

São Paulo, 01 de março de 2012.

**Google Brasil Internet Limitada.**

**Sr. Larry Page**

CEO do Google

Google, Inc.

1600 Amphitheatre Parkway

Mountain View, CA 9404

Telefone: +1 650-253-0000

Fax: +1 650-253-0001

**Sr. Fábio Coelho**

Presidente do Google Brasil

Google Brasil Internet Limitada

Av. Brigadeiro Faria Lima

nº 3900 5º andar, Itaim

São Paulo, 04538-132

Brasil

Telefone: +55-11-3797-1000

Fax: +55-11-3797-1001

**Assunto: Nova Política de Privacidade do Google**

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), associação civil sem fins lucrativos, de utilidade pública federal, legalmente constituída em 1987, inscrita no CNPJ sob o nº 58.120.387/0001-08, com sede na Rua Desembargador Guimarães, 21, Água Branca, São Paulo, SP, integrante do Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor – FNECDC, do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, e membro do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI), cumprindo a sua missão de promover a educação, a conscientização, a defesa dos direitos do consumidor e a ética nas relações de consumo, com total independência política e econômica, vem através desta carta registrar sua preocupação com a nova Política de Privacidade da empresa Google e solicitar as medidas cabíveis para a sua reformulação, com vistas à proteção dos consumidores brasileiros que utilizam a Internet.

A referida Política de Privacidade, que passa a vigor a partir de 01 de março de 2012, com validade para todos os serviços da empresa, traz uma série de infrações à privacidade e à intimidade dos consumidores, além do desrespeito direto ao Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90). Com

“O Idec não permite que empresas façam publicidade de produtos e serviços com base nos resultados dos testes e pesquisas realizados pelo Instituto e veda a sua reprodução total ou parcial, por qualquer meio, sem autorização expressa”.

o intuito de padronizar os procedimentos de coleta e

tratamento dos dados de seus usuários em todos os serviços prestados, a empresa, na verdade, cria um sistema de monitoramento constante da navegação dos consumidores, identificando indistintamente todo seu comportamento, preferências e atitudes na Internet. Considerando que a gama de serviços da empresa é extensa e variada, e que são milhões os seus usuários, especialmente no Brasil, fatalmente os consumidores utilizarão, em maior ou menor grau, algum dos seus serviços, ficando obrigados, invariavelmente, a fornecer dados e informações pessoais para isso.

O problema reside no fato de a empresa não oferecer garantias suficientes sobre a segurança no tratamento dos dados pessoais, tampouco sobre o seu não processamento para finalidades comerciais desautorizadas pelos titulares. A quantidade dos dados apreendidos e o nível de cruzamento e perfilação desses dados, realizados sem ciência e anuência expressa dos consumidores, possibilitará o envio de publicidade massiva, direcionada e indevida, contrariando o Código de Defesa do Consumidor. A liberdade de utilização da rede também ficará comprometida, pois a na navegação passará a ser filtrada pelos recursos tecnológicos da empresa.

Além disso, os dados exigidos vão além do mínimo necessário para o oferecimento de um determinado serviço e, sendo de foro personalíssimo (como endereço, telefone, dados familiares e profissionais, etc.), o seu manuseio indevido, que a referida Política de Privacidade permite, infringe indubitavelmente o direito fundamental à privacidade e à intimidade, previstos no art. 5º, X e XII, da Constituição Federal. No mais, ainda que os dados pessoais sejam de propriedade indiscutível dos titulares, o documento não permite o pleno direito de acesso e bloqueio dos seus próprios perfis.

Tratando-se de uma Política de Privacidade de oposição unilateral, que se apresenta, portanto, como um contrato de adesão, a aceitação dos consumidores é compulsória, caso contrário, ficam-lhe inacessíveis os serviços da empresa. Isso deveria ser motivo de maior responsabilidade da empresa, e de zelo para o estabelecimento de cláusulas condizentes com a boa-fé e os direitos dos seus clientes, a quem ela deve todo o seu crescimento e sucesso comercial. No contexto brasileiro, de ausência de uma lei específica de proteção de dados e de um marco regulatório de direitos e deveres na Internet, essa responsabilidade da empresa deveria ser ainda maior. No entanto, não é o que demonstra o Google, com sua nova Política de Privacidade, que afronta o direito à privacidade e torna vulneráveis os consumidores brasileiros.

“O Idec não permite que empresas façam publicidade de produtos e serviços com base nos resultados dos testes e pesquisas realizados pelo Instituto e veda a sua reprodução total ou parcial, por qualquer meio, sem autorização expressa”.

Desse modo, objetivando a proteção desses consumidores, que cada vez mais percebem e se utilizam do imenso potencial da Internet, com base no dever legal da empresa de prestar seus serviços com boa-fé, segurança e transparência, como preceitua o art. 6º, do CDC, e no respeito ao direito constitucional à privacidade e à intimidade, o Idec exige que o Google reveja sua Política de Privacidade e a retire imediatamente de vigência até que as necessárias alterações sejam efetivamente realizadas.

Atenciosamente,



Lisa Gun  
Coordenadora Executiva

“O Idec não permite que empresas façam publicidade de produtos e serviços com base nos resultados dos testes e pesquisas realizados pelo Instituto e veda a sua reprodução total ou parcial, por qualquer meio, sem autorização expressa”.