

De São Paulo para Brasília, 26 de junho de 2024

Excelentíssimo Sr. Wadih Damous
Secretário Nacional do Consumidor
gab.senacon@mj.gov.br

Excelentíssimo Sr. Vitor Hugo do Amaral
Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) da Senacon
dpdc.senacon@mj.gov.br

Excelentíssimo Sr. Waldemar Gonçalves Ortunho Júnior
Diretor-Presidente da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD)
presidencia@anpd.gov.br

Excelentíssimo Sr. Fabrício Guimarães Madruga Lopes
Coordenador-Geral de Fiscalização da ANPD
fiscalizacao@anpd.gov.br

Excelentíssimo Sr. Alexandre Cordeiro Macedo
Presidente do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade)
gab.presidencia@cade.gov.br

Excelentíssimo Sr. Alexandre Barreto de Souza
Superintendente-Geral do Cade
superintendencia@cade.gov.br

Ref.: Utilização compulsória de dados de consumidores para treinamento de inteligência artificial (IA) das plataformas da Meta

Prezados (as) Senhores(as),

IDEC - INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (cujo nome fantasia é INSTITUTO DE DEFESA DE CONSUMIDORES) - entidade civil sem fins lucrativos, legalmente constituída desde 1987, inscrita no CNPJ sob nº 58.120.387/0001-08, sediada na Av. Marquês de São Vicente 446, salas 411/412 – Barra Funda, São Paulo/SP, CEP

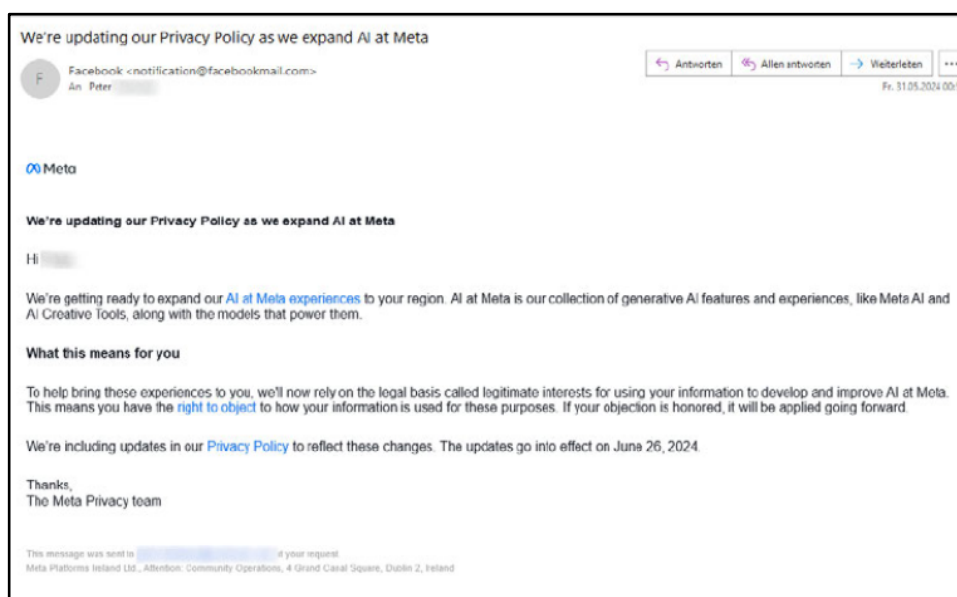
01139-000, endereço eletrônico coex@idec.org.br, representada por seus procuradores infra-assinados, vem, respeitosamente, apresentar esta denúncia e requisitar pedido de abertura de processo administrativo para investigar a mudança na Política de Privacidade da Meta, consubstanciada nas razões de fato e de direito abaixo deduzidas:

I. DA ATUAÇÃO E LEGITIMIDADE DO IDEC NO SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES E DIREITOS DIGITAIS

1. O Idec é uma associação de consumidores, sem fins lucrativos, de utilidade pública federal, criada em julho de 1987 e mantida por seus associados. A missão do Idec é promover a educação, a conscientização, a defesa dos direitos do consumidor e a ética nas relações de consumo, com total independência política e econômica. Fundado em 1987, o Instituto tem em seus fins institucionais a atuação em Juízo como defensor e representante da coletividade consumerista, exercendo a tutela do direito coletivo de milhões de consumidores do país, conforme se verifica nos arts. 1º, 2º e 3º, 'd', 'f' e 'g' do seu Estatuto Social.
2. Um dos programas temáticos do Idec é justamente na área de telecomunicações e direitos digitais, atuando nacional e internacionalmente em temas que vão desde o acesso à internet de qualidade até temas de proteção de dados, regulação de plataformas e inteligência artificial. O Instituto, neste âmbito, participa de consultas e audiências públicas nos órgãos reguladores da área, é autor de ações judiciais, participa como *amicus curiae* em temas de grande relevância social, econômica e jurídica, contribui com projetos de lei e políticas públicas e elabora pesquisas e materiais de acesso às pessoas consumidoras.
3. No âmbito de sua atuação, o Idec tomou conhecimento de que a Meta passaria a utilizar dados pessoais públicos de seus usuários para treinamento indefinido de tecnologias de Inteligência Artificial, sem qualquer especificação de finalidade e sem o consentimento dos usuários.
4. Tendo em vista a abrangência e importância do tema, enviamos o presente ofício à Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), para que, no âmbito de suas competências e responsabilidades, possam proteger os titulares-consumidores dessa violação de direitos nos serviços digitais de comunicação.

II. DOS FATOS

5. Em 04 junho de 2024, a **Meta** informou a seus usuários da União Europeia (UE) e Reino Unido que, a partir de **26 junho de 2024**, alteraria sua política de privacidade e passaria a utilizar dados pessoais públicos coletados no Facebook e Instagram para treinamento de sua nova tecnologia de inteligência artificial. Na ocasião foram enviadas mensagens nos aplicativos de dispositivos móveis do Facebook e em e-mail, como o seguinte:



Fonte: Noyb - European Center for Digital Rights

6. A mudança repercutiu rapidamente na UE e, considerando sua abusividade, foi alvo de notificação a 11 autoridades nacionais de proteção de dados pela ONG austríaca Noyb - European Center for Digital Rights¹ em razão, entre outros fatores, da: (i) ilegalidade no uso do legítimo interesse como hipótese para justificar o tratamento de dados; (ii) ausência de finalidade específica; (iii) uso de práticas manipulativas para dificultar que os consumidores exerçam seus direitos de titular; (iv) falta de informações adequadas.

7. Em consequência das notificações enviadas, a mudança foi suspensa pela Meta no espaço europeu após compromisso estabelecido com o DPC (Autoridade Irlandesa de Proteção de Dados).² Em comunicado oficial, a empresa informou que a consequente

¹ Para mais informações, acesse: <https://noyb.eu/en>

² NOYB. (Preliminary) noyb WIN: Meta stops AI plans in the EU. Disponível em: <<https://noyb.eu/en/preliminary-noyb-win-meta-stops-ai-plans-eu>> Acesso em: 19 jun. 2024.

suspensão do treinamento também significaria o adiamento do chatbot de IA generativa na UE.³

8. **No Brasil, não houve nenhuma informação oficial da Meta sobre a mudança.** No entanto, a partir da repercussão na UE, a mudança tornou-se conhecida.⁴ As comunicações realizadas por parte de jornais⁵ e nas próprias redes sociais⁶ estão relacionadas, em especial, a ensinar os consumidores a se opor ao uso de seus dados para treinamento da IA - o que é dificultado pela empresa, como trataremos mais adiante.

9. Na comunicação da mudança na UE, a Meta afirmou que o uso de dados e postagens públicas seria utilizado “para desenvolver e melhorar a IA”. Na leitura de sua política de privacidade é possível compreender que as informações utilizadas podem incluir **publicações, fotos, legendas e mensagens enviadas**, mas não o conteúdo de mensagens privadas protegidas por criptografia, conforme esclarecido pela central de ajuda do Facebook.⁷ Vejamos trecho da Política de Privacidade em que a Meta assume que já utiliza os dados pessoais para treinamento de ferramentas de IA:

De onde a Meta obtém as informações de treinamento?

Como é necessária uma grande quantidade de dados para ensinar modelos eficazes, uma combinação de fontes é usada para treinamento. Usamos informações que estão publicamente disponíveis online e informações licenciadas. Também usamos informações compartilhadas nos produtos e nos serviços da Meta. Essas informações podem abranger publicações ou fotos e legendas. Não usamos o conteúdo das suas mensagens privadas com amigos e familiares para treinar nossas IA. Há mais detalhes sobre como usamos as informações dos produtos e serviços da Meta na nossa [Política de Privacidade](#).

Fonte: Política de Privacidade da Meta (Acesso em 25 de junho de 2024)

³ O GLOBO. Meta adia lançamento de chatbot de IA na Europa após pressão de reguladores. O Globo, 15 jun. 2024. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2024/06/15/meta-adi-lancamento-de-chatbot-de-ia-na-europa-apos-pressao-de-reguladores.ghtml>> Acesso em: 19 jun. 2024.

⁴ CRISCUOLO, Leandro Costa. Seus dados compartilhados com a Meta serão repassados à IA; saiba motivo. **Olhar Digital**, 06 jun. 2024. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2024/06/04/internet-e-redes-sociais/seus-dados-compartilhados-com-a-meta-serao-repassados-a-ia-saiba-motivo/>> Acesso em: 19 jun. 2024.

⁵ Veja um exemplo, em: <https://www.aosfatos.org/noticias/como-impedir-uso-dados-pessoais-ia-meta-facebook/>

⁶ Veja um exemplo, em: <https://www.instagram.com/p/C77mveRRtle/?igsh=MW1reDB5c25seHNhYg==>

⁷ “Como é necessária uma grande quantidade de dados para ensinar modelos eficazes, uma combinação de fontes é usada para treinamento. Usamos informações que estão publicamente disponíveis online e informações licenciadas. Também usamos informações compartilhadas nos produtos e nos serviços da Meta. Essas informações podem abranger publicações ou fotos e legendas. Não usamos o conteúdo das suas mensagens privadas com amigos e familiares para treinar nossas IA. Há mais detalhes sobre como usamos as informações dos produtos e serviços da Meta na nossa Política de Privacidade.” Para mais informações, acesse: <https://www.facebook.com/privacy/genai>

10. A política também esclarece que tem conhecimento que trata dados pessoais coletados de informações públicas ou licenciados de outros provedores. Nesses casos, não haveria a vinculação dos dados a nenhuma conta da Meta - o que, no entanto, não limita a responsabilidade na Meta no tratamento de dados pessoais.⁸ Por fim, a atualização na Política de Privacidade também esclarece que a base legal utilizada para o treinamento de IA com dados pessoais seria o **legítimo interesse**⁹ e que os titulares teriam o direito de se opor ao tratamento de seus dados pessoais.¹⁰

11. Em **19 de junho**, questionada pela “Aos Fatos”, a ANPD informou que iria questionar a Meta sobre a falta de comunicação aos usuários brasileiros na utilização de publicações do Instagram e do Facebook para alimentar modelos de inteligência artificial.¹¹ **Até o momento do envio desta notificação, não há informações públicas sobre o envio de tais questionamentos.** No entanto, considerando a ilicitude do fato - que vai além da falta de informações - e os riscos de dano a que são submetidos os titulares-consumidores, é essencial que as autoridades competentes e responsáveis atuem de forma célere para evitá-los.

12. Considerando os fatos narrados e as implicações da mudança aos consumidores brasileiro, o Idec apresenta a seguir as razões de direito:

⁸ “Quando coletamos informações públicas da internet ou licenciamos dados de outros provedores para treinar os modelos, isso pode incluir informações pessoais. Por exemplo, se coletarmos uma publicação aberta de blog, ela pode incluir o nome e as informações de contato do autor. Quando obtemos informações pessoais como parte desses dados públicos e licenciados que usamos para treinar nossos modelos, não vinculamos especificamente esses dados a nenhuma conta da Meta.” Para mais informações, acesse: <https://www.facebook.com/privacy/genai>

⁹ “Estamos empenhados em ser transparentes sobre as bases legais que usamos para processar informações. Acreditamos que o uso dessas informações é do interesse legítimo da Meta, dos nossos usuários e de outras pessoas. Na União Europeia e no Reino Unido, nos baseamos nos interesses legítimos para coletar e processar qualquer informação pessoal incluída nas fontes licenciadas e disponíveis publicamente, bem como informações que as pessoas compartilharam nos produtos e serviços da Meta, para desenvolver e melhorar a IA na Meta.” Para mais informações, acesse: <https://www.facebook.com/privacy/genai>

¹⁰ “Você tem direitos relacionados à forma como suas informações são usadas para IA na Meta. Isso inclui o direito de se opor ao uso de informações que você compartilhou nos produtos e serviços da Meta para o desenvolvimento e aprimoramento da IA na Meta. Você também pode enviar solicitações relacionadas às suas informações pessoais de terceiros que estão sendo usadas para desenvolver e melhorar a IA na Meta.” Para mais informações, acesse: <https://www.facebook.com/privacy/genai>

¹¹ LABATO. Gisele. ANPD quer explicações da Meta por não comunicar brasileiros sobre uso de dados para treinar IA. Aos Fatos, 19 jun. 2024. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/bipe/meta-dados-usuarios-ia-lqpd/>> Acesso em: 24/06/2024.

III. DO DIREITOS

A. Proteção a consumidores: A relação consumerista entre a Meta e seus usuários

13. A relação jurídica entre a Meta e seus usuários é uma relação de consumo, sendo aplicável o Código de Defesa do Consumidor (CDC) para a análise, interpretação e resolução de eventuais problemas que surjam da utilização da plataforma. Isto porque, conforme definido nos artigos 2º e 3º do CDC, “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou **utiliza produto ou serviço como destinatário final**” e “Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou **prestação de serviços**”. Portanto, os usuários da plataforma são consumidores na medida em que utilizam o serviço como destinatário final e que a plataforma presta um serviço de mídia social, ainda que de forma gratuita.

14. A gratuidade do serviço não afasta a existência da relação de consumo, já que embora o consumidor não arque com custos diretos na plataforma, seu uso traz ganhos financeiros indiretos para a empresa. Nesse sentido, a jurisprudência do e. Superior Tribunal de Justiça tem posicionamento firme de que “o fato de o serviço prestado pelo provedor ser gratuito não desvirtua a relação de consumo, pois o termo ‘mediante remuneração’, contido no art. 3º, § 2º, do CDC, deve ser interpretado de forma ampla, de modo a incluir o ganho indireto do fornecedor”.¹²

¹² “CIVIL E CONSUMIDOR. INTERNET. RELAÇÃO DE CONSUMO. INCIDÊNCIA DO CDC. GRATUIDADE DO SERVIÇO. INDIFERENÇA. PROVEDOR DE PESQUISA VOLTADA AO COMÉRCIO ELETRÔNICO. INTERMEDIÇÃO. AUSÊNCIA. FORNECEDOR. NÃO CONFIGURADO. (...) 2. A exploração comercial da Internet sujeita as relações de consumo daí advindas à Lei nº 8.078/90. 3. O fato de o serviço prestado pelo provedor de serviço de Internet ser gratuito não desvirtua a relação de consumo. 4. Existência de múltiplas formas de atuação no comércio eletrônico. 5. O provedor de buscas de produtos que não realiza qualquer intermediação entre consumidor e vendedor não pode ser responsabilizado por qualquer vício da mercadoria ou inadimplemento contratual. 6. Recurso especial provido.” (STJ, REsp 1.444.008/RS, Rel. Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 25/10/2016, DJe 09/11/2016.)

B. Proteção a consumidores e proteção de dados: Falta de transparência (art. 6º, inciso VI, LGPD e art. 6º, inciso IV, CDC) e informação (art. 6º, inciso III, CDC) na mudança da política de privacidade

15. Conforme mencionado, **não houve qualquer comunicação por parte da Meta sobre a mudança em sua política de privacidade para seus usuários brasileiros**. Independente da utilização da base legal do legítimo interesse - que, como será explicado, não deve justificar esse tratamento de dados -, a transparência é considerada um princípio da LGPD (art. 6º, inciso VI, LGPD) e um direito básico no CDC (art. 6º, inciso IV, CDC). Além disso, a informação adequada e clara também é considerada um direito básico do consumidor (art. 6º, inciso III do CDC).

16. Decorrente do princípio básico do CDC de reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor e da necessária boa-fé objetiva (art. 4º, incisos I e III, CDC), o direito à informação deve orientar a relação de consumo existente.

17. Considerando que o direito à informação prévia, adequada e clara é requisito essencial para a validade e eficácia dos contratos de consumo, caso a informação não seja repassada ao consumidor antecipadamente, o seu conteúdo não gerará obrigações aos consumidores (art. 46 do CDC). Trata-se, inclusive, de um **direito que deve perdurar por toda relação contratual**, sendo dever do fornecedor manter o consumidor adequada e permanentemente informado sobre todos os aspectos da relação contratual, **especialmente aquelas que possam gerar riscos ou outras circunstâncias relevantes** (conclusões 7 e 9 do V Congresso Brasileiro de Direito do Consumidor/Brasilcon).¹³

18. A Meta deveria, então, garantir aos titulares informações claras, precisas e facilmente acessíveis por meio, tanto de sua política de privacidade, quanto ostensivamente por mensagens e e-mails, como ocorreu na UE. **Apenas a mudança da política, sem qualquer comunicação enviada aos consumidores, não garante a eles informações adequadas**. Além do difícil acesso, limitando o conhecimento de consumidores, sua política também falha ao não dar transparência às finalidades específicas do tratamento ao afirmar que o uso dos dados seria para treinamento de IA, mas sem especificar qual o objetivo do tratamento, quais os (eventuais) benefícios e facilidades aos consumidores provenientes do tratamento de dados e qual tipo de modelo generativo.

¹³ BENJAMIN, Antonio Herman; MARQUES, Claudia Lima e BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de direito do consumidor. 9 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

19. A qualidade da informação transmitida ao consumidor está diretamente relacionada à formação de sua opinião e autonomia na tomada de decisão, sendo a liberdade de escolha, no caso, de compartilhar os dados ou não, um direito básico do consumidor (art. 6º, inciso II, CDC). Isso porque a confiança - gerada pela boa-fé e informação adequada - consegue reduzir a complexidade do fluxo informacional e suprimir a abordagem tradicional da autodeterminação informacional (base do consentimento).¹⁴ Dessa forma, é possível considerar que o **dever de informar é um ônus proativo incumbido aos fornecedores** (neste caso, as plataformas digitais) para superar a assimetria informacional característica das relações de consumo. Esse é o entendimento do Min. Humberto Martins no julgamento do REsp 1.364.915/MG:

Mais do que obrigação decorrente de lei, o dever de informar é uma forma de cooperação, uma necessidade social. Na atividade de fomento ao consumo e na cadeia fornecedora, o dever de informar tornou-se autêntico ônus proativo incumbido aos fornecedores (parceiros comerciais, ou não, do consumidor), pondo fim à antiga e injusta obrigação que o consumidor tinha de se acautelar (*caveat emptor*)

(REsp n. 1.364.915/MG, relator Ministro Humberto Martins, Segunda Turma, julgado em 14/5/2013, DJe de 24/5/2013.)

20. Não basta apenas a criação de página na política de privacidade apresentando a mudança ou o aviso genérico de que houve mudança na política de privacidade. É necessário um efetivo aviso da empresa comunicando, de forma compreensível ao consumidor, a possibilidade de se utilizar de seus dados pessoais para a finalidade pleiteada, com possibilidade de oposição (*opt-out*).

21. Conclui-se que a Meta não se desincumbiu do ônus de informar e dar transparência aos titulares-consumidores ao deixar de comunicá-los sobre a alteração da Política de Privacidade e não identificar os propósitos específicos e concretos do tratamento de dados. Tal conduta deve, então, ser considerada viciada nos termos do CDC (art. 6º, inciso III e IV c/c art. 14, CDC) e nos termos da LGPD (art. 6º, inciso VI c/c art. 42, LGPD).

C. Proteção de dados: Não há legítimo interesse em treinar inteligência artificial com dados de titulares de dados

22. A empresa justifica em sua política de privacidade que o uso de dados pessoais para treinamento de algoritmos de IA **“é do interesse legítimo da Meta”**.¹⁵ No entanto, não relaciona a base legal aos requisitos da LGPD. De início, é fundamental reconhecer que a base do **legítimo interesse não pode ser utilizada**

¹⁴ BIONI, Bruno R. Proteção de Dados Pessoais - A Função e os Limites do Consentimento. Grupo GEN, 2021.

¹⁵ Para mais informações, acesse: <https://www.facebook.com/privacy/genai>

para tratar dados sensíveis, pois não está previsto no rol de bases legais para o tratamento de dados sensíveis sem o consentimento do titular, presente no artigo 11, inciso II da LGPD, e considerando seu potencial discriminatório.

23. No caso concreto, o tratamento de dados biométricos oriundos de fotos e demais publicações é evidente. Dessa forma, a **ilicitude no tratamento de dados por meio dessa base legal deve ser reconhecida**. Ainda que não fosse o caso, a base não é a mais adequada para o tratamento de dados em questão pelas razões expostas a seguir.

24. O legítimo interesse é uma hipótese legal mais abrangente, atribuindo alta discricionariedade aos agentes de tratamento de dados e maiores riscos aos titulares de dados. Por este motivo, está limitada pela própria legislação, devendo servir exclusivamente para (i) **finalidades legítimas** (art. 10, caput e inciso I, LGPD), que devem ser lícitas e lastreada em uma situação concreta de apoio e promoção de atividades do controlador de dados; (ii) uma verdadeira **necessidade** (art. 10, §1º, LGPD), que deve tratar o mínimo de dados possível e a possibilidade de utilização de outras bases legais; (iii) balanceamento frente à legítima expectativa dos titulares e dos direitos e liberdades fundamentais (art. 6º, inciso I, art. 7º, inciso IX e art. 10, inciso II) e (iv) **definição de salvaguardas** (art. 10, §§ 2º e 3º, LGPD). Tal imposição está intimamente conectada com o dever de obediência ao princípio da responsabilização e prestação de contas (art. 6, X), ou seja, o agente de tratamento deve demonstrar a 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, assim como a demanda explícita de transparência no uso dessa base legal (art. 10, §2º). Os quatro pontos mencionados são as fases do teste de proporcionalidade, que deve ser realizado para aferir o legítimo interesse a partir das obrigações previstas na legislação (art. 10 c/c art. 37, LGPD). No entanto, como analisaremos a seguir, os requisitos obrigatórios não são seguidos no caso analisado.

25. **Finalidade legítima**. Considerando a intrínseca relação entre a base do legítimo interesse e os princípios da adequação e necessidade, é fundamental que sejam tratados por meio dessa base o mínimo de dados possíveis em relação às finalidades do tratamento de dados. A ANPD explica, por exemplo, que a legitimidade deve ser aferida pela “**vinculação a finalidades legítimas, específicas e explícitas**”.¹⁶ Nesse caso, a Meta não explica em sua política de privacidade qual a necessidade específica do tratamento de dados, qual modelo de IA o treinamento

¹⁶ AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS. Hipóteses legais de tratamento de dados pessoais legítimo interesse. ANPD, fev. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br/documentos-e-publicacoes/guia_legitimo_interesse.pdf> Acesso em: 21 jun. 2024.

seria realizado e qual a relação entre o treinamento e os serviços prestados ao titular-consumidor.

26. Além disso, o uso para treinamento de IA sequer pode ser considerado uma finalidade. A *finalidade* de que trata a legislação está relacionada ao objetivo-fim do tratamento de dados. Nos termos da ANPD, “a finalidade constitui o **propósito específico que se pretende alcançar** com a realização do tratamento, que deve ser considerado a partir de situações concretas, com o uso de dados pessoais estritamente necessários para a finalidade pretendida”. Nesse caso, então, **o treinamento para fins de treinamento de IA é um meio, não um fim, de forma que a verdadeira finalidade do tratamento de dados não está clara.**

27. **Legítimas expectativas e boa fé.** O uso dessa base legal exige o sopesamento de interesses dos controladores e terceiros com os interesses do titular de dados. Para aferir a legítima expectativa do titular, por exemplo, (i) o tratamento de dados haveria de ser compatível com o tratamento originário ou (ii) que as atividades sejam naturalmente esperadas pelo titular. No entanto, **o uso de dados para treinamento de IA generativa (i) não estão relacionados com a funcionalidade central do aplicativo por parte do usuário; (ii) não fazem parte da interação padrão entre usuário e plataforma;¹⁷ e (iii) não há correlação direta entre a rede social e o treinamento.**

28. Além disso, a ANPD também orienta que “não são considerados legítimos os interesses que não sejam **associados às atividades atuais do controlador.**” No caso em tela, **além de não ser essencial para a funcionalidade do aplicativo, a IA generativa sequer está disponível para os usuários.** Trata-se, na realidade, da apropriação e exploração unilateral dos dados dos consumidores sem qualquer compartilhamento de benefícios. O que é contrário à boa-fé exigida dos controladores no tratamento de dados a partir do legítimo interesse. É possível compreender que a alteração da Meta descumpra o princípio da boa-fé (art. 6º, caput da LGPD), exigido do controlador no uso da base do legítimo interesse.

29. **Riscos aos direitos e liberdades.** O uso de algoritmos de inteligência artificial carrega consigo um alto risco de violação a direitos e liberdades individuais e um alto potencial discriminatório, sendo necessário, portanto, a mitigação de riscos e a

¹⁷ É certo que as plataformas digitais fazem uso de algoritmos de inteligência artificial para direcionamento de conteúdo por meio da perfilização, para moderação de conteúdo e para outras finalidades que envolvem o funcionamento da plataforma. No entanto, o que se observa neste caso concreto é que a utilização de dados para treinamento de uma ferramenta de IA generativa não está relacionada aos serviços já ofertados e prestados pela Meta e não foi nem ao menos especificada.

tomada de salvaguardas de proteção.¹⁸⁻¹⁹ Neste caso, não apenas a Meta não especifica medidas de salvaguarda, como também assume que trata dados pessoais de terceiros não identificados.²⁰ Isto, somado à falta de transparência, inclusive quanto às finalidades específicas, levanta sérias preocupações de uso potencialmente discriminatório dessas informações e, conseqüentemente, impacto aos direitos e liberdades dos titulares de dados.

30. **Salvaguardas e medidas de mitigação.** Não há informações sobre quais são as medidas aplicadas para garantir a proteção de dados dos titulares-consumidores. Também é fundamental considerar a falta de medidas que garantam o **melhor interesse e absoluta prioridade** no tratamento de dados pessoais de crianças e adolescentes (art. 14, LGPD e art. 227, CF/88, respectivamente). Em uma sociedade massiva no tratamento de dados, **reduzir os dados de crianças e adolescentes a meros dados pessoais, sem garantir nenhuma proteção adicional, não atende os mencionados princípios** e, desta maneira, contrasta com o ordenamento jurídico brasileiro, inclusive a própria Constituição Federal. O uso de dados, inclusive biométricos, de crianças e adolescentes para o treinamento de inteligência artificial já se mostra uma realidade²¹, ainda que amplamente contrária às proteções garantidas no ordenamento jurídico brasileiro.

31. Conclui-se que a base legal do legítimo interesse não é capaz de amparar o tratamento de dados pessoais para o treinamento de IA em razão, especialmente, da (i) falta de finalidade legítima, específicas e explícitas e da (ii) ausência de legítimas expectativas por parte dos titulares-consumidores. Tal conduta deve, então, ser considerada viciada nos termos do CDC (art. 6º, inciso IV e V c/c art. 14, CDC) e nos termos da LGPD (art. 10 c/c art. 37, LGPD).

¹⁸ SILVA, Tarcízio. Racismo Algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais. São Paulo: Edições Sesc, 2022.

¹⁹ Os casos, reportagens e reações sobre discriminação algorítmica podem ser visualizados no mapeamento a seguir: <https://desvelar.org/casos-de-discriminacao-algoritmica/>

²⁰ “Quando coletamos informações públicas da internet ou licenciamos dados de outros provedores para treinar os modelos, isso pode incluir informações pessoais. Por exemplo, **se coletarmos uma publicação aberta de blog, ela pode incluir o nome e as informações de contato do autor**. Quando obtemos informações pessoais como parte desses dados públicos e licenciados que **usamos para treinar nossos modelos, não vinculamos especificamente esses dados a nenhuma conta da Meta**.” Para mais informações, acesse: <https://www.facebook.com/privacy/genai>

²¹ Exemplo disso é a denúncia da Human Rights Watch que identificou o uso de fotografias de crianças para treinamento de inteligência artificial. Para mais informações, acesse: <https://www.hrw.org/pt/news/2024/06/10/brazil-childrens-personal-photos-misused-power-ai-tools>

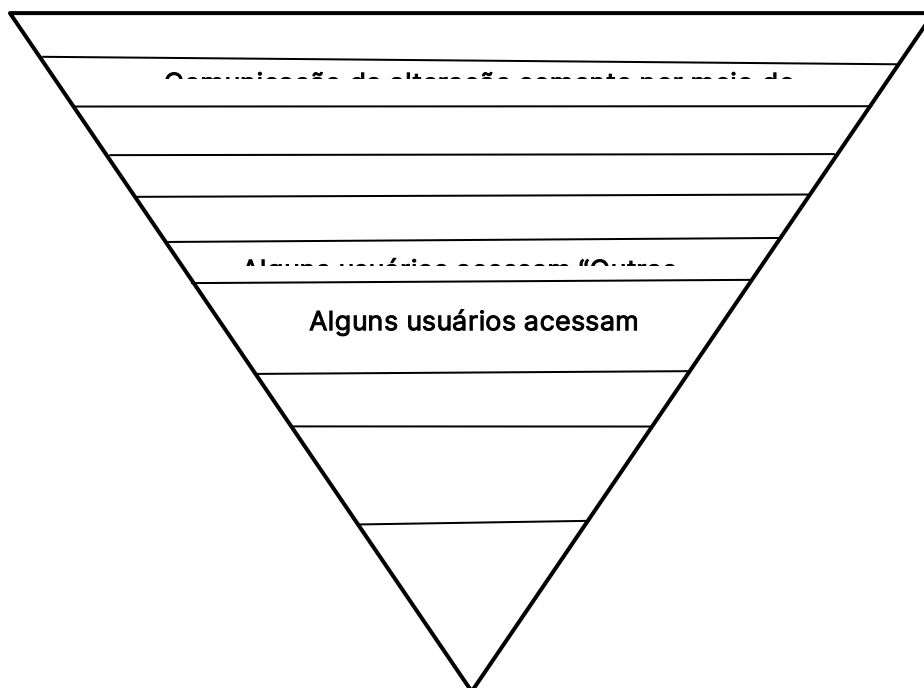
D. Proteção a consumidores e proteção de dados: Violação à transparência e boa-fé (art. 6º, inciso VI, LGPD e art. 4º, inciso III e 6º, incisos, II e III, CDC) no exercício do direito de oposição (art. 18, § 2º, LGPD), tornando inefetivo o exercício de direito de titulares

32. Ainda que a Meta dê a oportunidade de que seja exercido o direito de oposição ao uso de seus dados pessoais para o treinamento da tecnologia de IA pelos consumidores, o que se observa, é um design manipulativo e obscuro (*deceptive pattern*, em inglês) para dificultar o acesso de consumidores a esse direito.²²

33. **O direito de oposição está disponível na Política de Privacidade da empresa, no entanto, para acessá-lo são necessários nove passos não intuitivos para o consumidor.** Tanta é a dificuldade para a oposição que diversos canais de comunicação estão auxiliando os consumidores a exercer seu direito.²³ Vejamos a seguir os nove passos necessários para que os titulares-consumidores se oponham ao tratamento de seus dados pessoais:

²² Nos termos do Digital Service Act (DSA), legislação europeia para regulação de plataformas, padrões obscuros podem ser definidos como “**práticas que distorcem ou prejudicam de forma substancial, intencional ou de facto, a capacidade dos destinatários do serviço de fazerem escolhas ou decisões autônomas e informadas**”. Estas práticas podem ser utilizadas para persuadir os destinatários do serviço a adotar comportamentos indesejados ou decisões indesejadas que tenham consequências negativas para eles. Por conseguinte, **os fornecedores de plataformas em linha deverão ser proibidos de enganar ou incentivar nesse sentido os destinatários do serviço e de distorcer ou prejudicar a autonomia, a tomada de decisões ou a escolha dos destinatários do serviço através da estrutura, conceção ou funcionalidades de uma interface em linha ou de parte dela**. Tal inclui, entre outras, opções de conceção exploratória para orientar o destinatário para ações que beneficiem o prestador de plataformas em linha, mas que podem não ser do interesse dos destinatários, apresentando escolhas de forma não neutra, por exemplo dando mais destaque visual a determinadas opções através de componentes visuais, meios auditivos ou outros componentes, ao solicitar ao destinatário do serviço que tome uma decisão.” Para mais informações, acesse: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065>

²³ BORTOLON, Bianca. Como impedir que a Meta use seus dados para alimentar modelos de IA. Aos Fatos, 17 jun. 2024. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/como-impedir-uso-dados-pessoais-ia-meta-facebook/>> Acesso em: 24/06/2024.



Descrição: Manipulação da Meta para dificultar o acesso dos titulares-consumidores ao direito à oposição
Fonte: elaboração própria inspirada na Noyb - European Center for Digital Rights²⁴ e adaptada ao contexto brasileiro

34. A utilização de diversos passos trata-se de um design que dificulta os consumidores a exercerem seus direitos. Com isso, **a Meta visa minimizar o número de titulares de dados que irá se opor ao tratamento de seus dados para treinamento de uma ferramenta de inteligência artificial.** A manipulação para que os consumidores não exerçam - e, até mesmo, não compreendam - seus direitos viola os direitos de transparência e boa-fé e dificulta a sua liberdade de escolha (art. 6º, inciso VI, LGPD e art. 4º, inciso III, e art. 6º, incisos II e III, CDC).

35. Inclusive, no formulário para oposição, o consumidor ainda tem que fornecer informações desnecessárias e excessivas, como a justificativa. A maioria dos titulares dos dados não saberá qual argumento deve utilizar, uma vez que não são advogados e não estão familiarizados com o conceito de legítimo interesse e proteção de dados. Considerando a vulnerabilidade dos consumidores-titulares (art. 4º, inciso I do CDC) não deve recair sobre ele o ônus de comprovar o tratamento irregular de dados. Inclusive, a confirmação de que o pedido foi atendido é automática, de forma que a etapa de justificativa é só mais uma forma de dificultar o acesso dos consumidores ao direito.

²⁴ Para mais informações, acesse: https://noyb.eu/files/meta_ai/complaint_ie.pdf

36. Ademais, como se argumenta que a base legal aplicável ao caso deveria ser o consentimento, não estaríamos falando em uma hipótese de oposição após o início do tratamento de dados, já que não se trataria de hipótese de dispensa de consentimento (LGPD, art. 18, §5º). Desta maneira, além do direito de oposição estar prejudicado por conta da dificuldade de exercê-lo, o correto seria a inversão da lógica: **não há sentido nem se ter um "opt out" sendo o que deveria ter havido um consentimento qualificado e livre *previamente* (opt in).**

37. Conclui-se que a Meta atua de forma ilegal ao dificultar o acesso dos consumidores ao direito de oposição (art. 19, §2º, LGPD). Tal conduta deve, então, ser considerada viciada nos termos do CDC (art. 6º, inciso IV e V c/c art. 14, CDC) e nos termos da LGPD (art. 19, §2º, LGPD).

E. Proteção a consumidores: A utilização de dados pessoais para treinamento de IA é prática abusiva (CDC, art. 39, inciso V, e art. 6, incisos IV e V)

38. Considerando (1) a falta de transparência e de informações adequadas na comunicação da mudança da política de privacidade; (2) a inadequação do uso do legítimo interesse e (3) a manipulação abusiva para dificultar o exercício do direito à oposição, a alteração da Meta se mostra uma **prática abusiva**, por se tratar de **vantagem manifestamente excessiva** que coloca em risco à proteção de dados dos consumidores (art. 39, inciso V, CDC).

39. A violação aos direitos básicos do consumidor está evidente. No caso em tela, podemos observar uma modificação desproporcional e não-essencial de cláusulas contratuais por meio da alteração da Política de Privacidade que estabeleceu uma prestação desproporcional aos titulares-consumidores que terão seus dados pessoais treinados para promoção de uma ferramenta de IA sem qualquer contraprestação e/ou benefício (art. 6º, inciso V, CDC). A Meta também se utiliza de métodos comerciais e/ou desleais ao dificultar o acesso dos titulares-consumidores ao direito de oposição (art. 6º, incisos II e IV, CDC).

40. Dessa forma, deve ser considerada desproporcional a obtenção das vantagens econômicas e de outras naturezas decorrentes do uso de dados pessoais para treinamento de IA, uma vez que a Meta se utiliza do desconhecimento do titular-consumidor e dificulta o acesso ao direito de proteção de dados (art. 6º, incisos IV e V, LGPD).

41. Em razão do princípio da **boa-fé objetiva** e da constante consecução pelo **equilíbrio nas relações de consumo**, (art. 4º, inciso III e art. 51, inciso IV, CDC), há

de se perseguir a proporção entre prestação e contraprestação para se atingir uma relação contratual justa e equilibrada.²⁵

42. A utilização dos dados pessoais de todos os usuários para treinamento da inteligência artificial generativa da Meta representa uma exploração unilateral da vida dos usuários sem que eles recebam qualquer benefício em troca e nem mesmo tenham a dimensão do seu impacto.

43. Seria diferente, por exemplo, caso os consumidores autorizassem o compartilhamento de seus dados para utilizar ferramentas de IA oferecidas pela Meta. Ainda que neste exemplo também existam preocupações consumeristas, concorrenciais e em proteção de dados, a escolha dos titulares-consumidores (*opt-in*) em utilizar a ferramenta justificaria o tratamento de seus dados pessoais. Caso o uso dos dados pessoais seja essencial para a utilização do novo serviço, a Meta também não deve compartilhá-los indiscriminadamente baseada em seu “legítimo interesse”. Nesse sentido, o art. 39, inciso III do CDC **determina ser ilícita a prática comercial de enviar produtos e serviços não solicitados pelo consumidor.**²⁶

44. O valor social da livre iniciativa deve ser orientado pelos ditames da **justiça social** (art. 170, CF/88) e deve respeitar a defesa de consumidores (inciso V), de maneira que a exploração abusiva e unilateral de dados pessoais - também protegidos constitucionalmente como direito fundamental - não deve ser admitida (art. 5º, inciso LXXIX, CF/88).

45. conduta da Meta representa uma **prática abusiva**, nos termos do art. 39, incisos III e V do CDC, pois acaba por enviar serviço não demandado pelo consumidor, assim como exige do usuário uma **vantagem manifestamente excessiva** ao (i) gerar benefícios unilaterais de forma contrária à ordem pública e (ii) ao ampliar o negócio a partir do tratamento de dados para finalidades que extrapolam a prestação do serviço de rede social.

46. Além de serem práticas abusivas, também podem ser entendidas como cláusulas abusivas, presumidamente exageradas (art. 51, § 1º e incisos, CDC), já que podem implicar a renúncia ou disposição de direitos (art. 51, inc. I, CDC), assim como têm o condão de colocar o consumidor em desvantagem exagerada (art. 51, inc. III, CDC) e de alterar unilateralmente o conteúdo e a qualidade do contrato (art. 51, inc.

²⁵ BENJAMIN, Antonio Herman; MARQUES, Claudia Lima e BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de direito do consumidor. 9 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

²⁶ No mesmo sentido, a Súmula nº 532/STJ: “Constitui prática comercial abusiva o envio de cartão de crédito sem prévia e expressa solicitação do consumidor, configurando-se ato ilícito indenizável e sujeito à aplicação de multa administrativa.”

XII, CDC), o que, por si só, já é motivo suficiente para aplicação das penalidades administrativas descritas nos art. 22 e 56, do Decreto nº 2.181/1997.

47. Portanto, a conduta da Meta de compartilhar dados para treinar IA generativa, sem consentimento prévio dos consumidores, sem finalidade clara ou qualquer legítimo interesse e de maneira desproporcional se enquadra como uma **vantagem manifestamente abusiva**, o que deve gerar responsabilização nos termos do CDC e da LGPD.

F. Defesa da concorrência: a conduta pode ser exploratória e excludente

48. O poder de mercado e a posição dominante exercida pela Meta e seus serviços no seu ecossistema, levantam preocupações em como essa mudança pode impactar a concorrência. Ao se utilizar de dados pessoais coletados em outros serviços para treinar um novo serviço, é possível considerar que a mudança na Política de Privacidade representa um **abuso de posição dominante**:

49. **Barreiras à entrada.** O exercício de poder de conglomerado impede o exercício e rivalidade efetiva no mercado, aumentando barreiras à entrada e à expansão (art. 36, §3º, incisos III e IV da Lei nº 12.529/11). Isso porque, é provável que não existam outras empresas com tamanha quantidade de dados pessoais para treinamento de uma nova tecnologia, de forma que novos entrantes estariam prejudicados pela conduta da Meta.

50. **Aprofundamento do poder de mercado.** O desenvolvimento de tecnologias de IA generativa depende, principalmente, de: (i) grande quantidade de dados para treinamento e (ii) poder computacional para processamento dos dados. Com isso, a movimentação da Meta tende a concentrar ainda mais poder nas mãos das grandes empresas de tecnologia, as big techs.²⁷ A concentração de poder também aumenta o risco de transformação do poder de mercado em poder econômico e político, como apontou o próprio Cade em contribuição à Tomada de Subsídios do Ministério da Fazenda sobre a regulação econômica de plataformas digitais.²⁸

51. **Bem-estar do consumidor.** As condutas da Meta ferem a finalidade da legislação antitruste, o bem-estar do consumidor, ao gerar prejuízos a proteção de

²⁷ MIT Technology Review. Como evitar que a IA Generativa contribua para a concentração do poder na mão das Big Techs. 07 jun. 2023. Disponível em: <<https://mittechreview.com.br/como-evitar-que-a-ia-generativa-contribua-para-a-concentracao-do-poder-na-mao-das-big-techs/>> Acesso em: 25 jun. 2024.

²⁸ COSTA, Simone. Cade quer ser autoridade reguladora das plataformas digitais. Telesíntese, 03 maio 2024. Disponível em: <<https://telesintese.com.br/cade-quer-ser-autoridade-reguladora-das-plataformas-digitais/>> Acesso em: 25 jun. 2024.

dados, a qualidade e a segurança dos produtos e serviços ofertados no mercado. Considerando o papel fundamental que a defesa de consumidores cumpre para promoção da dignidade da pessoa humana e para a efetivação da justiça social (art. 170, inciso V, CF/88) e como o bem-estar dos consumidores está relacionado a cidadania, a aferição do bem-estar não deve se restringir ao fator preço.

52. Conclui-se que, diante do potencial dano gerado pela mudança na Política de Privacidade da Meta, o Cade deve instaurar de procedimento para apuração de infrações à ordem econômica, nos termos dos artigos 136, II e parágrafo único do RICADE e arts. 66 e seguintes da Lei 12.529/2011, para investigar a Meta pelas infrações dispostas no Art. 36, caput, incisos II, III e IV; §2º; e §3º, incisos III, IV, da Lei 12.529/2011.

G. Proteção a consumidores e proteção de dados: Dos requisitos para a concessão de medida cautelar

53. O inciso VI do art. 56 do CDC, bem como o art. 18 do Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997, determinam que, caso haja infrações às normas de defesa do consumidor, os fornecedores ficarão sujeitos a diversas sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas, sendo-lhe imposta a suspensão de fornecimento de produtos, serviços ou atividades, a ser aplicada pela própria autoridade administrativa, inclusive através de medida cautelar, antecedente ou incidente no procedimento administrativo.

54. Para a concessão de provimentos de urgência, à semelhança do que ocorre no presente caso, é necessária a presença dos requisitos da probabilidade do direito e do perigo de dano.

55. Dito isso, denota-se a presença da **probabilidade do direito** pela patente violação ao direito à informação, a liberdade de escolha e a violação direta à literalidade do artigo 46 do CDC, considerando a sua perfeita subsunção ao caso em concreto, pois, havendo alteração no contrato, in casu, utilização e compartilhamento de dados pessoais para treinar Inteligência Artificial, sem o consentimento prévio e sem possibilitar ao consumidor o entendimento sobre seu sentido e alcance, assim como a dificultar a oposição posterior ao compartilhamento dos dados, **a política não pode produzir efeitos no mundo jurídico**, sob pena de violar direitos básicos do consumidor como o art. 6º, incisos VI, do Código de Defesa do Consumidor que estabelece "**a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos**", bem como nos demais fundamentos estabelecidos pelo Lei Geral de Proteção de Dados, Código de Defesa

do Consumidor e preceitos constitucionais acima dispostos que compõem os direitos dos titulares de dados.

56. Assim, resta constatada a forma inadequada e inapropriada de uma patente violação que, ao menos em análise inicial, afronta os princípios básicos do direito do consumidor, conforme devidamente demonstrado acima.

57. Quanto ao **perigo de dano**, a urgência da situação decorre do fato de que **os dados da população já estão sendo utilizados para treinamento de ferramentas de IA por parte da empresa, conforme trecho da Política de Privacidade**²⁹. Dessa forma, o prejuízo à proteção de dados pessoais pode ser irreversível.

58. Internacionalmente, a atuação da autoridade de proteção de dados Irlandesa para que a Meta suspendesse o referido trecho da política de privacidade foi de suma importância para se garantir os direitos dos usuários e consumidores dos serviços impactados pela prática abusiva.

59. Como no Brasil sequer houve comunicação e informação prévia sobre a mudança que possibilita o referido compartilhamento de dados e a política aparenta estar em pleno vigor, em termos práticos, se o prazo dado pela Meta para que consumidores da União Europeia se opusessem aos seus termos, os consumidores brasileiros sequer poderiam se opor ao compartilhamento, já que o prazo finaliza no mesmo dia em que a presente denúncia é distribuída, em **26 de junho de 2024 (quarta-feira)**.

60. Portanto, a atuação dos órgãos referenciados na presente denúncia é medida impositiva, no intuito de suspender o trecho da política de privacidade do Grupo Meta, de maneira a impedir o uso de dados pessoais para treinamento de ferramentas de inteligência artificial, respeitando-se o estabelecido no art. 2º, da Lei 9.784/1999 e no art. 17, inciso V e art. 55 do Regimento Interno da Autoridade Nacional de Proteção de Dados.³⁰

²⁹ “Como é necessária uma grande quantidade de dados para ensinar modelos eficazes, uma combinação de fontes é usada para treinamento. Usamos informações que estão publicamente disponíveis online e informações licenciadas. Também usamos informações compartilhadas nos produtos e nos serviços da Meta. Essas informações podem abranger publicações ou fotos e legendas. Não usamos o conteúdo das suas mensagens privadas com amigos e familiares para treinar nossas IA. Há mais detalhes sobre como usamos as informações dos produtos e serviços da Meta na nossa Política de Privacidade.” Para mais informações, acesse: <https://www.facebook.com/privacy/genai>

³⁰ Art. 2º A Administração Pública obedecerá, dentre outros, aos princípios da legalidade, finalidade, motivação, razoabilidade, proporcionalidade, moralidade, ampla defesa, contraditório, segurança jurídica, interesse público e eficiência. Parágrafo único. Nos processos administrativos serão observados, entre outros, os critérios de: I - atuação conforme a lei e o Direito; II - atendimento a fins de interesse geral, vedada a renúncia total ou parcial de poderes ou competências, salvo autorização em lei.

IV. PEDIDOS

61. Considerando o amplo fundamento, legal e técnico, este Instituto requer à **Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon)** e à **Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD)** que atuem para garantir os direitos fundamentais à proteção do consumidor e à proteção de dados pessoais (art. 5º, inciso XXXII c/c art. 170, inciso V e art. 5º LXXIX, ambos da CF/88).

- a. Como **medida liminar e impositiva**, requer, com fundamento no art. 56, par. único, CDC, no art. 45, Lei 9784/1999, nos arts. 11 e 12, do Marco Civil da Internet; no art. 18 do Decreto n. 8.771/2016; nos art. 18 e 52 da Lei Geral de Proteção de Dados e o art. 17, inciso V e art. 55 do Regimento Interno da Autoridade Nacional de Proteção de Dados, que:
 - i. seja suspensa a alteração da política de privacidade do Facebook e Instagram até o julgamento final pelas autoridades administrativas;
 - ii. se determine à empresa que avise aos consumidores que a mudança da política de privacidade está suspensa até a decisão das autoridades competentes;
 - iii. se determine à empresa que se abstenha de utilizar dados pessoais para treinamento de ferramentas de inteligência artificial generativa sem prévio consentimento.
- b. No mérito, requer-se:
 - i. seja determinada à empresa a adequação ao tratamento regular dos dados, de modo que a política de privacidade cumpra com os princípios da finalidade, adequação, necessidade e transparência, com indicação das bases legais aplicáveis a cada uma das finalidades e os tipos de dados pessoais necessários para cada uma das finalidades, apresentados de maneira articulada, e com a criação de um canal de atendimento que facilite ao titular o exercício dos seus direitos, em especial, o direito de oposição ao tratamento que não seja estritamente necessário para cumprimento do serviço;
 - ii. E por fim, que seja determinado que a empresa cesse o treinamento de ferramentas de inteligência artificial generativa com os dados pessoais dos consumidores, só sendo permitido após \consentimento expresso, livre e informado do titular dos dados (na modalidade opt-in), ou somente admitido, de maneira restrita e para fim de segurança,

sendo vedada a utilização dos dados em benefício de seus próprios negócios.

62. Para o **Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade)** requer a **instauração de inquérito administrativo**, nos termos dos artigos 136, II e parágrafo único do RICADE e arts. 66 e seguintes da Lei 12.529/2011, para investigar o Facebook e o Instagram pelas infrações dispostas no Art. 36, caput, incisos II, III e IV; §2º; e §3º, incisos III, IV, da Lei 12.529/2011.

63. Para a **Senacon, à ANPD e o Cade**, requer-se:

- a. sua admissão de seu ingresso e a habilitação na qualidade de interessado nestes autos, com fulcro nos arts. 81, inciso I, c/c art. 82, inciso IV, do CDC e art. 9º, III da Lei 9.784/1999;
- b. que as comunicações, publicações e intimações, para que válidas e vinculativas, sejam realizadas em nome do IDEC - INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - devendo constar, como seus procuradores Christian Tárík Printes, OAB/SP 316.680 e Marina Fernandes, OAB/SP 509.379, por meio do e-mail coex@idec.org.br.

64. Os consumidores brasileiros confiam nas autoridades supramencionadas para garantir que seus direitos sejam protegidos de forma justa e eficaz.

Nestes termos, pede deferimento.

São Paulo, 26 junho de 2024

Christian Tárík Printes
Coordenador Jurídico
OAB/SP 316.680

Carlota Aquino Costa
Diretora Executiva

Camila Leite Contri

Luã Fergus Oliveira da Cruz

Coordenadora do Programa de
Telecomunicações e Direitos Digitais

Marina Fernandes de Siqueira
Advogada do Programa de
Telecomunicações e Direitos Digitais
OAB/SP 509.379

Coordenador do Programa de
Telecomunicações e Direitos Digitais

Lucas Martho Marcon
Advogado do Programa de
Telecomunicações e Direitos Digitais
OAB/SP 444.128