

São Paulo, 18 de abril de 2019

Carrefour Comércio e Indústria Ltda.

Rua George Eastman, 213 - Vila Tramontano, São Paulo/SP

CEP 05690-000

CNPJ: 45.543.915/0592-32

A/C Sr. Noël Prioux

Diretor Presidente

Sra. Marlene Azevedo,

Assistente

marlene_azevedo@carrefour.com

C/C Sra. Paula Cardoso

CEO Carrefour e-Business Brasil

***Ref.: Questionamento sobre reconhecimento facial e compartilhamento de dados em Loja
Conceito do Carrefour***

Prezados senhores,

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

Chegou ao conhecimento deste Instituto que o Carrefour Brasil e a Zaitt, em parceria, inauguraram uma loja conceito em São Paulo, na Rua João Cachoeira, 382, bairro Itaim Bibi¹. Segundo noticiado, para entrar na loja, os clientes devem escolher entre ser submetidos a reconhecimento facial ou à leitura de QRCode. Explica-se, ainda, que *“Na saída, o cliente fica entre duas portas de vidro enquanto os itens comprados são identificados pela frequência de rádio. Concluída a leitura, o cliente apenas confirma a compra para deixar a loja. O valor é debitado no cartão de crédito cadastrado pelo cliente.”*

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

Além disso, é de se ressaltar o fato de que, segundo noticiado, além do reconhecimento facial, há registro das informações do cartão de crédito dos clientes, que também correspondem a dados pessoais sensíveis, protegidos pelos já citados princípios e dispositivos da legislação brasileira.

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

A cota ministerial utilizada na fundamentação da decisão da referida ACP aponta quais seriam os fundamentos que também se aplicam ao caso em tela: *“a falta de informação*

¹ <https://istoe.com.br/carrefour-brasil-anuncia-parceria-com-zaitt-para-abertura-de-loja-conceito/>

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

Apesar de ainda não estar vigente, a Lei Geral de Proteção de Dados dá indícios de requisitos para o devido tratamento dos dados pessoais, impondo como seus princípios a autodeterminação informativa e a defesa do consumidor. Para tanto, a Lei - que entrará em vigor em breve - impõe que qualquer processo de tratamento de dados pessoais deve ser norteado pela transparência a seus titulares e pela garantia de segurança em sua proteção. Além disso, o tratamento deve estar restrito a uma das hipóteses do artigo 7º da Lei nº. 13.709/2018, entre eles especificamente o “fornecimento de consentimento pelo titular”.

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

Diante do exposto, apreensivos, aguardamos respostas das seguintes questões, no prazo

de 10 (dez) dias a partir do recebimento da presente notificação:

- (a) Como o consumidor é informado sobre os dados recolhidos e utilizados pela empresa, referentes tanto ao reconhecimento facial quanto aos demais dados dos consumidores?
- (b) Como é obtido o consentimento dos consumidores para o reconhecimento facial, para os dados de seus cartões de crédito e para os demais dados utilizados pela empresa?
- (c) Quais informações são armazenadas e como são armazenadas?
- (d) Há compartilhamento dos dados com terceiros? Com quais terceiros tais informações são compartilhadas?
- (e) Quais os mecanismos de segurança utilizados pela empresa? Há processo de anonimização das informações?

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

Respeitosamente,



Teresa Liporace

Coordenadora Executiva do Idec



Diogo Moyses Rodrigues

Líder de Programa de Telecomunicação e Direitos Digitais