



## **Corretores de dados: transparência e responsabilização**

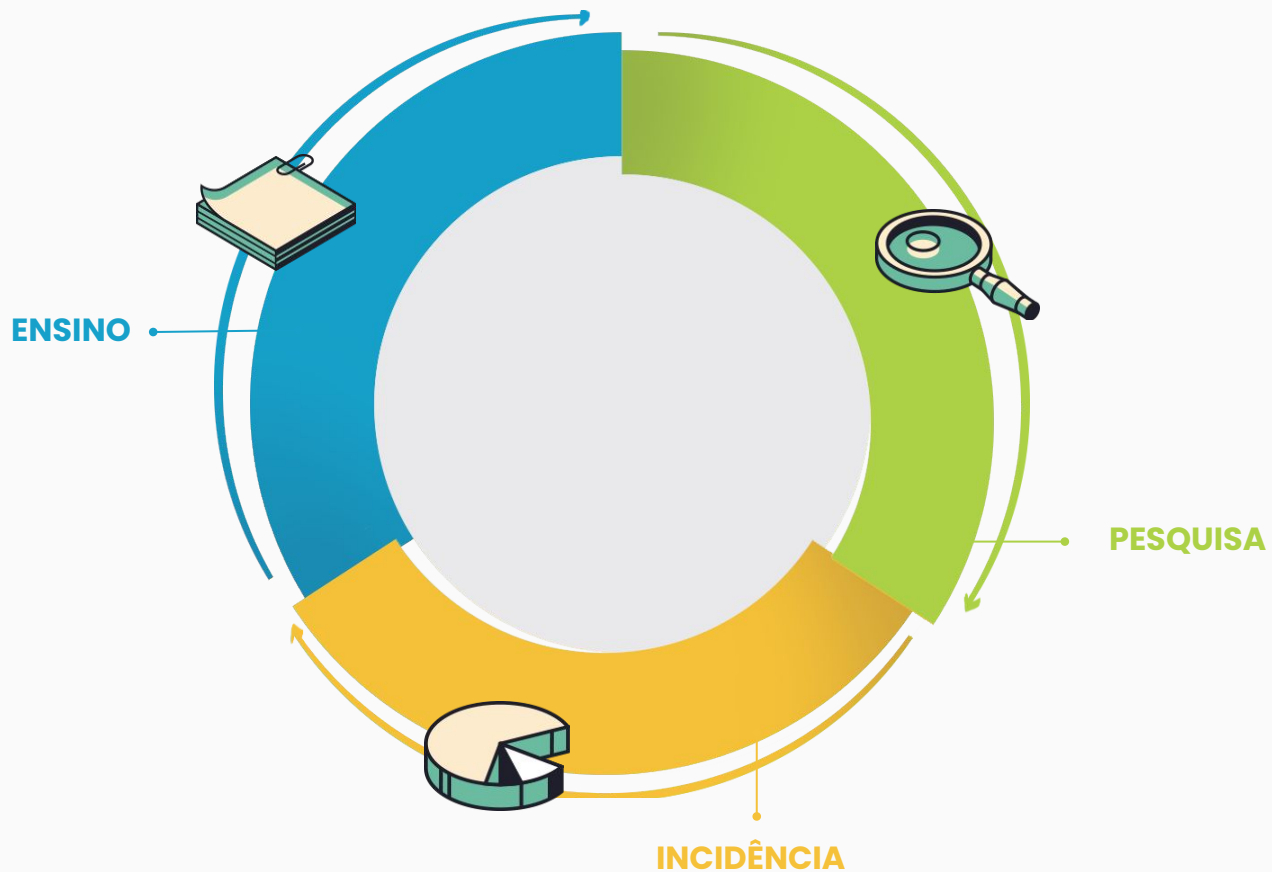
**Rafael A. F. Zanatta**  
zanatta@dataprivacybr.org



# QUEM SOMOS

DATA PRIVACY BRASIL

Espaço de articulação entre duas organizações distintas e complementares: **Data Privacy Ensino** e **Data Privacy Pesquisa**



## QUEM SOMOS



Somos uma entidade **sem fins lucrativos** que se dedica ao **estudo** e à **pesquisa** de temas relacionados à privacidade, proteção de dados pessoais e suas intersecções com outros direitos fundamentais.

Por meio da pesquisa, empírica e teórica, desenvolvemos projetos e produzimos conteúdos de relevância – que buscam **contribuir com a construção e disseminação do conhecimento**, bem como auxiliar reguladores, juízes, parlamentares e agentes decisórios dos setores público e privado.

## IMPACTO EM NÚMEROS 2020

**+415**

inserções na mídia  
**nacional e internacional**

**+60**

**publicações** (e-books,  
boletins, artigos  
acadêmicos ou opinião,  
relatórios, notas  
técnicas, informes, etc.)

**+80**

participações em eventos  
pelo **Brasil e pelo mundo**

**+40**

horas de debates  
distribuídos em **35 lives**

**+25**

horas de conteúdo produzido  
em **40 episódios de podcast**



## OUTRAS AÇÕES

Além da produção de pesquisa e conteúdo, a Associação Data Privacy Brasil de Pesquisa também:



Participa do Fórum da  
Sociedade Civil da **Rede  
Ibero-Americana de Proteção  
de Dados Pessoais**



Integra o Conselho Consultivo da  
Sociedade da Informação da  
**Organização para a Cooperação  
e Desenvolvimento Econômico**  
(OCDE)



Integrante da **Coalizão Direitos  
na Rede no Brasil**

# O que são “corretores de dados”?



## Definições

"Entidades que coletam, **agregam e vendem dados pessoais**, seus derivados e inferências por meio de fontes públicas e privadas díspares" (Abbott, 2019)

"Empresas que coletam e vendem ou **licenciam os dados pessoais** de indivíduos com os quais não têm nenhuma relação comercial" (Jerome, 2018)

"Corretores de dados adquirem e armazenam dados individuais como produtos em uma infraestrutura de dados confidencial, que armazena, compartilha e consome dados por meio de tecnologias em rede. Os dados **serão alugados ou vendidos para fins lucrativos**" (Alowairdhi & Ma, 2018)

## Referências

ALOWAIRDHI, Abdullah; MA, Xiaogang. Data Brokers and Data Services, in: SCHINTLER, L; MCNEELY, C (ed.). *Encyclopedia of Big Data*. New York: Springer, 2019.

ABBOTT, Jordan. Time to Build a National Data Broker Registry - The New York Times, Opinion. 2019. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2019/09/13/opinion/data-broker-registry-privacy.html>>.

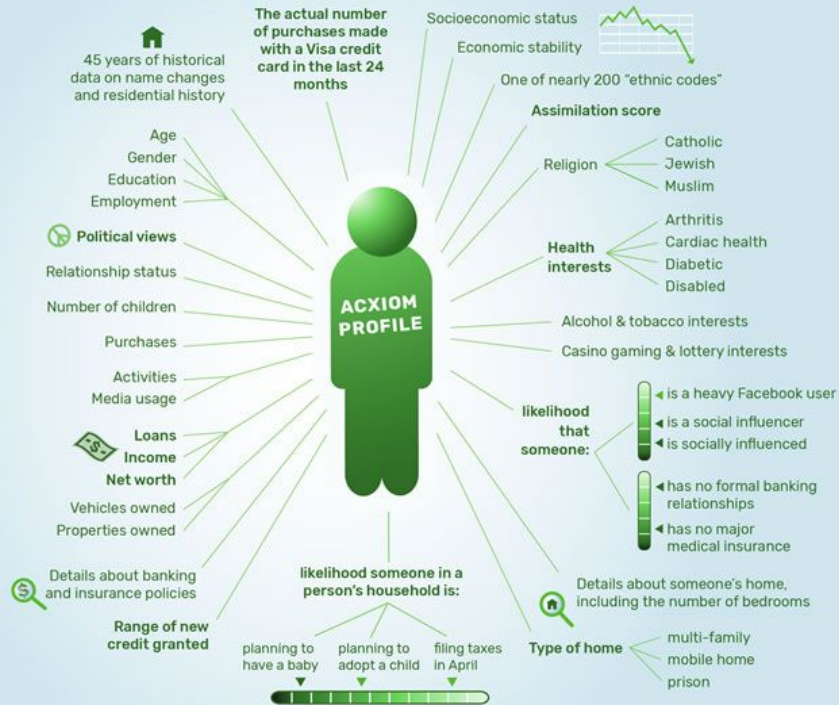
JEROME, Joseph. We're Finally Having a Real Conversation About Privacy. Why Aren't We Looking Closely at Data Brokers? Slate Magazine. Disponível em: <<https://slate.com/technology/2018/09/data-brokers-senate-hearing-privacy.html>>.

Credit Reporting Agencies			
<b>Experian</b>	has credit data on	<u>918 million</u>	people
	marketing data on	<u>700 million</u>	people
	„insights“ on	<u>2.3 billion</u>	people
<b>Equifax</b>	has data on	<u>820 million</u>	people
		<u>1 billion</u>	devices
<b>TransUnion</b>	has data on	<u>1 billion</u>	people
Consumer Data Brokers			
<b>Axciom</b>	has data on	<u>700 million</u>	people
		<u>1 billion</u>	cookies and mobile devices
	it manages	<u>3.7 billion</u>	consumer profiles for clients
<b>Oracle</b>	has data on	<u>1 billion</u>	mobile users
		<u>1.9 billion</u>	website visitors
	provides access to	<u>5 billion</u>	“unique” consumer IDs

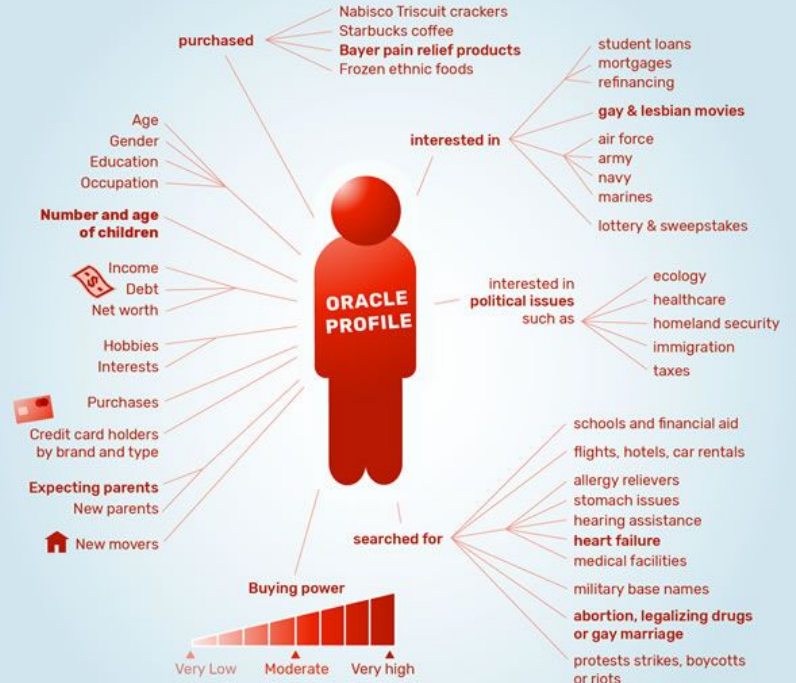


# DATA BROKERS HAVE EXTENSIVE PROFILE INFORMATION ON ENTIRE POPULATIONS

## Examples of data on consumers provided by Acxiom and Oracle



**Acxiom provides of up 3,000 attributes and scores on 700 million people in the US, Europe, and other regions.**



**Oracle sorts people into thousands of categories and provides > 30,000 attributes on 2 billion consumer profiles**

## Corretores de dados: quem são?

A **Axiom** tem coletado dados sobre centenas de **milhões de pessoas desde 1969**, sendo a maior parte oriundas de registros públicos, pesquisas com consumidores, listas de assinantes de revistas, relatórios resumidos sobre compras no varejo e rastreamento online. Dessa forma, são “23.000 servidores constantemente coletando, agrupando e analisando mais de **50 trilhões de transações de dados exclusivos todos os anos**” (Avast, 2021)

A Datalogix, de **propriedade da Oracle**, lida principalmente com o rastreamento de **padrões de comportamento para aumentar as vendas**. A corretora coleta dados de compras online e offline dos consumidores, entre outros locais. A Datalogix desfrutou de um relacionamento confortável de seis anos com o Facebook, durante os quais ajudou a rastrear quais usuários compravam produtos com base em anúncios do Facebook (Avast, 2021)

## Referências

AVAST. Data Brokers: Everything You Need to Know. Data Brokers: Everything You Need to Know. Disponível em: <<https://www.avast.com/c-data-brokers>>

CANADA. Data Brokers: A Look at the Canadian and American Landscape - September 2014 - Office of the Privacy Commissioner of Canada. Disponível em: <[https://www.priv.gc.ca/en/opc-actions-and-decisions/research/explore-privacy-research/2014/db\\_201409/](https://www.priv.gc.ca/en/opc-actions-and-decisions/research/explore-privacy-research/2014/db_201409/)>.

MELENDEZ, Steven. PASTERNAK, Alex. Here are the data brokers quietly buying and selling your personal information. FAST COMPANY. 2019. Disponível em: <https://www.fastcompany.com/90310803/here-are-the-data-brokers-quietly-buying-and-selling-your-personal-information>.

Os corretores de dados operam em mercados **pouco transparentes e carecem de regulação**



## RELATÓRIO FTC (2012)



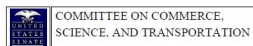
RECOMMENDATIONS FOR  
BUSINESSES AND POLICYMAKERS

FTC REPORT  
MARCH 2012

**Corretores de dados:** para abordar a invisibilidade e a falta de controle dos consumidores sobre a coleta e o uso de informações dos consumidores pelos corretores de dados, a Comissão apoia uma legislação específica - semelhante à contida em vários dos projetos de lei de segurança de dados apresentados no 112º Congresso - que forneceria aos consumidores acesso às informações sobre eles mantidas por um corretor de dados. Para aumentar ainda mais a transparência, a Comissão **apela aos corretores de dados** que compilam dados para fins de marketing para explorar a criação de um site centralizado onde os corretores de dados poderiam (1) se **identificar para os consumidores e descrever como eles coletam e usam os dados do consumidor** e (2) detalham **os direitos de acesso** e outras opções que fornecem em relação aos dados do consumidor que mantêm (FTC, 2012, p. 4)



## RELATÓRIO SENADO DOS EUA (2013)



OFFICE OF OVERSIGHT AND INVESTIGATIONS  
MAJORITY STAFF

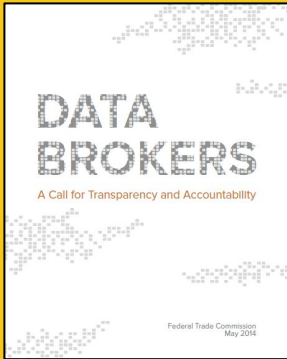
**A Review of the Data Broker  
Industry: Collection, Use,  
and Sale of Consumer Data  
for Marketing Purposes**

STAFF REPORT FOR CHAIRMAN ROCKEFELLER  
DECEMBER 18, 2013

“os consumidores têm **meios mínimos de aprender** - ou fornecer informações - sobre como os corretores de dados coletam, analisam e vendem suas informações. A grande variedade de políticas de acesso e controle do consumidor fornecidas pelas empresas representativas mostram que os **direitos do consumidor nesta área são oferecidos praticamente inteiramente a critério das empresas**. As limitações contratuais impostas pelas empresas com relação à divulgação de suas fontes de dados aos clientes colocam **barreiras adicionais à transparência do consumidor**. E a recusa de várias das principais corretoras de dados em fornecer ao Comitê respostas completas sobre as fontes de dados e os clientes apenas reforça a **aura de sigilo que cerca o setor**” (Committee on Commerce, Science and Transportation, 2013, p. 36)



## RELATÓRIO FTC (2014)



“Há uma **série de riscos potenciais para os consumidores decorrentes da coleta e uso de dados do consumidor por corretores de dados**. Por exemplo, se for negada a um consumidor a capacidade de concluir uma transação com base em um erro em um produto de mitigação de risco, **o consumidor pode ser prejudicado sem saber por quê**. Nesses casos, o consumidor não só tem o benefício imediato como também não pode tomar medidas para evitar que o problema se repita. Da mesma forma, os processos de pontuação usados em alguns produtos de marketing não são transparentes para os consumidores. (...) Além disso, **os profissionais de marketing podem até mesmo usar inferências aparentemente inócuas sobre os consumidores de maneiras que suscitem preocupações**. Por exemplo, enquanto um corretor de dados poderia inferir que um consumidor pertence a um segmento de dados para "Entusiastas de Motocicletas", o que permitiria que uma concessionária de motocicletas oferecesse cupons ao consumidor, uma seguradora que usa esse mesmo segmento pode inferir que o consumidor se envolve em atividades arriscadas comportamento (FTC, 2014, p. 14).



# O direito brasileiro apresenta contornos claros de boa-fé e tratamento justo de dados pessoais



## O direito aplicado aos corretores de dados

Aplicabilidade do **Código de Defesa do Consumidor**, **Lei do Cadastro Positivo** em conjunto com **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais**.

Influência da **decisão paradigmática do STJ** em 2014: não poderiam os controladores estabelecerem um fluxo de coleta e venda sem que o titular dos dados saiba quais os dados que integram esse fluxo, e sem que possa modificar/corriger esses dados. A decisão do Superior Tribunal de Justiça sobre a pontuação de crédito **fornece um precedente paradigmático para os direitos à transparência**

É necessário que **a finalidade dessa coleta e tratamento** seja legítima (os corretores têm o dever de accountability no que tange à finalidade da operação).

## Referências

DONEDA, Danilo. Current Judicial and Administrative Issues of Consumer Data Protection in Brazil, in: Metz, R.; Binding, J.; Haifend, P. (ed.), *Consumer Protection in Brazil, China and Germany: a comparative study*. Gotting University Press, 2016. Available at:

[https://www.univerlag.uni-goettingen.de/bitstream/handle/3/isbn-978-3-86395-236-5/Huber\\_consumer.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.univerlag.uni-goettingen.de/bitstream/handle/3/isbn-978-3-86395-236-5/Huber_consumer.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ZANATTA, Rafael. Perfilização, discriminação e direitos: do Código de Defesa do Consumidor à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, in: MIRAGEM, Bruno; LIMA MARQUES, Claudia; MAGALHÃES, Lucia Ancona, *Direito do Consumidor. 30 anos do CDC. Da consolidação como direito fundamental aos atuais desafios da sociedade*. Rio de Janeiro: Forense, 2021.



## O direito aplicado aos corretores de dados

"O raciocínio por trás da decisão é o de que consumidores têm o direito de informações claras em todas as relações consumo, e que metodologias para avaliação de risco - algoritmos que realizam atividades de classificação com base em um conjunto maciço de dados - **só podem ser executadas no Brasil se elas obedecerem os direitos à transparência estabelecidos pela Lei n. 12.414/2011 e os princípios do Código de Defesa do Consumidor** (Zanatta, 2017)"

O prestador do serviço deve cumprir cinco deveres reconhecidos pelo sistema jurídico brasileiro após a Lei 12.414 / 2011: (i) **dever de veracidade**; (ii) **dever de clareza**; (iii) **dever de objetividade**; (iv) a proibição do **uso de informações excessivas**; (v) a proibição do uso de informações sensíveis.

## Referências

DONEDA, Danilo. Current Judicial and Administrative Issues of Consumer Data Protection in Brazil, in: Metz, R.; Binding, J.; Haifend, P. (ed.), *Consumer Protection in Brazil, China and Germany: a comparative study*. Gotting University Press, 2016. Available at: [https://www.univerlag.uni-goettingen.de/bitstream/handle/3/isbn-978-3-86395-236-5/Huber\\_consumer.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.univerlag.uni-goettingen.de/bitstream/handle/3/isbn-978-3-86395-236-5/Huber_consumer.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ZANATTA, Rafael. Perfilização, discriminação e direitos: do Código de Defesa do Consumidor à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, in: MIRAGEM, Bruno; LIMA MARQUES, Claudia; MAGALHÃES, Lucia Ancona, *Direito do Consumidor. 30 anos do CDC. Da consolidação como direito fundamental aos atuais desafios da sociedade*. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

**LIÇÕES DO  
CASO ICO VS  
EXPERIAN  
(2020)**

A corretagem de dados para fins de marketing direto envolve a coleta de dados sobre indivíduos de uma variedade de fontes, combinando-os e vendendo-os ou alugando-os para outras organizações.

As leis de proteção de dados exigem que **exista uma base legal apropriada antes de buscar dados de um serviço de corretagem de dados**.

ICO (2020): "Antes de usar os serviços de corretagem de dados, você deve realizar a devida diligência para se certificar de que os **dados pessoais oferecidos a você estão em conformidade com a lei de proteção de dados**".

"Nossa investigação revelou **falhas de proteção de dados que provavelmente afetaram milhões de adultos no Reino Unido**", disse a comissária de informações, Elizabeth Denham.



**LIÇÕES DO  
CASO ICO VS  
EXPERIAN  
(2020)**

**De onde os dados foram obtidos** - vieram dos indivíduos diretamente ou vieram de outras fontes?

**Quais informações de privacidade foram usadas quando os dados foram coletados** - para que os indivíduos foram informados que seus dados seriam usados?

**Quando os dados pessoais foram compilados** - em que data foram recolhidos e quantos anos têm?

**Como os dados pessoais foram coletados** - qual foi o contexto e o método da coleta?

**Registros do consentimento** (se forem dados 'consentidos') - o que os indivíduos consentiram, o que lhes foi dito, você foi nomeado, quando e como eles consentiram?

**Evidência de que os dados foram verificados em relação às listas de exclusão (se reivindicadas)** - pode ser demonstrado que o TPS ou CTPS foi rastreado e até que ponto?

**Como o corretor de dados lida com os direitos dos indivíduos** - eles transmitem objeções?



# CONTATO



**Rafael Zanatta**

**Diretor**

zanatta@dataprivacybr.org

[dataprivacybr.org](https://dataprivacybr.org)



**DataPrivacyBR**  
RESEARCH



**ASSOCIAÇÃO DATA PRIVACY BRASIL  
DE PESQUISA**

