

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 2.537, DE 2019

Obriga o aviso sobre o reconhecimento facial em estabelecimentos comerciais.

Autor: Deputado JUNINHO DO PNEU

Relator: Deputado ANDRÉ FERREIRA

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 2.537, de 2019, de autoria do ilustre Deputado Juninho do Pneu, pretende obrigar os estabelecimentos comerciais que adotem dispositivos de reconhecimento facial para identificação de consumidores a alertá-los, com placas e/ou adesivos, acerca da utilização da tecnologia no local.

A proposição tramita em regime ordinário e sujeita-se à apreciação conclusiva das Comissões de Desenvolvimento Econômico; de Defesa do Consumidor; e de Constituição e Justiça e de Cidadania (arts. 24, II e 54, RICD).

No âmbito da Comissão de Desenvolvimento Econômico, a proposta foi aprovada, na forma do parecer apresentado pelo nobre Deputado Guiga Peixoto.

Nesta Comissão de Defesa do Consumidor, não foram apresentadas emendas no prazo regimental de cinco sessões.

II - VOTO DO RELATOR



“A intensidade e a complexidade da vida, que acompanham o avanço da civilização, fazem necessário algum refúgio do mundo (...), de modo que isolamento e privacidade se tornaram mais essenciais ao indivíduo; mas iniciativas e inventos modernos submetem o homem, por meio de invasões à sua privacidade, a dor mental e angústia bastante superior à que poderia ser infligida por mera lesão física”¹.

Essa citação, extraída de artigo publicado no ano de 1890, encerrou uma das explanações na Audiência Pública sobre o uso de ferramentas de reconhecimento facial, ocorrida nesta Casa, em abril de 2019, na Comissão de Ciência e Tecnologia, e inevitavelmente nos remete a uma profunda reflexão sobre os impactos do avanço tecnológico na vida privada dos indivíduos ao longo dos tempos e sobre a necessidade da imposição de limites.

Se a tutela da privacidade já era uma preocupação há mais de cem anos, a realidade que vivenciamos hoje torna ainda mais urgente e imperativo o aprimoramento da disciplina legal voltada à preservação desse direito da personalidade, cada dia mais degradado, sobretudo no âmbito das relações de consumo.

A preocupação do autor é bastante legítima e oportuna, sobretudo diante da velocidade com que as novas tecnologias de informação vêm modificando a dinâmica das relações comerciais e tornando cada vez mais frágeis as barreiras da intimidade. O padrão de vida do consumidor, as suas preferências, os seus interesses, os seus hábitos, os seus vínculos familiares e afetivos, as suas condições de saúde, a sua compleição física, os locais onde reside, trabalha e costuma frequentar, a sua geolocalização, tudo é desnudado, em tempo real, sob a luz reveladora do seu histórico de consumo.

Inserido nesse contexto, o uso da biometria facial representou um salto evolutivo que, se por um lado, tem conferido maior fluidez, segurança e praticidade às transações comerciais, por outro, tem adentrado no campo da autodeterminação informativa, consistente na prerrogativa de cada um de nós escolhermos o que pode ser revelado de nossa esfera pessoal.

¹ Trecho do artigo intitulado “*Right to Privacy*”, de autoria de Samuel D. Warren e Louis D. Brandeis, publicado na *Harvard Law Review*, em 15 de dezembro 1890 (https://www.jstor.org/stable/1321160?seq=25#metadata_info_tab_contents), e apresentado, em tradução livre, na Audiência Pública sobre o uso de tecnologias de reconhecimento facial, ocorrida nesta Casa, em abril de 2019.



Os *softwares* de reconhecimento facial mapeiam, codificam e registram traços fisionômicos que são únicos para cada indivíduo, a exemplo da distância entre os olhos, do tamanho dos lábios, do formato do nariz e do desenho da mandíbula. São os chamados pontos nodais, que não só compõem uma espécie de assinatura facial, como viabilizam, por meio de inteligência artificial, a detecção de expressões do sentimento humano, como felicidade, insatisfação, surpresa, dentre outras.

Trata-se de dados extremamente sensíveis, cuja coleta para fins comerciais, sem o consentimento do consumidor, viola frontalmente os seus direitos à privacidade e de imagem, posto que consiste, em última análise, na captura de um conteúdo visual que integra o núcleo dos direitos da personalidade. Desse modo, a utilização de tal tecnologia, com um propósito que é indiscutivelmente lucrativo, deve ser precedida não só do conhecimento do consumidor, como também da sua autorização.

É importante ressaltar que o tema já encontra regulação na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Lei n.º 13.079, de 2018, que, expressamente, classifica a biometria como dado pessoal sensível, nos termos do art. 5º, II². Por constituírem elementos extremamente reveladores da intimidade e privacidade de cada pessoa, os dados sensíveis recebem proteção especial na LGPD, submetendo seu tratamento a um regime próprio e mais rigoroso.

Para tais dados, a LGPD, mais do que demandar ciência do titular, exige consentimento específico e destacado para seu eventual tratamento por parte do agente controlador ou operador³. E, nesse contexto, a Lei exemplifica as ações que configurariam a conduta de “tratar” os dados, incluindo, entre elas, a simples coleta, independentemente da efetiva utilização dessas informações⁴. Há, evidentemente, exceções a esse prévio e expresso

2 “Art. 5º Para os fins desta Lei, considera-se: [...]

II - dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural;”

3 “Art. 11. O tratamento de dados pessoais sensíveis somente poderá ocorrer nas seguintes hipóteses:

I - quando o titular ou seu responsável legal consentir, de forma específica e destacada, para finalidades específicas;”

4 Art. 5º Para os fins desta Lei, considera-se:[...]



consentimento, relacionadas a cumprimento de obrigações legais, execução de políticas públicas, realização de estudos e pesquisas ou à segurança do titular. A finalidade comercial, situação de que trata a presente proposição, contudo, não é excetuada pela Lei.

Verdadeiramente, a formação de bancos de dados permite a criação de perfis de clientes, distinguindo-os, no instante em que adentram o estabelecimento, não só pelas suas preferências pessoais, como seu pelo seu poder aquisitivo, pelo seu padrão de consumo, pelo seu histórico como bons ou maus pagadores, como frequentadores assíduos ou não, na forma de uma segmentação prévia que pode conduzir a diversas implicações éticas e se revelar extremamente perversa e danosa, caso mal utilizada.

De todo modo, é importante esclarecer que o objeto que discutimos agora não é a pertinência, nem a forma de utilização de ferramentas de identificação facial, mas sim o direito de o cliente saber e – conforme as exigências prescritas na lei específica que disciplina a proteção de dados – consentir que determinado estabelecimento, colete sua imagem e as expressões de sua fisionomia para fins comerciais.

Nesse quadro, ao passo em que concordamos com as preocupações do autor e parabenizamos sua iniciativa, entendemos que a Proposta não deve se ater à prévia ciência, mas precisa avançar para exigir manifesto consentimento do consumidor e, assim, adequar-se ao vigente sistema de proteção de dados imposto pela LGPD. Concretizamos esse entendimento no substitutivo que ora oferecemos.

Com essas considerações, meu voto é pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 2.537, de 2019, **na forma do Substitutivo anexo**.

Sala da Comissão, em de de 2023.

Deputado ANDRÉ FERREIRA

X - tratamento: **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;**



2023-11245

Relator

5

Apresentação: 12/07/2023 17:12:27.790 - CDC
PRL 1 CDC => PL 2537/2019

PRL n.1



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. André Ferreira
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD232686483400>



COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 2.537, DE 2019

Dispõe sobre a utilização de tecnologia de reconhecimento facial ou emocional em estabelecimentos comerciais.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a utilização de tecnologia de reconhecimento facial ou emocional em estabelecimentos comerciais.

Art. 2º A utilização, por estabelecimentos comerciais, de tecnologias de reconhecimento facial ou emocional, com o intuito de identificar consumidores ou detectar expressões de suas fisionomias, deve ser previamente informada aos consumidores, por meio de avisos afixados de forma legível e ostensiva na entrada do local.

Parágrafo único. A coleta de dados por meio de tecnologia de reconhecimento facial ou emocional, bem como as demais ações de tratamento, ficam condicionadas à obtenção de consentimento específico e destacado do titular, nos termos do art. 11 da Lei n.º 13.709, de 14 de agosto de 2018.

Art. 3º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita os infratores às sanções previstas no art. 52 da Lei n.º 13.709, de 14 de agosto de 2018.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação oficial.

Sala da Comissão, em de de 2023.

Deputado ANDRÉ FERREIRA



2019-24198

Relator

7

Apresentação: 12/07/2023 17:12:27.790 - CDC
PRL 1 CDC => PL 2537/2019

PRL n.1



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. André Ferreira
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD232686483400>

