

## Como proteger a privacidade online? Um advogado responde



Quanto mais populares as redes sociais, mais a questão da privacidade se coloca. Mas não só: a desmaterialização de serviços, as compras online, as ferramentas de homebanking e até o surgimento de gadgets (como os óculos Google Glass) trazem novas questões.

Luis Neto Galvão, sócio da SRS Advogados, explica o que o utilizador deve fazer e como esta questão está enquadrada na lei.

### **1. O que devem fazer os utilizadores para protegerem a sua privacidade online e os seus dados pessoais?**

Devem procurar agir com bom senso, partindo da premissa de que toda a informação que vierem a partilhar online, incluindo fotos, filmes, posts, opiniões, jamais poderá ser apagada. Isto pode alterar-se e o futuro poderá trazer-nos boas surpresas com a aplicação prática do direito ao esquecimento, expressamente consagrado no projeto de Regulamento Sobre a Proteção de Dados. Mas ainda que a tecnologia venha a permitir no futuro um apagamento de dados online, mesmo que parcial, tal não será o caso com o “estado da arte”.

Por isso, vale a pena perder tempo a ler as políticas de privacidade das redes sociais que utilizamos diariamente ou dos sítios Internet onde alojamos os nossos dados mais sensíveis e ser proactivo na utilização das opções de privacidade que colocam à nossa disposição.

Podemos ter cartões de crédito com plafonds baixos especificamente para compras online, ou recorrer ao pagamento por multibanco, por PayPal ou através da conta Apple, para quem a tenha. E, sobretudo, ser mais exigentes na criação de passwords, não usando soluções simples, e alterando-as regularmente. A violação da privacidade online tem tanto de tecnológico como de comportamental, pelo que vale a pena investir em comportamentos responsáveis quando em ambiente virtual.

## **2. Como está enquadrado este tema na legislação portuguesa?**

O tema está bem enquadrado com a Lei de Proteção de Dados Pessoais, a Lei do Cibercrime e os regimes específicos aplicáveis à privacidade nas comunicações e à conservação de dados para investigação e repressão da criminalidade grave. No caso dos crimes, as penas serão algo brandas mas sobretudo no domínio sensível das comunicações, as violações da privacidade poderão dar lugar à aplicação de coimas muito elevadas, podendo ascender a 10 milhões de euros.

Outra questão será a sua aplicação concreta e o conhecimento das regras e sanções pelos operadores económicos e pelos próprios indivíduos, ainda muito insuficiente. A coexistência entre estes regimes por vezes pode ser problemática. É também de referir que está em curso o processo de adoção a nível europeu de um novo Regulamento Sobre a Proteção de Dados, que vai trazer novidades importantes neste domínio.

## **3. Quais os casos legais mais frequentes no que toca a privacidade na internet?**

O Relatório Anual de Segurança Interna dá nota de 390 crimes informáticos em 2012 contra apenas 79 em 2003. Destes crimes, uma grande maioria dirá respeito a ilícitos cometidos através da internet e com algum tipo de acesso indevido a dados pessoais. Mas estes são os crimes participados e investigados.

Acredito, porém que a grande maioria não será participada e não entra nas estatísticas. A minha experiência diz-me que são cada vez mais frequentes a burla informática (phishing) e o acesso indevido.

Quanto a este último, creio que irá tornar-se muito mais percecionado pela opinião pública à medida que vierem a ser implementadas as obrigações de reporte de violações de dados pessoais às autoridades e de notificação aos titulares dos dados. Estas obrigações, assim como a sua repercussão nos média e na sociedade em geral, irão criar nos próximos anos uma perceção muito mais aguda e precisa por parte dos indivíduos dos riscos que correm online.

#### **4. Mark Zuckerberg, CEO do Facebook, disse há alguns anos que a era da privacidade tinha acabado. Concorda?**

Zuckerberg disse-o seguramente em tom de provocação, a que não seria alheia a sua extrema juventude, mas acho que tem um fundo de verdade. Não creio que as novas gerações sejam mais indiscretas que a minha ou a dos meus pais foram. Sucede, porém, que o Facebook, Instagram ou Youtube vieram permitir a interação direta com o mundo de grupos cada vez mais jovens de internautas e por isso mais desprotegidos.

A este facto, alia-se o modelo da falsa gratuitidade dos serviços, que tem como contrapartida o fornecimento de dados nem sempre bem explicado aos utilizadores. Há pouco mais de uma década, a exposição pública dava-se essencialmente na idade adulta, progressivamente e como um preço a pagar pela notoriedade, e o seu alcance raramente ia além da nossa comunidade. Apenas alguns artistas ou políticos atingiam dimensão planetária.

Hoje em dia o vídeo do bebé que mordeu o dedo do irmão viaja mais rapidamente e é visto por mais pessoas do que o vídeo do Thriller, a que assisti fascinado em 1984. Nessa medida, julgo que a privacidade não acabou. Simplesmente existem hoje meios de facilmente abdicar dela que são sobretudo utilizados por gente muito jovem. Acho, aliás, que a privacidade continua a ser um valor essencial e que os serviços online apenas poderão registar um crescimento sustentável se a privacidade seja for para eles absolutamente prioritária.

#### **5. A questão dos 'cookies' mostrou que a privacidade dos utilizadores estava a ser desrespeitada por muitos sites, que procuram informações sobre os cibernautas. Como é que se pode atingir um equilíbrio entre permitir monetização de tráfego sem pôr em causa os direitos dos utilizadores?**

Com sensibilização e responsabilização dos operadores económicos. Aqui não há soluções milagrosas, mas não podemos é esconder a cabeça na areia e fazer como a CNPD que diz na sua política de privacidade que o seu site não utiliza cookies. Os cookies tornam a experiência online muito mais eficaz e agradável.

A criação de perfis de consumo que permitam ao portal onde compro livros recomendar-me outros de temas semelhantes ou do mesmo autor, ou preencher formulários online com várias páginas sem

perder informação, é algo muito positivo. Devo é ser informado disso e poder autorizar e retirar o consentimento com alguma facilidade e eficácia.

A obtenção de informações sobre comportamentos dos cibernautas, se adequadamente consentida, não é necessariamente um problema, sobretudo se contribuir para baixar o custo do serviço utilizado.

Reconheço, porém, que este modelo de negócio frequentemente não é bem explicado. Veja-se, por exemplo, a investigação da CNIL francesa e de outras autoridades europeias ao Google. Estamos também já confrontados com outros desafios, que se prendem com a possibilidade de operadores tratarem enormes quantidades de dados (big data), disponíveis na internet e de fazerem perfis instantâneos de um indivíduo.

Isto vai requerer, por um lado, uma responsabilização muito maior dos atores económicos, incorporando em todos os seus processos a proteção da privacidade, e por outro a sua sujeição a severas sanções por falhas de segurança. É neste sentido que caminha o projeto de Regulamento Europeu em vias de aprovação.



.....> **Luís Neto Galvão, sócio da SRS Advogados, dá dicas sobre privacidade online.**