

“SPAM” E OUTRAS INVASÕES À INTIMIDADE

A informática hoje é uma moeda de dupla face. De um lado, nos propicia inúmeras vantagens. Nunca a informação circulou tão rápido, a velocidade ocorre em tempo real e chega a lugares distantes do planeta instantaneamente. O livro 1984, de George Orwell, escrito no final da década de 40, que menciona o homem constantemente vigiado por videocâmeras, hoje a ninguém mais surpreende. A ficção suplantou, em muito, a realidade.

Por outro lado, estamos em nossas casas ou no trabalho e somos invadidos por uma correspondência indesejada. O *spam* que antes incomodava, agora, ameaça inviabilizar a rede. Estudos demonstram que em 2001, aproximadamente 8% dos correios eram *spam*. Recentemente, estima-se que 66% da correspondência eletrônica não é solicitada, isto significa 2/3 da comunicação da rede. Deste modo, no ciberespaço circula mais correspondência indesejada do que desejada, o que faz com que haja grande gasto de tempo e dinheiro, pois os provedores têm de aumentar a estrutura de rede e o usuário perde tempo excluindo-a, seja em casa ou no trabalho. Estudo realizado pela união européia revelou que a circulação diária de lixo eletrônico por *e-mail* custa U\$ 9,36 bilhões para os usuários da rede, a cada ano. Considerando que há aproximadamente 500 milhões de *internautas* no mundo, o *spam* tem um custo individual de U\$ 20,00.

A origem do termo *spam* provém da contração das palavras inglesas “spice ham”, que era uma marca de presunto barato enlatado e distribuído de forma massiva às tropas inglesas nos tempos de guerra e que era refugado pelos soldados, porque não era pedido e todos tinham dificuldade em comê-lo, pois não era apetitoso. Por esta razão, denominou-se de *spam* o lixo eletrônico, para aquelas comunicações não solicitadas, muitas vezes enviadas de forma massiva, que ninguém quer e o usuário se apressa em exluí-las.

O *spam* chega ao computador de nossa casa ou trabalho, sem que queiramos. Assim, a esfera de intimidade é invadida. O direito brasileiro diferencia privacidade, intimidade e sigilo, pode-se imaginar três círculos concêntricos, nos quais temos nossas relações sociais. Tudo o que está fora dos círculos é considerado espaço público. No exterior, está a privacidade, aspecto mais geral, onde se localizam os espaços de convivência, no qual temos conhecidos (local de trabalho ou estudo). Em seu interior, encontra-se a intimidade da qual fazem parte nossos amigos (são pessoas que recebemos em casa). No núcleo central está o sigilo, com a conotação de segredo, reserva (o sigilo médico e bancário). Nos EUA não há diferença entre privacidade e intimidade. O espaço público é oposto genericamente ao privado, que compõe o âmbito das relações domésticas.

Estima-se que hoje no Brasil, o número de usuários da *web* é de quase 15 milhões de pessoas. Fornecemos nosso endereço eletrônico a alguém em uma relação de confiança e, logo este é repassado e utilizado para fins comerciais ou até mesmo para transmitir vírus. Os dados pessoais (nome, endereço, profissão, idade, escolaridade, renda, etc) hoje são colhidos sem o consentimento informado das pessoas e são armazenados e transmitidos uma infinidade de vezes e, por vezes, até vendidos. A captação de dados pessoais está se tornando mais ousada e camuflada. Estudos demonstram que quando uma pessoa é perguntada diretamente sobre algo, omite dados, fala inverdades, etc. Mas quando se vê diante de uma possibilidade de sorteio ou cartão fidelidade para conseguir descontos ou

benefícios, é uma forma indireta de captar dados, o consumidor de forma desavisada os cede. Uma outra maneira de traçar o perfil do consumo é por videocâmeras colocadas em lojas, que muitas vezes, a pretexto de segurança, filmam o consumidor. Então, fica sabido quais os produtos que despertam a atenção e o interesse, mas não são adquiridos e quais os são e por quem (sexo, idade, etc) Outra estratégia que existe nos EUA é um cartão de compras utilizado no supermercado, que quando o cliente entra na loja, passa-o. Após, fazer as compras, antes de chegar ao caixa, o cartão é novamente ativado e ficam registradas as compras efetuadas. Deste modo, o lojista sabe qual é a preferência do seu cliente. Por meio do perfil de consumo os lojistas sabem a que consumidor oferecer qual produto, em troca, o consumidor recebe um desconto sem muitas vezes ter consciência de que está alienando seus dados.

Os dados podem ser guardados por muito tempo, sem que haja um responsável pelo arquivo. Da mesma forma, as imagens que são coletadas em espaços públicos (ruas ou repartições públicas) ou particulares (lojas, supermercados) e são manipuladas, contendo às vezes cenas da vida privada ou até mesmo registros de crimes, carecem ainda de regulamentação legal. A criminalidade também se deslocou para a *internet*. Os “hackers” entram em contas bancárias para subtrair dinheiro dos correntistas. Todas essas são invasões virtuais que adentram à esfera de intimidade e abalam a confiança virtual.

Outra forma de invasão à intimidade é quando se está em casa e toca o telefone e de forma insistente algum vendedor nos oferece determinado produto, sem que o tivéssemos solicitado. Até mesmo nos EUA, em que o consumo é exaltado, existe uma lei denominada “do not call”, que numa tradução literal seria “não chame”. Assim, o consumidor ao adquirir uma linha telefônica faz a opção de receber ligações telefônicas com vistas à publicidade ou não. Caso escolha não receber chamadas, seu nome passa a integrar uma lista de usuários que não querem ser molestados. Caso seja incomodado por propaganda comercial indesejada, terá direito a uma robusta indenização.

Enfim, estas são algumas das situações em que nossa intimidade é invadida e não há uma regulamentação legal para coibir estes casos. A União Européia possui uma lei de proteção de dados pessoais, bem como uma agência que fiscaliza a utilização dos mesmos. Os dados em geral possuem uma tutela normal e os dados sensíveis (referentes à saúde, crença religiosa, orientação político-partidária, etc) possuem especial proteção. Isto acontece porque se estes dados caírem em mãos erradas, podem ocasionar situações de discriminação, causando prejuízo às pessoas. Para exemplificar, em nosso país, houve um caso de uma bancária, portadora do vírus HIV, que foi despedida e conseguiu provar que a saída da empresa era pela enfermidade e não pelo (falso) motivo alegado pela empregadora. Após um processo na Justiça do Trabalho conseguiu ser reintegrada ao posto de trabalho, com fundamento no Princípio da Igualdade. Provou-se que houve discriminação em razão da enfermidade que portava, causa ainda de muito preconceito em nossa sociedade.

No Brasil, temos somente algumas demandas pontuais. Estamos atrasados nesta matéria, não temos uma lei específica para proteção de dados pessoais. A maioria da população, sequer sabe que os dados têm um valor moral e econômico. Não há o consentimento esclarecido quando os dados são cedidos e um compromisso de quem os

recebe de que serão corretamente manipulados. A situação é ainda mais grave quando se trata do *spam*, que reclama uma proteção não somente em nível nacional mas internacional, o que exige o sincero esforço das nações não só em termos legislativos, mas de implementação de políticas públicas para coibi-lo, o que se reconhece desde logo, é complexo. Para todas estas situações em que as novas tecnologias nos causam lesões à intimidade é que se necessita de uma lei, para que o ciberespaço não se transforme num faroeste informático.