Art. 82 – Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente:

(...)

IV – as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este Código, dispensada a autorização assemblear.”



A norma, então, permite que os legitimados acima, entre os quais associações como o Idec, defendam direitos difusos e coletivos dos consumidores e, ainda, na qualidade de substitutos processuais, defendam em nome próprio direito individual alheio dos consumidores, desde que de origem comum, sendo cabível toda e qualquer tipo de ação, inclusive a coletiva.

A Lei da Ação Civil Pública, por sua vez, em seu artigo 1º, inciso II, é explícita ao dispor sobre sua aplicação à defesa do consumidor:

“Art 1º. Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, **as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados:**

I – (...)

II – **ao consumidor.**”

Já o artigo 5º, da LACP, já confere legitimidade às associações civis, como o Idec, para sua propositura. Ressalte-se que há perfeita interação da Lei da Ação Civil Pública e do Código de Defesa do Consumidor. São normas que se complementam. As inovações trazidas por aquela aplicam-se a este, do mesmo modo que os avanços do Código são incorporados àquela.

A respeito da citada interação, esclarece, com maestria, Professor Kazuo Watanabe⁵:

“A mais perfeita interação entre o Código e a Lei n. 7.347, de 24.7.85 está estabelecida nos arts. 90 e 110 *usque* 117, de sorte que **estão incorporados ao sistema de defesa do consumidor as inovações introduzidas pela referida lei especial, da mesma forma que todos os avanços do Código são também aplicáveis ao sistema de tutela de direitos criado pela Lei n. 7.347.**”

Inegável a intenção do legislador em adotar uma solução mista de defesa de tais interesses e direitos, atribuída a vários órgãos públicos ou privados. O fato de conferir legitimação às associações não governamentais para a propositura de ações coletivas configura uma contribuição para melhor tutela de interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos e, ainda, retira

⁵ WATANABE, Kazuo. *Código de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*, 6. ed., Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1999, p. 711.



do Estado um grande ônus, fazendo com que haja valorização da democracia participativa e melhor funcionamento da máquina pública, sem contar o enorme benefício trazido àqueles efetivamente tutelados por tais instituições.

A presente demanda trata, indubitavelmente, de direitos individuais homogêneos, envolvendo mais de 600 mil usuários que utilizam a Linha 4 diariamente⁶ - metade deles frequentam as estações onde foram instaladas tais câmeras⁷.

Os direitos individuais homogêneos são aqueles em que a situação jurídica tenha origem comum para todos os titulares do direito violado, ainda que se possa individualizar o dano sofrido e sua extensão.

No presente caso, a similitude fática, consubstanciada na origem comum do fato lesivo, e sua irradiação uniforme para todos os consumidores usuários do serviço de transporte da Linha 4 do Metrô revelam a presença dos valores intrínsecos à tutela coletiva acima expendidos.

Desta maneira entende a mais respeitável doutrina:

“Origem comum não significa, necessariamente, uma unidade factual e temporal. As vítimas de uma publicidade enganosa veiculada por vários órgãos de imprensa e em repetidos dias ou de um produto nocivo à saúde adquirido por vários consumidores num largo espaço de tempo e em várias regiões têm, como causa de seus danos, fatos com homogeneidade tal qual tornam a ‘origem comum’ de todos eles”⁸.

No caso em espécie, a instalação procedida pela Ré das *portas interativas digitais* ameaça o direito fundamental à privacidade ao captar dados sensíveis compulsoriamente dos usuários da Linha 4 do Metrô, lesando direitos dos consumidores. A prática, que também pode ser entendida como uma “pesquisa de opinião compulsória”, também se configura como abuso de direito,

⁶ Disponível em: <http://www.viaquatro.com.br/imprensa/noticias/mais-de-600-mil-passageiros-usam-a-linha-4-diariamente?releaseid=10386> (último acesso em 24/07/2018)

⁷ Disponível em: <https://www.metrocptm.com.br/conheca-as-estacoes-mais-movimentadas-do-metro-e-da-cptm/> (último acesso em 24/07/2018)

⁸ WATANABE, Kazuo. **Código brasileiro de defesa do consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto, 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004, p. 629.



ensejando a aplicação do artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor e a proteção do consumidor contra práticas abusivas no fornecimento de serviços.

Diante de todo o exposto, tratando a presente demanda de direitos individuais homogêneos dos consumidores (que podem e devem ser tratados coletivamente) e, tendo em vista as disposições dos artigos da Constituição Federal e legislação infraconstitucional acima elencados, fácil notar a legitimidade das associações civis, como o Idec, para a promoção da presente demanda.

Neste sentido, o Idec é uma associação civil sem fins lucrativos, fundada em julho de 1987, cuja finalidade precípua é a defesa do consumidor desenvolvendo, para tanto, várias atividades, entre elas a propositura de ações judiciais, nos termos da lei. Com relação aos fins institucionais do Instituto-Autor, vale transcrever os artigos 1º e 3º, alínea “f” do seu Estatuto (Doc. 01), *in verbis*:

“Art. 1º – O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – Idec, é uma associação civil de finalidade social, sem fins econômicos e lucrativos, apartidária, regida pela legislação vigente e por este Estatuto, constituída por prazo indeterminado e situada à Rua Desembargador Guimarães, 21, São Paulo, SP.”

(...)

“Artigo 3º - Para cumprir seus objetivos, poderão ser desenvolvidas atividades:

(...)

f) atuar judicial ou extrajudicialmente em defesa do consumidor, associado ou não, nas relações de consumo e qualquer outra espécie de relação correlata, coletiva ou individualmente, também perante os poderes públicos, inclusive nos casos em que o consumidor seja prejudicado com a exigência de tributos;”

Os artigos supramencionados, portanto, demonstram que entre as finalidades do Idec está a defesa dos direitos do consumidor por meio de ações judiciais. Lembra-se, inclusive, que seu fim institucional é a proteção do consumidor no sentido mais amplo (desde sua fundação) e não apenas o consumidor juridicamente definido no CDC.



Oportuno acrescentar que a legitimidade do Idec para a promoção de ações judiciais como a em tela, já é assunto pacificado na jurisprudência. Colaciona-se alguns exemplos abaixo:

“Direito do Consumidor e Processo Civil. Recurso especial. Ação coletiva. Legitimidade do IDEC para a propositura da ação. Direitos individuais homogêneos. Declaração de nulidade de cláusula de contrato de consórcio. Restituição de valores.

- A pertinência subjetiva da entidade associativa de defesa do consumidor para ajuizar ação coletiva se manifesta pela natureza dos interesses e direitos tutelados – individuais homogêneos.

- Os direitos individuais homogêneos referem-se a um número de pessoas ainda não identificadas, mas passível de ser determinado em um momento posterior, e derivam de uma origem comum, do que decorre a sua homogeneidade.

- A origem comum dos direitos individuais homogêneos versados neste processo consiste na declaração de nulidade de cláusula contratual que prevê a devolução das parcelas do contrato de consórcio, após 30 (trinta) dias do encerramento do grupo, aos consorciados desistentes ou excluídos. Recurso especial conhecido e provido.” (REsp 987.382/SP, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 01/12/2009, DJe 09/12/2009)

Portanto, demonstrados os fins institucionais do autor e a pertinência temática com o objeto da referida ação, preenchido está o requisito de legitimidade, de acordo com o artigo 82 e seguintes do Código de Defesa do Consumidor e 5º da LACP, sendo, patente, outrossim, a adequação da via eleita, que decorre das disposições legais acima citadas.

2.2 DO MÉRITO

2.2.1 COLETA ILEGAL DE DADOS PARA FINS DE RECONHECIMENTO FACIAL

Como se denota do contorno fático desta Ação Civil Pública, é possível que haja atribuição de Identificadores Únicos na coleta e tratamento das imagens dos passageiros que utilizam a Linha Quatro do Metrô de São Paulo. Nesse caso, há clara violação de direitos coletivos, decorrentes de uma leitura conjunta da Constituição Federal e das normas infraconstitucionais que tratam da proeminência do consentimento em processos de coleta de dados.



A seguir, argumenta-se como se dá o regime jurídico de proteção de dados pessoais no Brasil com a aprovação da Lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais) e quais as violações de direitos com ou sem tratamento de dado biométrico. Argumenta-se, também, que há violação dos direitos das crianças, um tópico desenvolvido à parte.

2.2.2. Regime jurídico da proteção de dados pessoais

A proteção de dados pessoais no Brasil é um direito decorrente do direito constitucional à vida privada e intimidade. Diz a Constituição Federal:

“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 - 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”;

A proteção de dados pessoais configura-se a partir da interpretação conjunta da Constituição Federal, do Código Civil (em especial o Capítulo II, que trata dos direitos da personalidade)⁹, do Código de Defesa do Consumidor (em especial o capítulo “Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores”¹⁰), da Lei de Acesso à Informação (em especial da seção V intitulada “Das Informações Pessoais”¹¹), do Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014) e da Lei do Cadastro Positivo (Lei 12414/2011).

De acordo com o direito brasileiro, é direito básico do usuário de serviços públicos a “proteção de suas informações pessoais, nos

⁹ Art. 11. Com exceção dos casos previstos em lei, os direitos da personalidade são intransmissíveis e irrenunciáveis, não podendo o seu exercício sofrer limitação voluntária. (...) Art. 20. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais.

¹⁰ 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.

¹¹ Art. 31. O tratamento das informações pessoais deve ser feito de forma transparente e com respeito à intimidade, vida privada, honra e imagem das pessoas, bem como às liberdades e garantias individuais.



termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011” (art. 6º, IV, do Código de Defesa dos Direitos do Usuário dos Serviços Públicos).

A Lei de Acesso à Informação, por sua vez, define que “informação pessoal” é “aquela relacionada à pessoa natural identificada ou identificável”.

Já o Art. 31 da Lei de Acesso à Informação (LAI) também dispõe que o tratamento de informações pessoais **deve ser feito de forma transparente**, e qualquer transferência a terceiros apenas poderá ser realizada caso estipulada por previsão legal ou **com consentimento expresso do titular dos dados**.

A recente aprovação da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei 13.709/2018) harmonizou essas legislações esparsas e definiu um conceito jurídico para dados pessoais no direito brasileiro. Diz a legislação:

“Art. 5º Para os fins desta Lei, considera-se:
I - dado pessoal: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável”;

A legislação também definiu o importante conceito jurídico de “tratamento de dados pessoais”. Conforme a legislação, o tratamento é “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” (Lei 13.709/2018, Art. 5º, X).

Nos termos de Stefano Rodotà, a proteção de dados pessoais não pode ser pensada nos parâmetros clássicos do “direito à privacidade” enquanto pessoa-informação-sigilo, mas sim no quadrinômio pessoa-informação-circulação-controle.¹²

Por tal motivo, a Lei de Dados Pessoais no Brasil estrutura-se a partir do conceito de *consentimento* enquanto “manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus

¹² RODOTÁ, Stefano. *A Vida na sociedade da vigilância: a privacidade hoje*. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.



dados pessoais para uma finalidade determinada” (Lei 13.709/2018, Art. 5º, XII). Cria, também, uma *moldura principiológica* para todo o processo de tratamento de dados pessoais, centrada em dez princípios centrais:

- “I - *finalidade*: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades;
- II - *adequação*: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento;
- III - *necessidade*: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados;
- IV - *livre acesso*: garantia, aos titulares, de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integralidade de seus dados pessoais;
- V - *qualidade dos dados*: garantia, aos titulares, de exatidão, clareza, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento;
- VI - *transparência*: garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial;
- VII - *segurança*: utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão;
- VIII - *prevenção*: adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais;
- IX - *não discriminação*: impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos;
- X - *responsabilização e prestação de contas*: demonstração, pelo agente, da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais e, inclusive, da eficácia dessas medidas”.



Tal como existente no Regulamento Geral de Proteção de Dados Pessoais da União Europeia,¹³ o direito brasileiro passará a exigir com a Lei 13.709/2018, requisitos para o tratamento de dados pessoais. Qualquer processo de tratamento de dados pessoais precisa cumprir com as condições impostas pelo Art. 7º da legislação, em especial o inciso I que diz, *in verbis*:

Art. 7º O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses:

I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;

A legislação também consagrou um regime específico para a obtenção de consentimento pelo titular dos dados pessoais. Com essa regra, fortalece-se a autonomia dos indivíduos perante a coleta de suas informações pessoais. A legislação não exige um consentimento *por escrito*, mas sim uma forma de demonstração de *manifestação de vontade* das pessoas (art. 8º, §§ 2º e 3º):

“Art. 8º O consentimento previsto no inciso I do art. 7º desta Lei deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular.

(...)

§ 2º **Cabe ao controlador o ônus da prova de que o consentimento foi obtido em conformidade com o disposto nesta Lei.**

§ 3º **É vedado o tratamento de dados pessoais mediante vício de consentimento.**

(...)

Conforme reconhecido por doutrinadores do campo da proteção de dados pessoais e do direito do consumidor, essa definição do princípio da “autodeterminação informativa” e da importância do consentimento livre e informado teve suas primeiras manifestações jurídicas estipuladas no Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990), na Lei do Cadastro Positivo (Lei 12.414/2011) e no Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014).

Em *O diálogo entre o Marco Civil da Internet e o Código de Defesa do Consumidor*, publicado por Laura Schertel Mendes na *Revista do Direito do Consumidor* em agosto de 2016, a professora da Universidade de Brasília argumenta que:

¹³ Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD) (UE) 2016/679. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=OJ:L:2016:119:FULL&from=PT>



“A autorização pelo consumidor, como regra geral, **é um pressuposto essencial para o tratamento de dados pessoais nas relações de consumo**, inclusive aquelas desenvolvidas no ambiente virtual. Afinal, se os dados pessoais referem-se ao seu titular e o representam, afetando a sua personalidade, somente ele pode decidir a respeito do fluxo desses dados, salvo em casos excepcionais ou expressa previsão legal. Tal conceito, **que já podia ser extraído do Código de Defesa do Consumidor**, tornou-se requisito expresso a partir da promulgação do Marco Civil. Trata-se da concretização do princípio da liberdade de escolha do consumidor (art. 6º, II, CDC). A regra do consentimento está prevista no art. 7º, XII e IX, do Marco Civil da Internet. Enquanto o inc. VII condiciona o fornecimento a terceiros dos dados pessoais ao consentimento livre, expresso e informado do usuário, salvo em caso de previsão legal, o inc. IX estabelece norma geral acerca do consentimento em caso de coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, prevendo ainda que o consentimento deve constar de cláusula destacada. Essa regra básica para a legitimidade do tratamento de dados pessoais também está presente na Lei federal de proteção de dados alemã, que determina que a coleta, o processamento e a utilização de dados pessoais somente são permitidos se autorizados por lei ou consentidos pelo titular (§1º, 1, BDSG). Para que o tratamento constitua a real manifestação de vontade do consumidor de submeter os seus dados pessoais a tratamento, ele tem que atender a determinados requisitos. Assim, entende-se que o consentimento somente é válido se for expresso, livre, específico e informado. (...) Além do consentimento ou outro fundamento legítimo para o tratamento de dados, a análise da legitimidade do tratamento de dados deve levar em conta a boa-fé objetiva, as expectativas legítimas do consumidor, bem como os impactos e os riscos de tratamento de dados pessoais para o consumidor”¹⁴.

Da leitura do excerto acima, resta nítido que o tratamento de dados pessoais no âmbito de uma relação de consumo está sujeito à Constituição Federal e à legislação de proteção ao consumidor. Denota-se, a partir de uma leitura conjunta do Código de Defesa do Consumidor, do Código Civil, da Lei do Cadastro Positivo e do Marco Civil da Internet, toda uma sistematização jurídica baseada nos direitos básicos de transparência, na proteção das pessoas naturais e na “evolução de um conceito de

¹⁴ MENDES, Laura Schertel. O diálogo entre o Marco Civil da Internet e o Código de Defesa do Consumidor, *Revista de Direito do Consumidor*, n. 106, julho/agosto, 2016.



autodeterminação informativa no nosso ordenamento, ao estabelecer mecanismos de controle do indivíduo sobre os seus dados”¹⁵.

Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor possui um regramento específico sobre bancos de dados e cadastros de consumidores, nos seguintes termos:

“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 informações de que trata o caput deste artigo devem ser disponibilizadas em formatos acessíveis, inclusive para a pessoa com deficiência, mediante solicitação do consumidor”.

Conforme defendido por Laura Schertel Mendes, extrai-se desse dispositivo o conceito segundo o qual “qualquer registro de dados pessoais deve se submeter ao crivo da legalidade, na medida em que a lei determina que os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores são considerados públicos e, portanto, devem respeitar os limites legais”¹⁶ (Doc. 24).

¹⁵ MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo: Saraiva, 2014, p. 146.

¹⁶ MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo: Saraiva, 2014, p. 143.



Assim, qualquer armazenamento de dados pessoais, “por se referir à personalidade do consumidor, não diz respeito à esfera empresarial apenas, mas sim ao público e, portanto, a ele se aplica o regime constitucional e legal”¹⁷.

O Código Civil também estabelece, no artigo 21, que “a vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz, a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma”. Aplicando-se a teoria do diálogo das fontes desenvolvido por Cláudia Lima Marques,¹⁸ tem-se que, com a interpretação sistemática da Constituição Federal e do Código de Defesa do Consumidor, a explicitação da proteção da personalidade e da privacidade no âmbito do direito civil e a consolidação de um conceito de direito à privacidade do consumidor¹⁹.

Soma-se a esse panorama normativo, a aplicação do princípio do consentimento previsto em legislações federais como o Cadastro Positivo²⁰ e o Marco Civil da Internet. Diz a Lei 12.414/2011:

“Art. 4o A abertura de cadastro requer autorização prévia do potencial cadastrado **mediante consentimento informado** por meio de assinatura em instrumento específico ou em cláusula apartada.

§ 1o Após a abertura do cadastro, a anotação de informação em banco de dados independe de autorização e de comunicação ao cadastrado.

§ 2o Atendido o disposto no caput, as fontes ficam autorizadas, nas condições estabelecidas nesta Lei, a fornecer aos bancos de dados as informações necessárias à formação do histórico das pessoas cadastradas”.

¹⁷ MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo: Saraiva, 2014, p. 143.

¹⁸ BENJAMIN, Antônio Herman; MARQUES, Claudia Lima. A teoria do diálogo das fontes e seu impacto no Brasil : uma homenagem a Erik Jayme. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 27, n. 115, p. 21-40, jan./fev. 2018.

¹⁹ MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo: Saraiva, 2014, p. 146.

²⁰ Ao analisar o panorama jurídico criado pela Constituição Federal, o Código Civil, o Código de Defesa do Consumidor e a Lei do Cadastro Positivo, Leonardo Bessa argumentou: “O debate em torno do tema deve pressupor que a proteção de dados pessoais é direito fundamental, projeção da dignidade da pessoa humana. (...) O direito à privacidade, a proteção de dados pessoais deve servir, antes de tudo, para promover a personalidade humana, privilegiando-se escolhas e decisões individuais (...) Afinal, a liberdade, a possibilidade de autodeterminação é importante aspecto da própria dignidade humana”. BESSA, Leonardo. *Cadastro Positivo: Comentários à Lei 12.414/2011*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 98.



O “princípio do consentimento”, enquanto elemento basilar da proteção de dados pessoais, também é consagrado no Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014):

“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;

IV - não suspensão da conexão à internet, salvo por débito diretamente decorrente de sua utilização;

V - manutenção da qualidade contratada da conexão à internet;

VI - informações claras e completas constantes dos contratos de prestação de serviços, com detalhamento sobre o regime de proteção aos registros de conexão e aos registros de acesso a aplicações de internet, bem como sobre práticas de gerenciamento da rede que possam afetar sua qualidade;

VII - 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;

VIII - informações claras e completas sobre coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de seus dados pessoais, que somente poderão ser utilizados para finalidades que:

a) justifiquem sua coleta;

b) não sejam vedadas pela legislação; e

c) estejam especificadas nos contratos de prestação de serviços ou em termos de uso de aplicações de internet;

IX - **consentimento expresso sobre coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, que deverá ocorrer de forma destacada das demais cláusulas contratuais;**

X - exclusão definitiva dos dados pessoais que tiver fornecido a determinada aplicação de internet, a seu requerimento, ao término da relação entre as partes, ressalvadas as hipóteses de guarda obrigatória de registros previstas nesta Lei;

XI - publicidade e clareza de eventuais políticas de uso dos provedores de conexão à internet e de aplicações de internet;

XII - acessibilidade, consideradas as características físico-motoras, perceptivas, sensoriais, intelectuais e mentais do usuário, nos termos da lei; e



XIII - aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor nas relações de consumo realizadas na internet.

Evidente, portanto, a existência de um robusto regime jurídico de proteção de dados pessoais, construído a partir das normas jurídicas da Constituição Federal, do Código de Defesa do Consumidor, do Código Civil, da Lei do Cadastro Positivo e do Marco Civil da Internet, sendo possível identificar o “princípio do consentimento”²¹ como elemento basilar do regime de proteção de dados pessoais e a existência de um direito fundamental à proteção de dados pessoais dos consumidores.

Como será demonstrado nos tópicos a seguir, a utilização das “Portas Interativas” pela Via Quatro implica em *tratamento de dados pessoais* e falha em cumprir com os requisitos mínimos de legalidade criados pelo direito brasileiro.

2.2.3 Violação de direito por tratamento de dado biométrico sem consentimento

Uma primeira questão a ser definida é se as imagens coletadas pelas “Portas Interativas” são processadas e capazes de gerar Identificadores Únicos para cada avatar de expressão humana captada pelas câmeras instaladas no metrô, promovendo a identificação única e inequívoca de uma pessoa.

As poucas informações disponíveis sobre as portas interativas digitais (que “podem indicar se é um rosto feminino ou masculino” e fazer “identificação de expressão de emoção”, conforme a assessoria de imprensa da ViaQuatro informa), sugerem que **a empresa dilui o indivíduo e reconstrói a partir de seus dados uma figura em padrões de**

²¹ Aqui vale lembrar a lição doutrinária do civilista Danilo Doneda: “o consentimento, nas matérias que envolvem diretamente a personalidade, assume hoje um caráter bastante específico. A evolução tecnológica é responsável por um crescimento das possibilidades de escolha que podem ter reflexos diretos para a personalidade, visto que várias configurações possíveis, referentes tanto à privacidade como à imagem, identidade pessoal, disposição sobre o próprio corpo e outras, são possíveis e dependem de alguma autonomia privada. O consentimento, ao sintetizar esta atuação da autonomia privada em um determinado momento, há de ser interpretado como o instrumento por excelência da manifestação da escolha individual, ao mesmo tempo que faz referência direta aos valores fundamentais em questão”. DONEDA, Danilo. *Da Privacidade à Proteção dos Dados Pessoais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006, p. 371.



reconhecimento que são determinados por ela ou algum outro ator privado que é velado nesse processo.

A tecnologia de “reconhecimento de emoções”, tal como utilizada pela Via Quatro, baseia-se em tecnologia já bastante disseminada em centros de pesquisa e inovação.

Em 2012, pesquisadores da Universidade da Califórnia registraram a patente “Representação unificada de rostos para reconhecimento individual em vídeos de vigilância e sistema de super-resolução de logotipos de veículos” (*Unified face representation for individual recognition in surveillance videos and vehicle logo super-resolution system*) e argumentaram que “a expressão facial desempenha um papel significativo na comunicação humana, além de ser considerada a pista mais importante na psicologia da emoção”.

Segundo os pesquisadores, “o reconhecimento automático de emoções a partir de imagens da expressão facial humana tem sido um problema interessante e desafiador nos últimos 30 anos. Tendo em vista as aplicações da análise do comportamento humano, interação humano-humano e interação humano-computador, esse tópico atraiu ainda mais atenção”²². Eis a descrição básica do método:

“Uma nova representação baseada em imagem e uma imagem de referência associada são divulgadas, denominadas imagem do avatar de emoção (EAI), e a referência do avatar, respectivamente, que aproveita a rotação da cabeça fora do plano. O método não é apenas robusto para outliers, mas também fornece um método para agregar informações dinâmicas de expressões com vários comprimentos. A abordagem da análise da expressão facial pode consistir dos seguintes passos: 1) detecção de face; 2) registro de rosto de quadros de vídeo com a referência de avatar para formar a representação EAI; 3) cálculo de recursos do EAI usando padrões binários locais e quantização de fase local; e 4) a classificação do recurso como um dos tipos de emoção, usando um classificador de máquina vetorial de suporte linear”²³ (tradução livre).

²²

Original

em:

<https://patents.google.com/patent/US20160217319A1/en?q=emotion+recognition&q=face&q=vectors&q=emotion+recognition+face+vectors>

²³ Idem.



Na descrição da tecnologia pelos pesquisadores da Universidade de Califórnia, fica claro que é possível a identificação única de uma pessoa por técnicas de “ancoragem” e identificação de emoções por análise geométrica de elementos específicos do rosto de uma pessoa. Eis trecho significativo da explicação sobre como funciona o reconhecimento de emoções:

“Uma técnica que algoritmos de última geração usam é a “2-D affine transformation”. Um número de “pontos de ancoragem” faciais é definido, cujo movimento é relativamente estável durante as expressões faciais. Esses pontos de ancoragem incluem localizações dos olhos, cantos internos e externos dos olhos e a ponta do nariz. Por exemplo, também é possível definir um local de destino correspondente para cada ponto de ancoragem. Uma vez, os pontos de ancoragem são detectados, a matriz de transformação afim poderia ser computada minimizando a soma ou o erro de quadrado mínimo da localização detectada e da localização de destino dos pontos de ancoragem. Essa transformação afim é aplicada posteriormente a toda a imagem da face para concluir a etapa de registro. (...) As técnicas de registro baseadas em transformação de imagem no plano não alteram a geometria ou a aparência dos traços faciais; portanto, **a informação específica da pessoa é retida.** (...) As abordagens baseadas em geometria rastreiam a geometria dos pontos de referência ao longo do tempo e usam suas relações geométricas ou dinâmicas como o recurso. Se os locais dos pontos de referência faciais forem normalizados e somente a quantidade de mudança de local for considerada como o recurso, ele se enquadrará na categoria de um recurso independente de pessoa”²⁴ (tradução livre).

Há, nessa patente, figuras que ilustram como as bases de dados são treinadas para identificar traços de emoções e como se dá o processo de coleta de imagem, criação do avatar da pessoa e a aplicação das técnicas de identificação dos pontos de ancoragem faciais, conforme se verá a seguir:

²⁴ Unified Face Representation for Individual Recognition in Surveillance Videos and Vehicle Logo Super-Resolution System, *US 2016/0217319 A1*, parágrafo 45. Disponível em: <https://patentimages.storage.googleapis.com/c2/ac/3d/edb04fb5d90aa1/US20160217319A1.pdf>

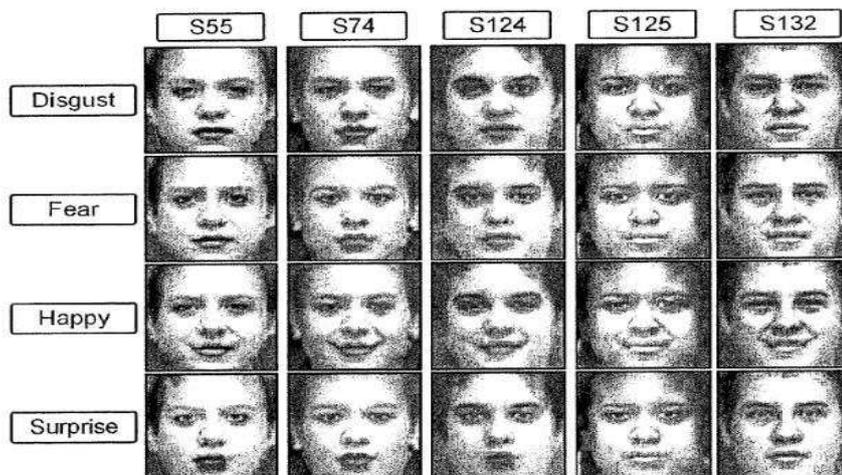


Figura disponível em "Unified Face Representation for Individual Recognition in Surveillance Videos and Vehicle Logo Super-Resolution System", US 2016/0217319 A1

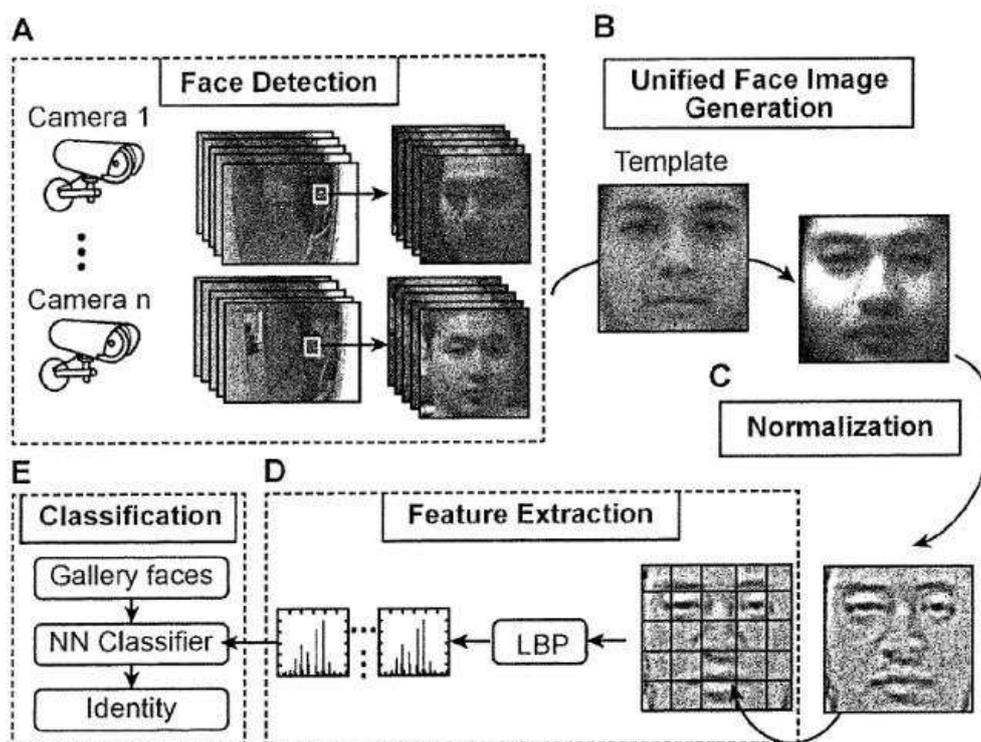


FIG. 14

Figura disponível em "Unified Face Representation for Individual Recognition in Surveillance Videos and Vehicle Logo Super-Resolution System", US 2016/0217319 A1



De antemão, é impossível provar qual é exatamente o tipo de tecnologia utilizada pela ViaQuatro para identificação das emoções humanas e qual é o tipo de metodologia aplicada em seus sistemas computacionais, de modo que a inversão do ônus da prova, no presente processo para facilitação da defesa dos consumidores em juízo, conforme bem determina o art. 6º, VIII, CDC é medida que se impõe.

Por outro lado, a julgar pelo conteúdo de patente que demonstra técnica muito semelhante, abre-se a possibilidade de atribuição de Identificadores Únicos gerados a partir dos pontos de ancoragem do avatar. Nesse caso, há claramente a **possibilidade de identificação de uma pessoa natural**, principalmente considerando que os “pontos de ancoragem” geram uma representação matemática de características únicas de um rosto humano, há o tratamento de um dado pessoal sensível, que é o dado biométrico.

Logo, as violações ao arcabouço normativo que regula a proteção de dados pessoais atualmente no Brasil é clara, conforme se passará a demonstrar:

A ausência de consentimento informado sobre a coleta de dados sensíveis (dados biométricos) também implica em grave violação do Código de Defesa do Consumidor, em especial nos direitos básicos do consumidor relativos à compreensão dos riscos informacionais da coleta de sua emoção e seus dados biométricos (CDC, art. 6º, I) e das características básicas de como funciona o serviço de análise desses dados (CDC, art. 6º, III). Diz o Código nesse aspecto:

“Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança **contra os riscos provocados** por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, **asseguradas a liberdade de escolha** e a igualdade nas contratações;

III - 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**;

(...)



Como não há consentimento livre, específico, informado e em destaque dos titulares dos dados - nenhum dos 600 mil usuários que utilizam diariamente a Linha Quatro do metrô de São Paulo concordaram ou deram seu consentimento informado -, há uma violação do ordenamento jurídico brasileiro, colocando os consumidores e pessoais naturais em situação de ausência de controle e autodeterminação informativa sobre seus dados biométricos, em violação ao art. 5º da Constituição, art. 21 do Código Civil e art. 6º do Código de Defesa do Consumidor.

Se vigente a Lei de Proteção de Dados Pessoais, recentemente promulgada, haveria, também, violações nítidas à ela, em especial ao art. 5º, II, que define o dado biométrico como dado pessoal sensível e, ao seu art. 11, que também descreve a necessidade de consentimento específico e destacado da pessoa para divulgação de dado pessoal sensível.²⁵

1.3. Violação de direito por ausência de consentimento na coleta de dado pessoal

Mesmo no caso hipotético de demonstração, em juízo, da eliminação de toda e qualquer informação que permita a geração de dados biométricos únicos pelo sistema de "Portas Inteligentes", é possível argumentar que há tratamento de dados pessoais pela simples coleta de imagens pelo sistema implementado pela Via Quatro.

E isso, porque, indubitavelmente, há *coleta de dados* pela captura de imagens nas câmeras que foram instaladas nas "Portas Interativas" da ViaQuatro, independentemente da análise técnica de quais os processos subsequentes para normalização e atribuição dos "pontos de ancoragem" que permitem inferir expressões humanas de alegria, tristeza e indiferença.

²⁵ Considerando que os "pontos de ancoragem" geram uma representação matemática de características únicas de um rosto humano, há o tratamento de um dado pessoal sensível, que é o dado biométrico. Nesse caso, há uma violação dos parâmetros definidos pelo art. 11 da Lei 13.709/2018: "Art. 11. O tratamento de dados pessoais sensíveis somente poderá ocorrer nas seguintes hipóteses: I - quando o titular ou seu responsável legal consentir, de forma específica e destacada, para finalidades específicas";



O trabalho "*Facial recognition systems and their data protection risks under the General Data Protection Regulation*", elaborado por R. Coseraru (2017) na Universidade de Tilburg (Holanda), enfrenta a questão de definir se imagens digitais de rostos configuram ou não dados pessoais nos termos da legislação europeia. Ao visitar os documentos técnicos da *Article 29 Working Party* (o instrumento de coordenação das Autoridades de Proteção de Dados Pessoais dos Estados-membro da União Europeia), Coserasu argumenta que, a depender de como a imagem é captada, há claramente coleta de dados pessoais:

“O Grupo de Trabalho menciona que, quando uma imagem digital contém o rosto de um indivíduo que é claramente visível e permite que esse indivíduo seja identificado, **ele será considerado um dado pessoal**. Conseqüentemente, há algumas circunstâncias que devem ser levadas em conta quando deve ser decidido se uma imagem digital é dados pessoais ou não. Nesse sentido, a qualidade da imagem ou o ponto de vista particular podem ser importantes. Por exemplo, as imagens de indivíduos que são tiradas de longe ou que são borradas, geralmente não são consideradas dados pessoais. Para que seus rostos sejam detectados e para que sejam identificados, os titulares de dados devem olhar para frente e preencher a área dos Sistemas de Reconhecimento Facial. (...) Além disso, por padrão, um modelo de referência é da mesma forma dados pessoais, desde que ele incorpore características particulares da face de um indivíduo que possam estar associadas àquele indivíduo e guardadas para uma comparação futura, identificação ou fins de autenticação”²⁶ (tradução livre).

Em junho de 2018, a Autoridade de Proteção de Dados Pessoais da Holanda (*Autoriteit Persoonsgegevens*) analisou um caso semelhante ao da Via Quatro em São Paulo. Uma empresa havia instalado um sistema de “outdoors digitais” (*Normenkader digitale billboards*), acoplados com câmeras que obtém as reações dos transeuntes em espaços públicos. Após denúncias de cidadãos incomodados com a violação do direito básico de proteção de dados pessoais, a Autoridade notificou a empresa para que ela interrompesse os processos de coletas de dados pessoais sem consentimento. Diz a nota oficial sobre a advertência da Autoridade de Proteção de Dados Pessoais da Holanda, obtida em seu sítio:

²⁶ COSERASU, R. *Facial recognition systems and their data protection risks under the General Data Protection Regulation*, University of Tilburg, Master's Thesis. September, 2017, p. 45-46. Disponível em: <https://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=143731>



“As pessoas só podem ser observadas através de câmeras em outdoors sob determinadas condições. Após denúncias de transeuntes preocupados, a Autoridade da Holanda para a Proteção de Dados Pessoais (AP) deu mais explicações para a indústria sobre as regras de proteção de dados pessoais neste ponto. Observar pessoas através de uma câmera em outdoors geralmente é um processamento de dados pessoais. Quase sempre a permissão dos transeuntes é necessária para cumprir a legislação de privacidade. A Autoridade de Dados Pessoais apela à indústria para tomar medidas para cumprir a lei de proteção de dados pessoais. (...) Se as pessoas parecem reconhecíveis, existe um processamento de dados pessoais. Isso significa que a legislação europeia de proteção de dados pessoais (GDPR) se aplica. Um operador deve ter uma base legal para processar esses dados. (...) Na prática, **isso significa que um operador do sistema de outdoors digitais deve ter o consentimento do transeunte para poder processar seus dados.** De acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, esse consentimento deve atender a várias condições. Por exemplo, o consentimento deve ser informado e específico. Deve ficar claro quais dados alguém dá permissão e para qual propósito específico os dados são usados pelo anunciante. Um operador de exibição pode, por exemplo, fazer isso solicitando uma autorização específica através de uma etapa intermediária com um **código QR** ou um **aplicativo**”²⁷.

A interpretação da Autoridade Holandesa de Proteção de Dados Pessoais oferece um importante precedente para o modo como todo o acabou normativo, aliado à Lei 13.709/2018 e o “direito fundamental à proteção de dados pessoais do consumidor” devem ser interpretados no Brasil, considerando sua aproximação com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais da União Europeia.

No Brasil, também se exige o consentimento como condição para o processamento de dados pessoais, como, por exemplo, no modelo existente no Cadastro Positivo.²⁸ Aqui, não se trata do caso mais grave de coleta de dado biométrico, que é dado pessoal sensível. A simples coleta de dado pessoal - mesmo que não sensível - sem consentimento já configura em violação

²⁷ Autoriteit Persoonsgegevens, *AP informeert branche over norm camera's in reclamezuilen*, 26 de junho de 2018. Disponível em: <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/nieuws/ap-informeert-branche-over-norm-camera%E2%80%99s-reclamezuilen>

²⁸ Lei 12.414/2011, Art. 4º. A abertura de cadastro requer autorização prévia do potencial cadastrado mediante consentimento informado por meio de assinatura em instrumento específico ou em cláusula apartada.



ao direito brasileiro, nos termos do Código de Defesa do Consumidor e da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, conforme argumentado no tópico 2.2.1.

Um precedente importante para o caso em tela, que está centrado na discussão sobre consentimento e coleta de dados pessoais, é a antecipação de tutela na Ação Civil Pública nº 5009507-78.2018.4.03.6100, da 9ª Vara Cível Federal de São Paulo, conhecido como caso “União *versus* Microsoft”.²⁹

Diante da inexistência de consentimento dos usuários do Windows 10 para coleta de dados pessoais, a União requereu ao Judiciário que “qualquer coleta de qualquer dado pessoal dos usuários/consumidores somente se dê, **com expressa e prévia autorização destes, observando-se o art. 6º do Código de Defesa do Consumidor**, inclusive com alertas específicos, no momento da opção, acerca das consequências de tal autorização, que deverá se dar para cada tipo de dado ou informação pessoal que será coletado, do que ela implica, quanto a acesso de dados e violação da intimidade e vida privada”.

Em decisão de antecipação de tutela, a juíza Cristiane Farias dos Santos decidiu que “vislumbra-se em parte, todavia, a plausibilidade parcial do direito invocado, no tocante a determinar-se que a Microsoft adote procedimentos específicos, no prazo de 30 (trinta) dias, de modo a permitir que o usuário do sistema operacional Windows 10, em caso de não autorizar o uso de seus dados, tenha ferramenta operacional que permita o exercício de tal opção de forma tão simples e fácil quanto a que permite a atualização com a autorização dos dados” (Doc. 25).

Diante de violação de direito muito semelhante (coleta de dados pessoais sem consentimento e autorização expressa) e com base no precedente da Autoridade Holandesa de Proteção de Dados Pessoais, **é cabível o pedido de cessação de violação de direito e obrigação de fazer específica**, como verificado no caso Holandês acima citado, no qual foi determinada a instalação de sistema de *QR Code*, para que os usuários da Linha Quatro do metrô de São Paulo possam dar consentimento informado e em

²⁹ Decisão disponível no sítio do Observatório do Marco Civil da Internet: http://www.omci.org.br/m/jurisprudencias/arquivos/2018/jfsp_50095077820184036100_27042018.pdf



destaque na coleta de seus dados pessoais por meio das câmeras instaladas na “Portas Interativas”.

2.2.4. Violação aos direitos das crianças

Há, por fim, uma violação de direito pela coleta de dados pessoais de crianças e adolescentes por meio das Portas Interativas. Nos próprios *releases* da ViaQuatro, a empresa argumenta que é possível fazer a diferenciação das reações emocionais de adultos, jovens e crianças a peças publicitárias por meio do tratamento de dados obtidos pelas câmeras.

A Constituição Federal, em seu Artigo 227, protege crianças e adolescentes e seus direitos com absoluta prioridade:

“Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.”

Em conformidade à Constituição, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA, Lei nº 8069/1990) define como princípios a proteção integral e prioritária, o interesse superior da criança e do adolescente e o respeito à privacidade:

“Art. 100. Na aplicação das medidas levar-se-ão em conta as necessidades pedagógicas, preferindo-se aquelas que visem ao fortalecimento dos vínculos familiares e comunitários.

Parágrafo único. São também princípios que regem a aplicação das medidas:

[...]

II - proteção integral e prioritária: a interpretação e aplicação de toda e qualquer norma contida nesta Lei deve ser voltada à proteção integral e prioritária dos direitos de que crianças e adolescentes são titulares;

[...]

IV - interesse superior da criança e do adolescente: a intervenção deve atender prioritariamente aos interesses e direitos da criança e do adolescente, sem prejuízo da consideração que for devida



a outros interesses legítimos no âmbito da pluralidade dos interesses presentes no caso concreto;

V - **privacidade:** a promoção dos direitos e proteção da criança e do adolescente deve ser efetuada no respeito pela intimidade, direito à imagem e reserva da sua vida privada”;

Não é por outro motivo que o CDC (art. 4º e 39, IV, CDC) e a Jurisprudência pátria também reconhecem a criança como hipervulneráveis, passíveis de uma proteção maior, considerando o caráter da pessoa humana ainda em desenvolvimento, de modo a coibir em maior extensão as lesões a seus direitos.

Denota-se, deste modo, que há claramente uma violação dos princípios relativos ao tratamento de crianças e adolescentes vigentes no ordenamento jurídico brasileiro.

Não há que se falar em “melhor interesse da criança” se sua emoção é captada e utilizada para retroalimentar uma base de dados de performance e efetividade de propagandas, como as de celulares da L.G. ou de medicamentos oferecidos pela Hyperpharma, dois dos parceiros comerciais da Via Quatro. De certo modo, a Ré está condicionando a própria utilização da Linha Amarela do metrô de São Paulo ao processo de coleta de dados pessoais, o que é expressamente vedado pelo ordenamento pátrio brasileiro. Ainda, em um futuro, a Ré ainda poderia vender informações das crianças acerca de publicidade voltada ao público infantil, verificando como todas as crianças que passam por essas portas digitais reagem a uma propaganda dirigida especialmente a este público.

Tanto a Constituição Federal como a Convenção sobre os Direitos da Criança de 1989 estabelecem que nenhuma criança ou adolescente será objeto de interferências arbitrárias ou ilegais em sua vida particular, e que cabe proteção da lei contra essas interferências ou atentados. É papel do Estado tomar as medidas necessárias, apropriadas e razoáveis para impedir que empresas comerciais causem ou contribuam para violação dos direitos das crianças.

O consentimento livre, informado e específico, expresso em destaque, de pelo menos um dos pais ou responsável legal para o tratamento de dados de crianças de até 12 anos é estritamente necessário.



Em junho de 2018, o Instituto Alana, organização da sociedade civil, sem fins lucrativos com a missão de “honrar a criança”, publicou o *Manifesto pela Proteção de Dados Pessoais com Prioridade Absoluta de Crianças e Adolescentes* (Doc. 26) e argumentou que “dados pessoais de crianças e adolescentes estão sendo usados para fins de micro-segmentação de publicidade e comunicação mercadológica, que se utilizam de suas vulnerabilidades mais íntimas para a sedução e persuasão ao consumo de produtos e serviços, configurando exploração econômica desses indivíduos”³⁰.

Corroborando com os dizeres daquele Instituto, deve ser vedado do uso de dados de crianças e adolescentes de até 16 anos de idade para fins de exploração econômica, como publicidade e marketing, ou cessão onerosa, de forma a proporcionar o livre desenvolvimento das pessoas nesta fase da vida e evitar sua manipulação e discriminação, conforme também é defendido pelo Instituto Alana. Confira-se:

“A criança é hipervulnerável nas relações de consumo. Por isso, pela lei, especialmente considerando os artigos 36, 37 e 39 do Código de Defesa do Consumidor e a Resolução 13 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), é considerado abusivo o direcionamento de publicidade a elas, pois tal prática tira o proveito de sua peculiar condição de desenvolvimento para persuadi-la e seduzi-la ao consumo de produtos ou serviços. (...) O uso de dados de crianças para fins comerciais tem potencial ainda mais nocivo”.

Essas violações de direitos precisam cessar imediatamente. Em hipótese alguma, a coleta e tratamento de dados pessoais de crianças pode ser feita para obter vantagens econômicas de suas reações a propagandas. Além da ausência de consentimento dos responsáveis, há uma violação de direito muito maior, de Direito Constitucional, relacionada à proteção dos interesses das crianças e adolescentes e reconhecimento de sua hipervulnerabilidade.

³⁰ O arquivo também está disponível no site: <http://prioridadeabsoluta.org.br/wp-content/uploads/2018/06/manifesto-pl-protacao-de-dados.pdf>

<http://prioridadeabsoluta.org.br/wp-content/uploads/2018/06/manifesto-pl-protacao-de-dados.pdf>

3. VIOLAÇÃO AO DIREITO DOS CONSUMIDORES E USUÁRIOS DO SERVIÇO DE TRANSPORTE PÚBLICO POR PESQUISA DE OPINIÃO COMPULSÓRIA

3.1. Violação do Código de Defesa do Consumidor por abuso de direito e prática abusiva

A partir do que já foi exposto, pode-se afirmar com segurança que há uma coleta de dados pela tecnologia das portas interativas digitais para fins de pesquisa de mercado.

O acesso ao trem nas estações em que o mecanismo foi instalado exige que o passageiro passe pelas câmeras. Para facilitar a compreensão, veja-se imagem que traduz a impossibilidade de o consumidor não responder à pesquisa das suas emoções:





A câmera que capta as emoções do usuário está posicionada acima da tela com a propaganda, sem informação alguma para o consumidor e usuário do transporte público sobre a captura de seus dados pessoais.

Logo, não há dúvidas de que trata-se de **pesquisa de opinião compulsória**, já que os usuários têm seus dados coletados, trabalhados e estudados, sendo tais dados comercializados independentemente de seu consentimento.

Isto, frise-se, independe até mesmo do juízo sobre a *personalidade* dos dados coletados. *Ad argumentandum tantum*, mesmo que fique provado que a tecnologia da ViaQuatro não realiza reconhecimento facial, a imposição colocada a todos os usuários da Linha Quatro - que invariavelmente participam de uma pesquisa de mercado ao passarem pelas estações - implica em uma violação básica do direito do consumidor.

Trata-se, em síntese, de *abuso de direito* que está em plena contradição com o Artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor, que prevê os direitos básicos dos consumidores, em especial por infringirem a liberdade de escolha do consumidor (art. 6º, II, CDC), expondo-o a métodos comerciais coercitivos e desleais e a práticas abusivas (art. 6º, IV, CDC).

Neste sentido, o Superior Tribunal de Justiça no ano de 2017 decidiu em caso semelhante que a coleta de informações pessoais de clientes do HSBC sem o seu consentimento para compartilhamento para terceiros é ilegal, sendo de rigor se **evitar cláusulas e práticas abusivas**, que coloquem o consumidor em desvantagem exageradas perante o fornecedor.

Nas palavras do nobre Relator, Min. Luis Felipe Salomão, a coibição de práticas abusivas, "é um dos mais importantes instrumentos de defesa daqueles direitos, conforme dispõe o art. 6º, inciso IV, do CDC"³¹. Ao analisar a conduta do HSBC na coleta de informações pessoais de consumidor e compartilhamento para terceiros sem consentimento do mesmo, o relator fundamentou seu voto da seguinte maneira:

³¹ SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA, Recurso Especial nº 1.348.523-SP, Min. Luis Felipe Salomão, DJE 30/11/2017, p. 14.



“Nesse rumo de ideias, anoto que o abuso de direito se caracteriza sempre que identificada **determinada ação pelo seu titular**, que **ultrapassa os limites do direito que lhe foi concedido** e, nessa esteira, ofende o ordenamento, acarretando um resultado ilícito. De fato, o abuso ocorre sempre que, aparentemente usando de um direito regular, **haja uma distorção do mesmo, mesmo que por um desvio de finalidade**, de modo a prejudicar a outra parte interessada ou a terceiros. (...) Nesse panorama, **sobressai o direito básico do consumidor à proteção contra práticas e cláusulas abusivas**, que consubstanciam prestações desproporcionais, cuja adequação deve ser realizada pelo Judiciário, a fim de garantir o equilíbrio contratual entre as partes, afastando-se o ônus excessivo e o enriquecimento sem causa porventura detectados, providência concretizadora do princípio constitucional de defesa do consumidor, sem olvidar, contudo, o princípio da conservação dos contratos”³².

Partindo-se do precedente firmado pelo STJ, e adaptando ao caso em tela, tem-se precisamente os elementos que configurariam o abuso de direito, dando ensejo à proteção pelo judiciário do direito básico do consumidor contra práticas abusivas nos termos do art. 6º, IV, do CDC:

Tabela 2. Critérios de identificação de abuso de direito (Recurso Especial nº 1.348.523-SP)	
<i>Critérios jurídicos</i>	<i>Aplicação no caso em tela</i>
Ação determinada	Coleta das emoções e reações, dos usuários do serviço público de transporte, à publicidade exibida em “Portas Interativas” pela parte Ré ViaQuatro
Limites do direito concedido	A ViaQuatro é concessionária do serviço público de transporte, que é considerado “direito social” nos termos da Constituição Federal e serviço essencial conforme legislação federal. ³³ Os consumidores do serviço de transporte esperam, razoavelmente, que a atividade principal seja o provimento de um transporte acessível, seguro e de qualidade. Espera-se que a obtenção de receitas acessórias, como as decorrentes de publicidade, ocorra dentro de

³² SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA, Recurso Especial nº 1.348.523-SP, Min. Luis Felipe Salomão, DJe 30/11/2017, p. 15.

³³ A inclusão do transporte como direito social ocorreu em 2015 por meio da Emenda Constitucional nº 90 de 2015: “Art. 6º São **direitos sociais** a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o **transporte**, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição”.



	parâmetros éticos e legais.
Distorção e desvio de finalidade	A coleta e processamento de informações pessoais para obtenção de vantagem econômica e criação de novos tipos de negócios para terceiros (venda de dados agregados de performance de propagandas e categorização de reações e emoções de acordo com certas categorias dos consumidores) demonstra um interesse da ViaQuatro em se tornar uma espécie de “plataforma de publicidade”, um mercado de dois lados onde há (i) usuários do transporte gerando informações sem consentimento e (ii) anunciantes que contratam o acesso à “performance” de seus anúncios publicitários.

Em analogia ao precedente firmado pelo STJ no REsp nº 1.348.523-SP, é notório que há distorções e desvios de finalidades, com limites do direito inicialmente concedido.

Nesse contexto, há necessidade de aplicação imediata dos princípios e fundamentos do Código de Defesa do Consumidor para que o abuso de direito seja interrompido.

Portanto, além da notória aplicação do art. 6º, IV, do CDC, a conduta da ViaQuatro consiste em **prática abusiva**, nos termos do art. 39, V do CDC, pois **exige do consumidor vantagem manifestamente excessiva**.

No caso dos autos, a Ré se aproveita da sua posição de fornecedora de serviço essencial para impor ao consumidor participação em pesquisa de mercado, a qual ainda é realizada sem qualquer aviso ao consumidor, visto que as câmeras das portas interativas são praticamente “camufladas” e ficam quase imperceptíveis, não existindo qualquer aviso de que o indivíduo está sendo filmado para fins comerciais e não de segurança.



Por outro lado, sequer existe qualquer indicação, nas intermediações do metrô, acerca da existência das portas interativas.³⁴ Os anúncios realizados pela Ré - a publicação de uma nota de imprensa, sua substituição e sua misteriosa exclusão - são totalmente insuficientes para comunicar aos consumidores do serviço de transporte acerca da pesquisa de mercado realizada. Há, portanto, uma clara violação ao direito básico do consumidor de "informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços", previsto no art. 6º, III do CDC, e aos objetivos de "transparência e harmonia das relações de consumo", colocados pelo art. 4º do CDC.

Tampouco é respeitado o princípio de "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", previsto no art. 4º, inc. III, do CDC.

A inovação tecnológica implantada pela Ré deixa o consumidor desprotegido - ao explorar seus dados sem seu consentimento - e se aproveita (e intensifica) do desequilíbrio da relação entre o consumidor e o fornecedor.

Resta evidente, deste modo, uma dupla violação do Código de Defesa do Consumidor neste caso. Por primeiro, a violação ao art. 6º, IV, do CDC, para mitigação do abuso de direito que acontece com a introdução dessa "pesquisa de opinião compulsória", baseada em dados pessoais. E por segundo, a violação do art. 39, V, do CDC, para reconhecimento de prática abusiva por obtenção de vantagem manifestamente excessiva.

³⁴ Problema semelhante tem acontecido em países europeus, com "outdoors inteligentes" que possuem câmeras ocultas. Há também câmeras em lojas, que promovem o reconhecimento facial de consumidores. Autoridades de Proteção de Dados Pessoais têm reagido ao tema com notas técnicas, como a Autoridade de Proteção de Dados Pessoais da Espanha. Ver GARCÍA-GASCO, Marcos. Spain: Guidance on Facial Recognition in Retail, *Datonomy: Data Protection Blog*, 24/02/2016. Disponível em: <http://datonomy.eu/2016/02/24/spain-guidance-on-facial-recognition-in-retail/>



3.2. Violação do Código de Defesa dos Usuários de Serviços Públicos

Os consumidores de serviços públicos contam com um nível adicional de proteção jurídica, garantido pela Lei 13.460/2017, que entrou em vigor em 26 de junho de 2018.

O Código de Defesa dos Usuários de Serviços Públicos estabelece normas básicas para participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos prestados direta ou indiretamente pela administração pública. Ele se aplica tanto à administração pública direta e indireta, quanto aos “serviços públicos prestados por particular” (Lei 13.460/2017, art. 2º, §3º).

A exploração dos dados biométricos dos usuários do transporte como receita acessória no contrato de concessão e prestação do serviço público implica em violação da “adequação entre meios e fins”, prevista no art. 7º, V, da Lei Estadual de Proteção e Defesa do Usuário do Serviço Público do Estado de São Paulo (Lei n. 10.294/99) e no art. 5º, IV do Código de Defesa dos Usuários de Serviços Públicos (Lei 13.460/2017). Diz a Lei Estadual de São Paulo:

“Artigo 6.º - O usuário faz jus à prestação de serviços públicos de boa qualidade.

Artigo 7.º - **O direito à qualidade do serviço exige dos agentes públicos e prestadores de serviço público:**

(...)

V - **adequação entre meios e fins, vedada a imposição de exigências, obrigações, restrições e sanções não previstas em lei;**

(...)

Por sua vez, em sentido muito próximo ao definido pela Lei 10.294/1999 no Estado de São Paulo, diz a nova Lei Federal que entrou em vigor em 2018 no país:

“Art. 5º O usuário de serviço público tem direito à adequada prestação dos serviços, devendo os agentes públicos e prestadores de serviços públicos observar as seguintes diretrizes:

(...)



IV - adequação entre meios e fins, vedada a imposição de exigências, obrigações, restrições e sanções não previstas na legislação”;

Entende-se a adequação entre meios e fins como reflexo direto da regra de proporcionalidade, a qual, na acepção do teórico do direito Robert Alexy, deve ser entendida como o sopesamento resultante de um exame de adequação, necessidade e proporcionalidade em sentido estrito.³⁵

Na tradição do direito administrativo brasileiro, em especial o trabalho de Odete Medauer, entende-se o princípio da proporcionalidade como “principalmente, no dever de não serem impostas, aos indivíduos em geral, obrigações, restrições ou sanções em medida superior àquela estritamente necessária ao atendimento do interesse público, segundo critério de razoável adequação dos meios aos fins”³⁶.

Considerando a exploração econômica das portas interativas digitais, verifica-se que a forma como a prática ocorre não atende a qualquer crivo, já que o meio (a coleta compulsória de dados dos usuários de metrô) não se adequa ao fim da prestação do serviço, que é um serviço de transporte público. Importante lembrar que a ViaQuatro não é uma empresa de publicidade ou uma plataforma moderna de *data analytics*, mas sim “a concessionária responsável pela operação e manutenção da Linha 4-Amarela do metrô de São Paulo, o primeiro contrato de parceria público-privada do País”³⁷.

Como é lembrado pela própria empresa em seu sítio institucional, a finalidade primordial da ViaQuatro é transportar as pessoas no metrô de São Paulo com (i) rapidez, (ii) segurança e (iii) eficiência.

Ora, Excelência, como argumentar, então, que a coleta sem consentimento de dados pessoais para fins de análise de reação à publicidade tem a ver com rapidez, segurança e eficiência do transporte? Onde estaria a relação e adequação entre meios e fins?

³⁵ ALEXY, Robert. On balancing and subsumption: A structural comparison. *Ratio Juris*, v. 16, n. 4, 2003, 433-449.

³⁶ MEDAUAR, Odete. *Direito Administrativo Moderno*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2000, p. 154.

³⁷ Ver <http://www.viaquatro.com.br/a-via-quatro>



Não há como se falar em adequação entre meios e fins nos termos da Lei Estadual e da Lei Federal, considerando que **são vedadas imposições de exigências e obrigações não previstas em Lei** (art. 5º, Lei 13.460/2017).

Igualmente, não é difícil perceber que os usuários da Linha Amarela do metrô de São Paulo são obrigados a responder uma espécie de “pesquisa de opinião” com suas próprias emoções e traços biométricos.

Aqui, a ViaQuatro, enquanto prestadora de serviço público (por meio de contrato de concessão), deixa de cumprir com diretrizes definidas por Lei Federal e Lei Estadual, em grave violação do direito.

Essa notória violação de direito traz uma série de consequências jurídicas para a própria noção de legalidade das receitas acessórias previstas no Contrato de Concessão firmado com a ViaQuatro, já que referido contrato firmado entre a empresa e o Estado de São Paulo possui a cláusula 10.1.2, que coíbe expressamente a exploração de atividades que infrinjam a legislação em vigor (Doc. 07).

- 10.1.2. Não serão permitidas a exploração de atividades ou a veiculação de publicidade que infrinjam a legislação em vigor, que atentem contra a moral e os bons costumes, de cunho religioso ou político partidário, ou que possam prejudicar o desenvolvimento operacional e os aspectos comerciais do sistema metro-ferroviário do Estado de São Paulo.

Portanto, diante de todo o exposto, resta claro, tanto pela literatura do direito administrativo brasileiro quanto análise dos elementos fáticos do caso, que há violação tanto da Lei Estadual dos Serviços Públicos (Lei Estadual n. 10.294/1999, art. 7º, V) quanto do Código de Defesa dos Usuários de Serviços Públicos (Lei 13.460/2017, art. 5º) por violação dos princípios de proporcionalidade e finalidade, inexistência de adequação entre meios e fins e imposição de obrigações aos usuários do transporte público que não estão previstas em Lei.



Mesmo sem considerar o regime jurídico de proteção de dados pessoais e sem considerar a aplicação do Código de Defesa do Consumidor - explorados exhaustivamente nas seções anteriores -, é cabível a interrupção do serviço de coleta de informações pessoais pelo sistema de "Portas Interativas" por descumprimento das normas relacionadas ao Direitos dos Usuários de Serviços Públicos.

3.3. Utilização da imagem sem consentimento para fim econômico – dever de reparar os consumidores

Por fim, ao lado da análise de todas as leis federais discutidas nesta Ação Civil Pública, há uma proteção Constitucional aos usuários da Linha Amarela do metrô de São Paulo, especialmente no que toca à obtenção de vantagens econômicas a partir da utilização das imagens dos passageiros.

A ViaQuatro alega em seu *release* que as portas digitais não são capazes de captar, gravar ou armazenar imagens. Primeiramente, se questiona a possibilidade de realizar identificação de emoções, de gênero e idade, sem a captação ou armazenamento de imagens. Tecnicamente, para haver um processo de "criação de avatares" ou para "ancoragem de pontos" em registros digitais de rostos humanos, é preciso *um processo de coleta de imagens*.

Notadamente, não vingam as informações de não colheita de dados, já que, como alhures demonstrado, há total incompatibilidade entre as informações prestadas pela própria empresa Ré, sendo de rigor a indenização nos moldes que se pleiteia.

Deste modo, tem-se como certo que, a partir da introdução dessa nova tecnologia, a concessionária está, no mínimo, arbitrariamente se utilizando de componentes da imagem humana ("expressões faciais"), durante o deslocamento dos passageiros do metrô, para incrementar seus anúncios publicitários.

A Ré claramente afronta à inviolabilidade da imagem dos usuários, prevista no art. 5º da Constituição Federal, estando sujeita, inclusive, à indenização diante de seu uso indevido. Ademais, resta inquestionável o uso da imagem dos frequentadores do metrô para finalidades econômicas e



comerciais, de modo que há, além do ilícito constitucional, clara violação ao artigo 20 do Código Civil vigente:

“Art. 20. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a **utilização da imagem** de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se **se destinarem a fins comerciais**”.

Sobre o tema, Tércio Sampaio Ferraz Junior comenta que “o direito à imagem é o direito de não vê-la mercantilizada, usada, sem o seu exclusivo consentimento, em proveito de outros interesses que não os próprios”³⁸. E acrescenta:

“o risco à integridade moral do sujeito, objeto do direito à privacidade, não está no nome, mas na exploração do nome, **não está nos elementos de identificação que condicionam as relações privadas, mas na apropriação dessas relações por terceiros a quem elas não dizem respeito.**”³⁹

Referido fato atrai a incidência do artigo 186 do Código Civil, que assim dispõe:

“Art. 186, CC – Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.”

Considerando-se que a conduta da ré é claramente ilegal, seja por utilizar-se da imagem dos consumidores, seja por realizar pesquisa mercadológica com os dados coletados e, a apar de saber dos riscos decorrentes da utilização de tais dados não tomaram medidas preventivas, resta provada além negligência, a efetiva imprudência da empresa ré, de modo que deve haver a reparação dos consumidores por tais ações, como bem dispõe o caput do art. 927 do Código Civil. Veja-se:

³⁸ FERRAZ JUNIOR, Tércio Sampaio. Sigilo de dados: o direito à privacidade e os limites à função fiscalizadora do Estado. *Revista da Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo*, vol. 88, 1993, pág. 443.

³⁹ Idem, p. 450



“Art. 927, CC: Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado à repará-lo.”

Não obstante, da leitura do parágrafo único do artigo supratranscrito, também é possível verificar que a indenização pode ser possível independentemente da culpa. Confira-se:

“Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.”

Em conformidade a essa interpretação, a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça é pacífica em condenar o uso da imagem sem autorização para fins econômicos, havendo, inclusive, súmula sobre a questão (**Súmula 403 STJ** - “Independente de prova do prejuízo a indenização pela publicação não autorizada de imagem de pessoa com fins econômicos ou comerciais”):

“Cuidando-se de direito à imagem, o ressarcimento se impõe pela só constatação de ter havido **a utilização sem a devida autorização**. O dano está na **utilização indevida para fins lucrativos**, não cabendo a demonstração do prejuízo material ou moral. O dano, neste caso, é a própria utilização para que a parte aufera lucro com a imagem não autorizada de outra pessoa. Já o Colendo Supremo Tribunal Federal indicou que a “divulgação da imagem de pessoa, sem o seu consentimento, para fins de publicidade comercial, implica em locupletamento ilícito à custa de outrem, que impõe a reparação do dano (REsp 138883/PE, Rel. CARLOS ALBERTO MENEZES DIREITO, TERCEIRA TURMA, julgado em 04/08/1998, de 05/10/1998).

A ofensa ao direito à imagem materializa-se com **a mera utilização da imagem sem autorização**, ainda que não tenha caráter vexatório ou que não viole a honra ou a intimidade da pessoa, e desde que o conteúdo exibido seja capaz de individualizar o ofendido. (REsp 794586/RJ, Rel. Ministro RAUL ARAÚJO, QUARTA TURMA, julgado em 15/03/2012, de 21/03/12).

Portanto, sendo evidente o dano moral *in re ipsa*, resta demonstrada a incompatibilidade da conduta da concessionária com as garantias previstas no nosso ordenamento jurídico vigente, no que tange o direito à

46



imagem. A partir de um prisma de *proteção ao direito de imagem*, constata-se que o ilícito (e o potencial ressarcimento) se impõe pela só constatação de ter havido a utilização sem a devida autorização. Nos termos do STJ, “o dano está na utilização indevida para fins lucrativos”, que é justamente o caso em tela.

É evidente que a ViaQuatro possui pretensões de organizar grandes bases de dados de reações de emoções humanas - são 700 mil pessoas transportadas por dia ou 350 mil passageiros que transitam por dia nas estações da Linha Amarela! - e gerar novos serviços à indústria de publicidade, em especial serviços de consultoria e análise de informações, em tempo real, sobre a performance de certas peças publicitárias.

Trata-se de um “modo de enriquecimento”⁴⁰ às custas dos dados pessoais daqueles que necessitam de transporte público, o que acentua o caráter de desigualdade e ilegalidade desta conduta, sendo de rigor, portanto, a condenação a empresa ré pela reparação dos consumidores, com base no art. 95 do CDC.

A prova do dano não seria de um todo difícil, considerando-se que a utilização do transporte público no período pode ser auferida, tanto pela postagens em redes sociais pelos consumidores de utilização das estações da linha amarela, assim como as informações que devem ser repassadas pela Ré, concessionária de serviço público, ao Estado e seus agentes, como a SPtrans, já que evidente que um grande número destes consumidores utiliza bilhetes únicos com identificadores alfanuméricos únicos capazes de identificar os consumidores que passaram pelas catracas diuturnamente.

Para este fim, mais uma vez, de rigor que a ré seja compelida a fornecer tais dados a este MM. Juízo, que devem ser tratados como sigilosos, com base na inversão do ônus da prova, prevista no art. 6º, VIII, CDC, pois, de outro modo, ao Idec seria impossível produzir tal prova.

⁴⁰ Para uma discussão de como as empresas de tecnologia enriquecem a partir do “trabalho” gerado por dados produzidos por pessoas comuns (e como isso afeta a desigualdade em médio prazo), ver Lanier, Jaron. *Who owns the future?*. New York: Simon and Schuster, 2014.



4. DA INDENIZAÇÃO POR DANOS COLETIVOS

Além da A Constituição Federal garante 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. No caso em tela, resta evidente que a Ré desrespeita a CF/88 e as leis infraconstitucionais.

Conforme já ressaltado anteriormente neste caso, são várias as condutas ilícitas da Ré. Primeiramente, a conduta da Ré é ilegal, pois viola o direito básico do usuário de serviços públicos a “proteção de suas informações pessoais, nos termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011” (art. 6º, IV, do Código de Defesa dos Direitos do Usuário dos Serviços Públicos).

Ainda, descumpre o direito básico do consumidor de proteção contra práticas abusivas nos termos do art. 6º, IV, do CDC. Enquadra-se também como **prática abusiva**, nos termos do art. 39, V do CDC, pois **exige do consumidor vantagem manifestamente excessiva. Outra ilegalidade encontrada no** presente caso desobedece a obrigação dos fornecedores de informar aos consumidores de forma clara sobre as características dos serviços ofertados (artigos 6º e 31, do CDC).

Há, também, imposição de cumprimento de obrigações excessivamente onerosas pelos consumidores que ensejem vantagens manifestamente excessivas para os fornecedores (arts. 6º, V, 39, V, e 51, §1º, I a III), o que é proibido pelo Código de Defesa do Consumidor.

A Ré também descumpre o direito constitucional de proteção de imagem (art. 5º, CF) e viola o artigo 20 e artigo 21 do Código Civil. Além disso, infringe o direito de crianças e adolescentes pela coleta de dados pessoais. Não bastasse isso, a Ré descumpre os parâmetros definidos pelo art. 10 da Lei 13.709/2018.

Tais ilícitos praticados pela Ré devem ser objeto tanto de prevenção e quanto de reparação dos danos patrimoniais e morais, individuais, ou coletivos e difusos, conforme amplamente garantido pelo Código de Defesa do Consumidor, art. 6º, inc. VI.



No presente caso, restam claros os danos coletivos causados pela conduta ilícita da Ré. É justamente por isso que não basta que a empresa cesse a coleta obrigatória de informações dos usuários e consumidores. Deve a Ré, ainda, indenizar os consumidores que já tiveram seus direitos lesados. Por sinal, esse é o entendimento da Segunda Turma do Superior Tribunal de Justiça, como demonstra o seguinte julgado:

PROCESSUAL CIVIL. RESPONSABILIDADE CIVIL. CONSUMIDOR. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. JOGO DE AZAR ILEGAL. BINGO. INEXISTÊNCIA DE LEGISLAÇÃO QUE AUTORIZE A ATIVIDADE. INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL COLETIVO. CABIMENTO.

1. Na hipótese dos autos, o Ministério Público Federal promoveu Ação Civil Pública visando à condenação dos réus ao pagamento de indenização por dano moral coletivo, por exploração de bingo ilegal. 2. No caso concreto, prevalece o interesse social na tutela coletiva. A necessidade de correção das indigitadas lesões às relações de consumo transcende os interesses individuais dos frequentadores das casas de jogos ilegais para dizer respeito ao interesse público na prevenção da reincidência da suposta conduta lesiva por parte dos exploradores dos jogos de azar, de onde exsurge o direito da coletividade a danos morais coletivos, ante a exploração comercial de uma atividade que, por ora, não encontra guarida na legislação. (REsp 1.509.923/SP, Rel. Ministro Humberto Martins, Segunda Turma, julgado em 6/10/2015, de 22/10/2015). 3. O dano moral sofrido pela coletividade decorre do caráter altamente viciante de jogos de azar, passíveis de afetar o bem-estar do jogador e desestruturar o ambiente familiar. A responsabilidade civil é objetiva, respondendo os réus, "independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores" (art. 12, caput, do CDC). 4. O dano moral coletivo prescinde da comprovação de dor, de sofrimento e de abalo psicológico, pois tal comprovação, embora possível na esfera individual, torna-se inaplicável quando se cuida de interesses difusos e coletivos. (REsp 1.410.698/MG, Rel. Ministro Humberto Martins, Segunda Turma, de 30/6/2015; REsp 1.057.274/RS, Rel. Ministra Eliana Calmon, Segunda Turma, de 26/2/2010). 5. Recurso Especial provido. (REsp 1464868/SP, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 22/11/2016, de 30/11/2016)

Para balizar a quantificação dos danos coletivos objeto de reparação, é necessário considerar que, segundo dados divulgados pela própria Linha 4 Amarela, a média diária passa de 350 mil passageiros ou 700 mil pessoas transportadas por dia, conforme divulgado pela própria empresa ré.



Neste passo, se cada um destes 350 mil consumidores gasta, no mínimo, R\$4,00 (quatro reais) pelo pagamento do preço da passagem por dia, é certo que a empresa afere, no mínimo, cerca de R\$1.400.000,00 (um milhão e quatrocentos mil reais) por dia.

Considerando-se, ademais, que as portas começaram a ser instaladas em Abril/2018, se excluir-se o mês de abril, computando-se os meses de maio até agosto de 2018 cheios, ou seja, 04 meses, a empresa aferiu cerca de R\$168.000.000,00 (cento e sessenta e oito milhões de reais) somente com passagens de trânsito pelas estações.

Por outro lado, a Receita Bruta da Ré para 31/12/2017, conforme Relatório de Administração (Doc. 28), foi de R\$ 585.608.000,00 (quinhentos e oitenta e cinco milhões e seiscentos e oito mil reais), enquanto seu lucro líquido ficou em torno de R\$ 158.658.000,00 (cento e cinquenta e oito milhões, seiscentos e cinquenta e oito mil reais).

Logo, Excelência, para fins de quantificação do dano moral, partindo-se da conta acima elabora, bem como levando-se em conta a capacidade econômico-financeira da empresa, os danos morais coletivos a serem suportados pela Ré, não podem ser inferiores à R\$100.000.000,00 (cem milhões de reais).

Diante do exposto, conforme demonstrado alhures, é imperiosa a condenação da Ré em danos morais coletivos, a serem revertidos ao Fundo de Direitos Difusos de modo a ressarcir todos aqueles que já passaram em frente às "Portas interativas", em razão da conduta ilícita praticada pela Ré e pelos danos sofridos por seus consumidores.

5. TUTELA DE URGÊNCIA

Estabelece o artigo 300, Código de Processo Civil de 2015, que o juiz poderá, quando requerido pela parte, conceder a tutela de urgência liminarmente, desde que haja elementos que evidenciem a probabilidade do direito e o perigo de dano ou risco ao resultado útil do processo.



Da mesma forma, o Código de Defesa do Consumidor, determina que havendo justificado receio de ineficácia do provimento final e sendo relevante o fundamento da demanda, é lícito ao juiz conceder a tutela liminarmente, inclusive com a imposição de multa por descumprimento de obrigação de fazer ou não fazer (art. 84, §§ 3º e 4º, do CDC).

Como elementos que evidenciam a probabilidade do direito, temos que em momento algum a Ré capta os dados dos consumidores pelas câmeras das “*portas interativas digitais*”, sem informação clara aos consumidores e usuários do transporte público acerca da pesquisa compulsória que eles estão obrigados a responder (Docs. 8-19). Isso tudo para auferimento de lucro por parte da Ré em razão das informações compulsoriamente capturadas do consumidor, conforme exaustivamente demonstrado nesta peça inicial.

Conforme declarado por Ronaldo Lemos, Mateus Adami e Philippe Sundfeld sobre o caso em tela: “*há violação clara dos princípios da necessidade e proporcionalidade. Mais do que isso, há violação clara do princípio da finalidade, que se desviaria da estrita administração do serviço. Seria assim, necessário obter o consentimento livre, prévio, e informado dos usuários para essa atividade*” (Doc. 27).

O perigo de risco ao resultado útil da presente demanda consiste em se deixar que a Ré capture os dados dos consumidores, até mesmo de crianças e adolescentes, sem consentimento algum. Ou seja, os dados continuarão a ser captados, caso não seja deferida a tutela de urgência aqui requerida. É importante ressaltar também que não há, portanto, qualquer risco de irreversibilidade dos efeitos da tutela de urgência aqui pretendida, pois o que se pretende cessar é o ilícito praticado pela Ré.

Assim, resta demonstrada a presença cumulativa dos elementos que evidenciam a probabilidade do direito e o risco ao resultado útil do processo.

Desta feita, requer seja deferida a tutela de urgência para que este mm. Juízo determine, liminarmente, que a Ré cesse a coleta de dados das “*portas interativas digitais*”, comprovando-se o desligamento das câmeras já instaladas, sob pena de multa diária de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) por



dia de descumprimento (art. 84, *caput* e §3º, do CDC c/c art. 537, *caput* e §2º, do CPC).

6. DOS PEDIDOS DEFINITIVOS

Diante do exposto, finalmente o Idec requer:

1) a citação pessoal da Ré, nos termos do art. 242, § 3º, do Código de Processo Civil, para responder aos termos da presente ação, sob pena de revelia;

2) a procedência da presente ação, tornando-se definitiva a tutela antecipada para que a Ré cesse a coleta de dados dos consumidores por meio das “portas interativas digitais”, comprovando-se o desligamento e retirada definitiva das câmeras já instaladas.

3) a procedência da presente ação para:

a) condenar a Ré na obrigação de não fazer, consistente em não se utilizar de dados biométricos ou qualquer outro tipo de identificação dos consumidores e usuários do transporte público, sem a comprovação do devido consentimento do consumidor;

b) condenar a Ré na obrigação de fazer, consistente na implementação de uma ferramenta que proporcione ao consumidor e usuário de transporte público se informar sobre a utilização de seus dados biométricos nas pesquisas realizadas pelas “portas interativas digitais”, de modo que ele possa aderir com seu consentimento expresso, podendo-se utilizar, por exemplo, um QR-Code ou ainda um aplicativo com essa finalidade;

c) condenar a Ré de forma genérica (art.95, CDC) a indenizar os consumidores pela utilização indevida de sua imagem ao pagamento de danos morais sem a necessidade de comprovação de culpa (Súmula 403, STJ), com juros de mora desde a citação na presente ação civil pública e correção monetária desde a sentença que os fixar, sem prejuízo de inverter-se os ônus da prova, no intuito de ser possível a prova do dano com base não só nas provas



dos consumidores, mas também, nos dados dos bilhetes únicos que passam nas catracas da Ré diariamente e que dão margem suficiente à prova do dano;

d) condenar a Ré na indenização a título de danos coletivos (CDC, artigo 6º, inc. VI), em valor não inferior a R\$ 100.000.000,00 (cem milhões de reais) a ser revertido para o Fundo de Defesa de Direitos Difusos – FDD foi criado em 24 de julho de 1985, pela Lei nº 7.347, com a finalidade de financiar projetos relacionados à proteção e defesa do consumidor e privacidade digital;

e) seja condenada a Ré ao pagamento de honorários advocatícios e despesas processuais decorrentes da sucumbência;

4) a intimação do Ministério Público Estadual, nos termos do art. 92, do CDC;

5) intimação do Instituto Alana, entidade sem fins lucrativos em prol do direito das crianças, diante da especificidade do tema objeto desta demanda e da repercussão social da controvérsia, para figurar na presente ação como *amicus curiae*, nos termos do art. 138, do CPC, no endereço: Rua Fradique Coutinho, 50, Pinheiros, São Paulo - SP, CEP 05416-000;

6) intimação do Núcleo Especializado de Defesa do Consumidor, da Defensoria Pública do Estado de São Paulo, com endereço na Rua Boa Vista, nº 103, 6º andar, São Paulo - SP, Telefone: (11) 3242-1900, e-mail: nudecon@defensoria.sp.def.br, para figurar na presente demanda como *amicus curiae*, nos termos do art. 138, do CPC;

7) a publicação de edital no DOE, nos termos do artigo 94 do CDC;

Requer-se, outrossim, que o processamento da presente ação se dê independentemente do recolhimento de quaisquer custas pelo autor, por gozar da ampla isenção conferida pelo artigo 87 do Código de Defesa do Consumidor e pelo artigo 18 da Lei da Ação Civil Pública.



Protesta-se provar o alegado por todos os meios de prova em direito admitidos, requerendo desde já seja deferida a inversão do ônus da prova em favor dos consumidores, nos termos do art. 6º, inc. VIII, do Código de Defesa do Consumidor, diante da verossimilhança das alegações e de sua hipossuficiência técnica com relação ao tema ora versado nesta ACP, segundo as regras ordinárias de experiência.

Por oportuno, visando garantir a aplicação do artigo 3º, do CPC/15, declara-se, desde já, que a parte autora tem interesse na realização de audiência de conciliação.

Dá-se à causa o valor de R\$ 100.000.000,00 (cem milhões de reais).

Termos em que,
pede deferimento.

São Paulo, 30 de agosto de 2018.

Advogados

RAFAEL A. F. ZANATTA
OAB/SP 311.418

MICHEL ROBERTO O. DE SOUZA
OAB/SP 323.983

CHRISTIAN TÁRIK PRINTES
OAB/SP 316.680

Pesquisadoras

BARBARA PRADO SIMÃO
RG: 44.592.037-3

JULIANA OMS
RG: 44.592.037-3

LIVIA P. TORRES
RG:39.984.324-3



Lista de Documentos

- Documento 1** - Estatuto Idec
Documento 2 - Termo de posse do Conselho Diretor
Documento 3 - Ata da Assembleia do Idec
Documento 4 - Ato de nomeação da Coordenação Executiva
Documento 5 - Procuração
Documento 6 - Ficha Cadastral JUCESP ViaQuatro
Documento 7 - Contrato de Concessão
Documento 8 - Primeiro Release ViaQuatro
Documento 9 - Reportagem (Diário do Transporte)
Documento 10 - Reportagem (Revista Veja)
Documento 11 - Reportagem (UOL)
Documento 12 - Reportagem (Lavits)
Documento 13 - Email Assessoria de Imprensa - ViaQuatro
Documento 14 - Reportagem (Citylab)
Documento 15 - Kit Imprensa ViaQuatro (Quantidade de usuários por dia)
Documento 16 - Segundo Release (ViaQuatro)
Documento 17 - Busca no site da ViaQuatro pelos termos "portas digitais"
Documento 18 - Link do Release fora do ar (ViaQuatro)
Documento 19 - Instituto Alana - Manifesto PL Proteção de dados
Documento 20 - Idec - Carta 272 2018 Coex - Enviada à ViaQuatro
Documento 21 - Idec - E-mail - Informações sobre as Portas Interativas Digitais na Linha 4 do Metrô de São Paulo
Documento 22 - Idec - Carta 272 2018 Coex - AR Devolvido
Documento 23 - Confirmação de leitura de e-mail encaminhado à ViaQuatro
Documento 24 - MENDES, Laura. O diálogo entre o Marco Civil da Internet e o Código de Defesa do Consumidor. Revista de Direito do Consumidor.
Documento 25 - Justiça Federal de São Paulo - ACP n. 5009507-78.2018.4.03.6100 - Decisão interlocutória - Liminar
Documento 26 - Instituto Alana. Manifesto pela proteção de dados com prioridade absoluta de crianças e adolescentes
Documento 27 - LEMOS, ADAMI, SUNDFELD. Proteção de dados na Administração Pública - JOTA Info
Documento 28 - Relatório de Administração ViaQuatro (2017)