
A proteção de dados pessoais no serviço de sócio-torcedor de futebol: Análise da privacidade e da confidencialidade no contrato do “Avanti Palmeiras”¹

Anderson David Gomes dos Santos²
Universidade de Brasília, DF
Universidade Federal de Alagoas, AL

RESUMO

A discussão sobre privacidade no âmbito da evolução dos modelos societários existe há séculos, podendo ser identificada já nos filósofos gregos. Mas o avanço tecnológico no século XXI apresenta novos problemas, especialmente no que se refere aos dados pessoais mercantilizados. Tendo isso em vista, buscamos analisar um contrato de venda de serviço de associação num clube de futebol a partir da perspectiva de proteção de dados pessoais. O Palmeiras é o atual campeão brasileiro e conta com a quarta maior quantidade de sócios-torcedores do país. A metodologia parte da forma de abordagem dedutiva, coletando dados a partir de uma revisão de literatura sobre “privacidade” e de pesquisa documental, tendo como base a legislação brasileira que trate da temática, casos da Lei de Acesso à Informação e da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, e do contrato de associação ao “Avanti Palmeiras”.

PALAVRAS-CHAVE: Avanti Palmeiras; sócio-torcedor; dados pessoais; privacidade; Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura.

INTRODUÇÃO

A discussão sobre privacidade no âmbito da evolução dos modelos societários existe há séculos, podendo ser identificada já nos filósofos gregos. A presença do caráter privado no que é público tem outras formas de desenvolvimento no processo de constituição da esfera pública burguesa. O avanço tecnológico, especialmente com o desenvolvimento e uso das ferramentas digitais de informação e comunicação, apresenta novos problemas no que se refere aos dados pessoais mercantilizados.

A partir disso, o objetivo deste artigo é analisar na perspectiva de proteção de dados pessoais um contrato de associação “sócio-torcedor” num clube de futebol. O interesse em observar um clube de futebol se deu por conta de uma notícia de 2018 sobre o repasse de dados pessoais da Sociedade Esportiva Palmeiras à Turner Brasil como

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus Sertão da Universidade Federal de Alagoas (UFAL) e presidente do Capítulo Brasil da União Latina da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc-Brasil). Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Pesquisador do Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (OBSCOM-Cepos/UFS/CNPq) e do Grupo de Pesquisa Crítica da Economia Política da Comunicação (Cepcom/UFAL/CNPq), e-mail: anderson.gomes@santana.ufal.br.

justificativa do prêmio (“luvas”) a mais que a equipe recebeu em comparação com outros clubes para a assinatura de contrato da cessão de direitos de transmissão para exibição dos jogos do clube no Campeonato Brasileiro de Futebol de 2019 a 2024. O Palmeiras é o atual campeão brasileiro e conta com a quarta maior quantidade de sócios-torcedores de clubes do país, incluindo aí alguns aspectos de consumo interligados ao programa.

Para atingir o objetivo, apresentaremos três tópicos de discussão, para além desta introdução e das considerações finais. De início, entende-se ser importante contextualizar a discussão sobre privacidade, dos principais argumentos para tratar do tema até chegar às preocupações trazidas com as ferramentas digitais de comunicação. Em seguida, buscamos tratar da legislação sobre privacidade e proteção de dados pessoais, considerando que a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais foi sancionada este ano no Brasil. Depois disso, então, apresenta-se o que o contrato de sócio-torcedor do Palmeiras trata da privacidade e da confidencialidade dos dados pessoais de quem adquire o serviço.

A metodologia aplicada partirá da forma de abordagem dedutiva, logo, da temática geral até o estudo de caso. Como procedimentos de coleta de dados, buscamos fazer uma revisão de literatura sobre “privacidade”, a partir de autores como Arendt (2007), Kiltidou (2016) e Doneda (2011); e pesquisa documental, tendo como base a legislação brasileira, casos da Lei de Acesso à Informação (BRASIL, 2011) e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (BRASIL, 2018), e do contrato de associação ao “Avanti”, programa de sócio-torcedor da Sociedade Esportiva Palmeiras (AVANTI, 2019).

A privacidade enquanto conceito

Arendt (2007) faz um balanço histórico sobre a questão da privacidade ao longo do tempo, destacando ser uma preocupação antiga, com algumas citações aos filósofos clássicos gregos. A participação na ágora grega, espaço público de discussão, só era permitida aos que tinham direito à participação política, reconhecido socialmente como proprietários, com as demais pessoas (mulheres e escravos) fazendo parte da propriedade privada desses senhores, que tinham o controle sobre o que ocorria no âmbito da casa.

Ao longo do tempo, questões da esfera privada foram para os espaços de interesse coletivo, dificultando o entendimento sobre ela em meio às esferas social e política. O desenvolvimento da esfera pública burguesa, sob o capitalismo, abriu mais espaço para participação política, saindo dos claustros da igreja ou de elites reais, como nos séculos

anteriores – ainda que tenha demorado a criação de espaços de participação de determinadas categorias sociais, como mulheres e pobres ou analfabetos.

Quanto à privacidade, Arendt (2007, p. 60) destaca ainda que mesmo que a existência da esfera pública também jogue a atenção para a vida privada e íntima, naquela só deveria ser tolerado “o que é tido como relevante, digno de ser visto ou ouvido, de sorte que o irrelevante se torna automaticamente assunto privado”. Se os elementos físicos de pertencimento ficam cada vez mais fluidos, a propriedade moderna teria passado a se situar na própria pessoa, como último espaço que pode ser considerado como indissociável a ela na sociedade de massas.

Porém, as esferas social, privada e política estão entremeadas em diversas situações históricas desde o advento da sociedade, em que mesmo a esfera da intimidade acaba tendo destaque em meios de comunicação para discussões políticas.

O motivo pelo qual esse fenômeno é tão extremo é que a sociedade de massas não apenas destrói a esfera pública e a esfera privada: priva ainda os homens não só do seu lugar no mundo, mas também do seu lar privado, no qual antes eles se sentiam resguardados contra o mundo e onde, de qualquer forma, até mesmo os que eram excluídos do mundo podiam encontrar-lhe o substituto no calor do lar e na limitada realidade da vida em família (ARENDR, 2007, p. 68).

Ainda que não presente no contexto social da produção de Arendt (2007), é importante destacar que o desenvolvimento da internet e de suas plataformas de construção de conteúdo, especialmente com as mídias sociais, possibilitaram uma maior quantidade de produção de informação, mas com foco maior no que é de âmbito particular/privado. Fotos, endereços de casa e dos locais de estudo e trabalho a atividades ligadas ao consumo, a partir de cliques e buscas a quantidade de informações e dados pessoais colocados à “disposição” na internet para as empresas que administram os sites é em quantidade cada vez maior. Dessa nova forma sociocultural, que intensifica a superficialidade a partir da exacerbação da visibilidade, o que deveria ser oculto aparece, com as pessoas perdendo a única propriedade que Arendt apontara.

Porém, não usar estas ferramentas pode significar a privação de participação em novas arenas de debate público, que surgem a partir da reconfiguração das redes sociais organizadas agora em sites, o que inclui desde atividades de entretenimento às de trabalho. Assim, a escolha de estar isolado deve existir, por mais difícil que isso possa ser, vide a necessidade de informarmos dados pessoais para ter produto e serviços, inclusive de órgãos públicos, mas há ônus diretamente assumido com essa decisão.

Assim, os algoritmos das plataformas digitais se tornam cada vez mais importantes para definir os assuntos a serem colocados em pauta na reestruturação da esfera pública burguesa. Gillespie (2014) destaca que as ferramentas computacionais acabam definindo o discurso e o conhecimento humano subjetivos a partir da seleção de temas, além de traçar nossas atividades, preferências e formas de expressão na internet. As mudanças nas maneiras de informar sobre determinados assuntos, de acordo com o perfil do público, acaba por ter papel fundamental nos processos decisórios, como mostram as eleições de Donald Trump nos Estados Unidos (2016), o Brexit na Europa (2017) e a última eleição a presidente do Brasil (2018).

Nesse sentido, Thacker (2004) trata de como o desenvolvimento da internet trabalha entre o controle centralizado, marcado pela criação por vias militares junto às instituições de pesquisa, com uma regulação descentralizada em termos de atuação de mercado e uso de dados pessoais. Afinal, esse processo envolve principalmente relações de controle e poder das nossas sociedades modernas.

It is a set of technical procedures for defining, managing, modulating, and distributing information throughout a flexible yet robust delivery infrastructure. [...] On the one hand, TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) enables the Internet to create horizontal distributions of information from one computer to another. On the other, the DNS (Domain Name System) vertically stratifies that horizontal logic through a set of regulatory bodies that manage Internet addresses and names. Understanding these two dynamics in the Internet means understanding the essential ambivalence in the way that power functions in control societies (THACKER, 2004, p. XV).

Essa estrutura gera uma dificuldade para controlar o acesso e o tratamento de dados pessoais, pois, como afirma Doneda (2011, p. 94): “a informação pessoal está, quase como ato reflexo, ligada à privacidade por uma equação simples e básica que associa um maior grau de privacidade à menor difusão de informações pessoais e vice-versa”. Num momento em que a difusão de informações pessoais é feita pelo próprio indivíduo, o limite para sua atualização precisa ser melhor classificado.

Torna-se, portanto, necessário compreender que a privacidade, que sempre foi vista como um direito excepcional apesar de fronteiras com dificuldade de serem delimitadas, ganha novas necessidades de compreensão com o advento das ferramentas digitais de informação e comunicação, que tornam mais flexível o controle dos dados e das informações trafegados.

Kiltidou (2016, p. 7) afirma que a privacidade poderia ser definida a partir do direito de controle de cada pessoa da informação sobre si mesma.

First, privacy should be understood as a neutral concept in order to enable the distinction of an intrusion of the right to privacy. Second, privacy should be coherent so that legal protection can take place. Third, privacy is a useful concept in legal contexts for the recognition of raising claims of intrusions of privacy. Moreover, privacy must be tailored to our society's challenges by following the criterio that may facilitate the current determination of the term of privacy due to technological progress and new technologies that threaten the right in question.

Diferentes autores (LESSIG, 2002; KILTIDOU, 2006; GALLOWAY, 2004) compreendem a partir disso que há a necessidade de leis que coloquem limites, com reconhecimento internacional do problema, vide que a utilização é internacional, garantindo proteção especial a quem atua no ambiente digital. O Estado deveria delimitar que tipos de negócios e trocas podem ser feitos, para além mesmo da decisão de uma pessoa em autorizar ou não o uso dos dados, vide o desconhecimento da maior parte da sociedade em como isso é feito.

Leis sobre proteção de dados pessoais

O conjunto de bancos de dados pessoais e como eles são utilizados representam importante fonte de receita de diferentes tipos de empresas, desde as tradicionais, que vendem produtos e serviços e que podem a partir daí direcionar suas campanhas publicitárias, às que trabalham com tratamento desses dados, casos das gigantes da internet Google e Facebook.

Doneda (2011) destaca o aumento dos sujeitos com acesso a esses bancos, que são cada vez mais detalhados sobre informações de terceiros, o que exige a centralidade da discussão sobre criação de normas sobre essa utilização, a ponto de poder gerar maiores situações de autonomia, identidade e liberdade dos cidadãos. A partir disso, o autor delimita a diferença entre dados e informações, de maneira a criar uma compreensão importante para o que discutimos aqui:

O “dado” apresenta conotação um pouco mais primitiva e fragmentada, [...] como uma informação em estado potencial, antes de ser transmitida, o dado estaria associado a uma espécie de “pré-informação”, anterior à interpretação e ao processo de elaboração. A informação, por sua vez, alude a algo além da representação contida no dado, chegando ao limiar da cognição. Sem aludir ao seu significado ou

conteúdo em si, na informação já se pressupõe uma fase inicial de depuração de seu conteúdo – daí que a informação carrega também um sentido instrumental, no sentido da redução de um estado de incerteza (DONEDA, 2011, p. 94).

Visto isso, as discussões legais sobre a privacidade enquanto direito existem há pelo menos meio século. Kiltidou (2016) faz um levantamento histórico, a partir do que ocorre nos Estados Unidos e nos países europeus, de quando apareceu esse tema no âmbito legal. Inicialmente, aponta que já no Artigo 12 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1943) há a necessidade de se evitar a interferência à privacidade, família ou casa, assim como os ataques à honra e à reputação das pessoas.

Esse direito seria reconhecido também em acordos regionais e internacionais, caso do *International Covenant on Civil and Political Rights* (ICCPR), tratado multilateral adotado na assembleia geral das Nações Unidas em 16 de dezembro de 1966 e em vigor desde 23 de março de 1976, que aborda o respeito aos direitos políticos de indivíduos, que incluem as esferas de vida, religião, liberdade de expressão e o direito à privacidade (KILTIDOU, 2016).

A entrada em vigor desse tratado na ONU corresponde ao período da primeira geração de leis que tratam da privacidade, indicados por Doneda (2011, p. 96), compreendendo ainda leis como: *Land*, na Alemanha, em 1970; o *Data Legen*, da Suécia, que tratava do banco de dados, em 1973; e o *Privacy Act*, dos Estados Unidos, em 1974.

A primeira dessas quatro gerações de leis era composta por normas que refletiam estado da tecnologia e a visão do jurista à época, pretendendo regular um cenário no qual centros elaboradores de dados, de grande porte, concentrariam a coleta e gestão dos dados pessoais. O núcleo dessas leis girava em torno da concessão de autorizações para a criação desses bancos de dados e do seu controle *a posteriori* por órgãos públicos. Essas leis também enfatizavam o controle do uso de informações pessoais pelo Estado e pelas suas estruturas administrativas, que eram o destinatário principal (quando não o único) dessas normas. Esta primeira geração de leis vai, aproximadamente, até a *Bundesdatenschutzgesetz*, a lei federal da República Federativa da Alemanha sobre proteção de dados pessoais, de 1977 (DONEDA, 2011, p. 96).

É importante lembrar que a década de 1970 é marcada pelo “Caso Watergate”, que culminou com a renúncia do presidente estadunidense Richard Nixon após membros do Partido Republicano serem presos com equipamentos de espionagem a serem colocados no Partido Democrata. A preocupação em como delimitar o acesso a informações políticas se mostrava cada vez mais necessária.

O desenvolvimento das ferramentas de informação de comunicação forçou a mudança de procedimentos legais sobre o tema de maneira cada vez mais rápida, gerando outras três gerações no entendimento de Doneda (2011). Como veremos a seguir, podemos apontar que estamos em 2018 numa quinta geração de legislações, mas resgatamos do autor o que os entendimentos mais recentes consideram:

Entre as técnicas utilizadas, essas leis procuraram fortalecer a posição da pessoa em relação às entidades que coletam e processam seus dados, reconhecendo um desequilíbrio nessa relação que não era resolvido por medidas que simplesmente reconheciam o direito à autodeterminação informativa. Outra técnica é, paradoxalmente, a própria redução do papel da decisão individual de autodeterminação informativa. Isso ocorre por conta do pressuposto de que determinadas modalidades de tratamento de dados pessoais necessitam de uma proteção no seu mais alto grau, que não pode ser conferida exclusivamente a uma decisão individual – como é o caso para certas modalidades de utilização de dados sensíveis (DONEDA, 2011, p. 98).

Na Europa, duas diretivas até 2016 tratavam da privacidade e das comunicações eletrônicas (Diretiva 95/46/CE e a Diretiva 2000/58/CE). Com a União Europeia, os países transcreveram ambas para seus ordenamentos jurídicos, tratando da necessidade das autoridades independentes para as diretivas serem cumpridas, evitando problemas no processamento de dados, além de normativas conexas para setores específicos, casos da saúde e do crédito (DONEDA, 2011).

Em 27 de abril de 2016 foi sancionado o Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, que trata da proteção aos dados pessoais e à livre circulação desses dados, revogando as diretivas anteriores. O Regulamento tem 88 páginas, destacando o tema como direito fundamental do cidadão e estabelecendo princípios e regras para proteção das pessoas, servindo como referência internacional, especialmente pela necessidade de considerá-lo para atuação de empresas de outros países na União Europeia, a partir de 2018, quando a lei passou a entrar em prática (UNIÃO EUROPEIA, 2016).

Como será tratado de um caso no Brasil, não iremos nos aprofundar no regulamento europeu, ainda que a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), sancionada em agosto de 2018, tenha tido ela como referência. De toda forma, como ela só irá ser efetivada daqui a dois anos, tempo para as empresas e órgãos públicos se adaptarem, é importante tratar antes do que está em vigor no Brasil sobre a privacidade.

Doneda (2011) apresenta o panorama brasileiro afirmando que até então não estava claro o reconhecimento da proteção de dados enquanto um direito fundamental,

estando, portanto, em normas diferentes, em que se destaca aqui o que está presente na Constituição Federal de 1988 e no Código de Defesa do Consumidor.

A Constituição Brasileira indica as garantias à liberdade de expressão (inciso IX do Art. 5º) e ao direito à informação (inciso XV do Art. 5º), mas sem ser confrontados com o direito à privacidade. Em alguns momentos, empresas usavam a liberdade de expressão como justificativa para campanhas publicitárias abusivas, esquecendo que utilizam da informação enquanto mercadoria. Outros elementos do Artigo 5º destacam a questão da privacidade de forma mais clara:

Além disso, a Constituição considera invioláveis a vida privada e a intimidade (art. 5º, X), veja-se especificamente a interceptação de comunicações telefônicas, telegráficas ou de dados (artigo 5º, XII), bem como instituiu a ação de *habeas data* (art. 5º, LXXII), que basicamente estabelece uma modalidade de direito de acesso e retificação dos dados pessoais (DONEDA, 2011, p. 103).

Doneda (2011) e Machado e Ruaro (2017) indicam o Artigo 43 do Código de Defesa do Consumidor como outra legislação em que aparece a preocupação sobre bancos de dados e cadastros, com garantia de acesso a informações pessoais pelo titular dos dados; vedação à manutenção por mais de 5 anos de informações negativas; e a possibilidade de correção dos dados.

Quanto à publicidade, Machado e Ruaro (2017) indicam ainda o Código Brasileiro de Autorregulação, que não traria nenhum efeito coercivo à prática de mau uso dos dados pessoais. Devido a isso, haveria na legislação brasileira um hiato sobre a tutela da privacidade, sendo necessário um regulamento unitário sobre o tema.

Além desses, ainda que trate da transparência pública, a Lei de Acesso à Informação (Lei nº12.527/2011) foi sancionada em 2011 e traz no Artigo 31 os cuidados referentes às informações pessoais. A LAI considera que o tratamento desse tipo de informação “deve ser feito de forma transparente e com respeito à intimidade, vida privada, honra e imagem das pessoas, bem como às liberdades e garantias individuais” (BRASIL, 2011). Determina ainda como “informações pessoais” aquelas “relativas à intimidade, vida privada, honra e imagem” (idem).

Mas, de fato, só a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018) virá a cumprir a função de ser uma normatização unitária sobre o tema. Ela foi sancionada em 14 de agosto de 2018, sendo constituída por 10 capítulos: disposição preliminares; do tratamento de dados pessoais (requisitos, tratamento de dados pessoais sensíveis, de crianças e adolescentes e término do tratamento de dados); dos direitos do titular;

tratamento de dados pessoais pelo poder público (regras e responsabilidade); transferência internacional de dados; agentes de tratamento de dados pessoais (do controlador e do operador, do encarregado pelo tratamento e responsabilidade e ressarcimento dos danos); segurança das boas práticas (segurança e sigilo dos dados, boas práticas e governança); fiscalização; Autoridade Nacional de Proteção de Dados Pessoais e Conselho Nacional de Dados Pessoais e de Privacidade (capítulo todo vetado pelo presidente Michel Temer); e disposições finais e transitórias (BRASIL, 2018).

Vamos separar da Lei nº 13.709/2018 alguns artigos que mais nos interessam frente à discussão estabelecida até aqui, deixando outros pontos para a apresentação específica do contrato do “Avanti Palmeiras”. O Artigo 2º indica os fundamentos considerados pela lei para tratar da proteção de dados:

- I - o respeito à privacidade;
- II - a autodeterminação informativa;
- III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
- IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
- V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
- VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e
- VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais (BRASIL, 2018).

A LGPD delimita no Artigo 3º que sua atuação se dá independente de ser pessoa jurídica de direito público ou privado e de onde ela tenha sede, do meio e do país onde estejam os dados, desde que os indivíduos ou a coleta e o tratamento tenham se dado em território nacional (BRASIL, 2018).

No caso do tratamento dos dados, o Artigo 6º delimita que este deva ocorrer seguindo a boa-fé, incluindo: a finalidade de propósitos legítimos e informados ao titular; limite para ao mínimo possível para a realização de suas finalidades; livre acesso à integralidade dos dados pessoais; transparência aos titulares sobre quais dados estão sendo tratados; segurança dos dados utilizados; e medidas preventivas para evitar danos (BRASIL, 2018).

Nos casos de obrigatoriedade de repasse de dados para ter acesso a determinado produto ou serviço, os titulares têm que ser avisados sobre as condições, incluindo a possibilidade de revisar os dados que definiram determinado perfil e cancelar o acesso ao tratamento em qualquer momento. Conforme o Artigo 17: “Toda pessoa natural tem

assegurada a titularidade de seus dados pessoais e garantidos os direitos fundamentais de liberdade, de intimidade e de privacidade, nos termos desta Lei” (BRASIL, 2018).

A LGPD teve vetos do presidente Michel Temer em 8 artigos, entre incisos e partes completas. O principal problema foi vetar os 5 artigos do capítulo nono (55 a 59), que trataria da criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados Pessoais (ANPD) e do Conselho Nacional de Proteção de Dados Pessoais e da Privacidade. A justificativa do veto foi que, segundo a Constituição (artigos 34 e 61), são de iniciativa privativa do presidente da República criar órgãos de administração pública, definindo áreas de atuação.

Ao menos até a escrita deste artigo, em dezembro de 2018, a criação da autoridade e do conselho pelo presidente não foi feita, o que acarreta impedir o funcionamento do que consta em todos os parágrafos em que aparece algum tipo de sanção por descumprimento da lei, o que, na prática, a inviabiliza. Sem acompanhamento de um órgão independente, teremos os mesmos problemas identificados anteriormente.

A política de privacidade e confidencialidade do Avanti Palmeiras

A Sociedade Esportiva Palmeiras é um clube brasileiro que tem 10 títulos brasileiros, o último conquistado no campeonato nacional realizado em 2018. A equipe tem sede em São Paulo, mas uma torcida espalhada por outros estados do Brasil, estando em 4º lugar entre as com maior torcida do Brasil, a partir de diferentes pesquisas.

A escolha por analisar seu programa de sócio-torcedor, porém, deu-se porque em dezembro de 2016 o clube foi anunciado como um que vendeu os seus direitos de transmissão para jogos do Campeonato Brasileiro de 2019 a 2024 para o Esporte Interativo (Turner/Warner Media) (SETO, 2016). De “luvas”, dinheiro dado como premiação pelo contrato, a equipe receberia R\$ 100 milhões, R\$ 60 milhões a mais que as demais que assinaram o contrato com a empresa. Isso acabou por criar problemas judiciais para a Turner, que justificou o valor a mais como sendo oriundo de transmissão de amistosos internacionais do Palmeiras e do repasse do direito sobre cadastro dos sócios (MATTOS, 2018).

A atenção maior acabou sendo para o valor injustificado por direitos de amistosos, mas o repasse de cadastro de dados pessoais é algo ainda mais preocupante. Devido a isso, optou-se aqui por analisar o “Contrato de Adesão” ao programa “Avanti Palmeiras”,

especificamente o capítulo 18, dedicado à “Política de Privacidade e Confidencialidade”, para entender o que pode ocorrer. A primeira observação do contrato foi feita em junho de 2018. Para este artigo, olhamos mais uma vez, pois houve atualização em 21 de dezembro de 2018, quando os valores da mensalidade do sócio-torcedor aumentaram.

É importante afirmar que, apesar da palavra “sócio”, o “sócio-torcedor” surgiu como forma de financiamento dos clubes e enfraquecimento das torcidas organizadas como modo de associação dos torcedores que não pertenciam à “elite” dos clubes, como afirmam I. Santos e A. Santos (2018, p. 253): “o tal do ‘sócio-torcedor’ era muito mais uma estratégia de mercado para a consolidação de uma nova receita, livre das flutuações típicas do futebol, do que uma via de integração de um indivíduo aos círculos decisórios do clube”.

Antecipamos que o possível acordo para repassar a base de dados para a Turner, sem aviso aos sócios-torcedores, vide que estes só souberam por notícias da imprensa, descumpriria a LGPD. O Art. 18 trata da necessidade de o portador informar ao titular dos dados pessoais compartilhados por entidades públicas e privadas, desde que requerida. Já o parágrafo 5º do Artigo 7º exige que:

O controlador que obteve o consentimento referido no inciso I do caput deste artigo que necessitar comunicar ou compartilhar dados pessoais com outros controladores deverá obter consentimento específico do titular para esse fim, ressalvadas as hipóteses de dispensa do consentimento previstas nesta Lei (BRASIL, 2018).

Segundo o “Movimento por um Futebol Melhor” (2019), o Palmeiras é o quarto time brasileiro com mais sócios-torcedores (130.210), estando atrás de Internacional (207.884), São Paulo (160.556) e Grêmio (154.858). O clube readequou o programa de sócios-torcedores, denominando-o de “Avanti”, em 2009, tendo destaque entre no país com maior quantidade de associados nessa categoria a partir de 2013, quando disputava a Série B do Campeonato Brasileiro.

Além dos dados pessoais e de consumo relativos ao futebol por ser sócio dos clubes, participar do Movimento significa incluir dados em outra plataforma para descontos em uma série de produtos e serviços, criado pela AB InBev, que atua no ramo de bebidas e cervejas. Provavelmente também para estabelecer um perfil de consumo de uma base de dados que atualmente supera 1 milhão e 300 mil pessoas de diferentes partes do país e num processo de reestruturação financeira, após anos com o estádio próprio fechado para reforma.

Como vimos, a cessão dos dados pessoais para outros setores ou empresas se torna cada vez mais um grande problema num momento histórico de uso desses dados para viabilizar publicidade direcionada, vide o que ocorre na internet. Imagina quando se trata de uma base de mais de 130 mil pessoas, cujo interesse por um clube já delimita o interesse por determinados produtos e serviços.

O Artigo 9º da LGPD determina os direitos do titular dos dados, algo que deve estar presente nos contratos:

O titular tem direito ao acesso facilitado às informações sobre o tratamento de seus dados, que deverão ser disponibilizadas de forma clara, adequada e ostensiva acerca de, entre outras características previstas em regulamentação para o atendimento do princípio do livre acesso:

I - finalidade específica do tratamento;

II - forma e duração do tratamento, observados os segredos comercial e industrial;

III - identificação do controlador;

IV - informações de contato do controlador;

V - informações acerca do uso compartilhado de dados pelo controlador e a finalidade;

VI - responsabilidades dos agentes que realizarão o tratamento; e

VII - direitos do titular, com menção explícita aos direitos contidos no art. 18 desta Lei (BRASIL, 2018, grifo nosso).

Fizemos uma leitura no contrato de adesão do “Avanti Palmeiras”, com última atualização em 2018. O contrato estabelece que para aderir aos serviços proporcionados pelo programa é necessário concordar com as regras de privacidade e confidencialidade conforme constam no documento, permitindo uso das informações pessoais constantes nos seguintes espaços:

ao site do Palmeiras, ao site do Programa Avanti, aos aplicativos do Palmeiras, ao Clube de Vantagens, à loja online, à loja física, ao Mundo Palmeiras, ao Palmeiras Tour, à Academia Store, à Família Palmeiras, ao Programa de Pontos e Vantagens, bem como aos eventuais novos portais que vierem a ser criados (AVANTI, 2019).

O capítulo 18.4 determina também que “todas as informações são tratadas de forma confidencial e serão utilizadas exclusivamente para gerenciamento do Programa Avanti e melhoria dos serviços e benefícios prestados **de acordo com as autorizações dadas pelo Sócio Torcedor ao realizar o cadastro**” (AVANTI, 2018, grifo nosso). No caso do repasse das informações para o Esporte Interativo, o sócio não foi informado.

Mais à frente, o capítulo 18.7 trata do repasse de publicidade a partir de “correspondência promocional e/ou divulgação de publicidade do Programa Avanti, dos

parceiros do Clube de Vantagens e/ou outros parceiros por correio, e-mail, SMS ou WhatsApp” (idem), desde que o sócio tenha autorizado o recebimento.

Três capítulos indicam que o programa não venderá ou alugará as informações, com exceção do contato:

18.10. As Informações serão sempre tratadas de forma confidencial e utilizadas exclusivamente pelo Palmeiras para gerenciamento do Programa e melhoria dos serviços e benefícios prestados, **com exceção das informações de contato**, que poderão ser passadas para seus de acordo com as autorizações dadas pelo Sócio Torcedor ao realizar seu cadastro.

18.11. As Informações serão armazenadas de forma criptografada e não serão divulgadas a terceiros não autorizados expressamente, a não ser por determinação judicial ou em caso de fraude cadastral.

18.11.1. No caso de fraude no cadastro, o Palmeiras terá o direito de enviar as informações coletadas aos órgãos competentes (AVANTI, 2019, grifo nosso).

Como informado na nota 3, fizemos duas observações diferentes no “Contrato de Adesão”, referente ao funcionamento em 2018 e em 2019. Há uma mudança importante no capítulo 18.12., anteriormente com a seguinte redação: “O Palmeiras não venderá ou alugará as Informações” (AVANTI, 2018); que passou para: “O Palmeiras não disponibilizará as Informações a terceiros senão aqueles expressamente autorizados pelo Sócio Torcedor, especialmente em observância aos itens 18.7 e 18.10 acima” (AVANTI, 2019). Ainda que pareça algo simples, retira a negativa de que o clube não negociará as informações para algo que aponta a possibilidade disso ocorrer, ainda que sob certas circunstâncias.

Outras questões sobre monitoramento e localização vêm a seguir. O capítulo 18.15 afirma que “O Sócio Torcedor reconhece e aceita que poderá ser utilizado sistema de monitoramento de informações mediante utilização de cookies” (AVANTI, 2019) – pequenos arquivos que se instalam no disco rígido do computador para personalizar a oferta de publicidade. Já o 18.16 informa sobre a utilização da localização do usuário para liberar algumas funcionalidades.

Outro problema aparece ao final, quando a alteração da Política de Privacidade e Confidencialidade não necessariamente seria informada pelo contato pessoal de quem é sócio-torcedor:

O Palmeiras reserva-se o direito de alterar esta Política de Privacidade e Confidencialidade a qualquer tempo, mediante publicação da versão atualizada na página eletrônica oficial do Palmeiras, na página eletrônica oficial do Programa Avanti, nas redes sociais do Palmeiras,

nas redes sociais do Programa Avanti e em *release* para a imprensa (AVANTI, 2019).

Vistas possíveis falhas no contrato existentes, que possibilitam hiatos de utilização de dados pessoais dos sócios-torcedores, é importante dizer que a LGPD só entrará em vigor daqui a 14 meses, tempo para adequação das empresas e órgãos públicos e privados. Além disso, sem a ANPD, por enquanto, fica difícil fazer qualquer denúncia.

Conclusão

Este artigo discutiu um exemplo de necessidade de preocupação relativa à proteção de dados pessoais a partir do contrato de venda de produtos e serviços ligados ao futebol, tendo como estudo de caso a associação enquanto sócio-torcedor no Programa “Avanti”, do Palmeiras.

Como visto, a discussão sobre privacidade é antiga, tendo relatos já entre os filósofos gregos, mas ganhou maior preocupação a partir da evolução da esfera pública burguesa e a confusão com as esferas privada, social e política. A evolução das ferramentas digitais de informação e comunicação, a partir da internet comercial, acentuou a necessidade de um conjunto regulatório sobre o tema, pois os dados pessoais são inseridos por seus titulares sem maior atenção para o que ocorre com eles.

A primeira geração de leis de proteção a dados ocorreu nos anos 1970, ainda que já estivesse presente na Declaração Universal de Direitos Humanos. No caso brasileiro, como pudemos ver, a legislação é muito fluida, gerando um hiato que pode ser aproveitado para a utilização de dados pessoais da forma mais mercantilizada possível.

A sanção da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais poderia ser um alento para esta realidade, agravada com o uso das mídias sociais pela população brasileira, mas o conjunto de vetos, especialmente à Autoridade Nacional de Proteção de Dados Pessoais – agregada às incertezas de direcionamento político com a eleição de Jair Bolsonaro como presidente do Brasil –, fazem com que a lei, por enquanto, não possa ser posta em prática da maneira adequada.

Analisar casos em contratos já existentes em produtos ou serviços que atingem muitas pessoas auxilia a apontar a necessidade de incrementar as políticas públicas voltadas à proteção dos dados pessoais, evitando tratamento e compartilhamento de

informações que possam causar danos aos titulares. Estimula ainda a pressão para que o tema volte à agenda política do país.

REFERÊNCIAS

ARENDDT, H. As esferas públicas e privada. In: _____. **A condição Humana**. 10.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 31-88.

AVANTI Palmeiras. **Contrato de Adesão**. Disponível em: <<https://socio-palmeiras.futebolcard.com/register/contract?plan=188>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

AVANTI Palmeiras. **Contrato de Adesão**. Disponível em: <<https://socio-palmeiras.futebolcard.com/register/contract?plan=186>>. Acesso em: 16 maio 2019.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm>. Acesso em: 08 dez. 2018.

DONEDA, D. A proteção dos dados pessoais como direito fundamental. **Espaço Jurídico**, v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011.

GALLOWAY, A. **Protocol. How control exists after decentralization**. Cambridge: The MIT Press, 2004.

GILLESPIE, T. The relevance of algorithms. In: GILLESPIE, Tarleton; BOCZKOWSKI, P. J.; FOOT, K. A. **Media technologies: essays on communication, materiality, and society**. Cambridge: The MIT Press, 2014, p. 167-193.

KILTIDOU, D. Privacy as a Right: History and International Recognition. In: IRMA. Information Resources Management Association. **Social Media and Networking: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications**, Hershey: IGI Global, 2016, p. 1-10.

LESSIG, L. Privacy as property. **Social Research**, v. 69, n. 1, spring 2002, p. 247-269.

MACHADO, F. I. de S. M.; RUARO, R. L. Publicidade comportamental, proteção de dados pessoais e o direito do consumidor. **CONPEDI LAW REVIEW**, Braga – Portugal, v. 3, n. 2, p. 421-440, jul.-dez. 2017.

MATTOS, R. Negociação entre Globo e Turner trava após oferta por fatia do Brasileiro. Blog do Rodrigo Mattos, **UOL Esportes**, s/l, 09 nov. 2018. Disponível em: <<https://rodrigomattos.blogosfera.uol.com.br/2018/11/09/negociacao-entre-globo-e-turner-trava-apos-oferta-por-fatia-do-brasileiro/?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 09 dez. 2018.

MOVIMENTO por um futebol melhor. **Clubes participantes**. Disponível em: <<https://www.futebolmelhor.com.br/clubes>>. Acesso em: 16 maio 2019.

SANTOS, I. S. da C.; SANTOS, A. D. G. dos. Democracia torcedora *versus* Vantagens consumistas: uma análise da associação clubística em tempos de futebol-negócio. **Mosaico**, v. 9, n. 14, 2018, p. 246-261.

SETO, G. Palmeiras assina contrato com Esporte Interativo até 2024. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 13 dez. 2016. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2016/12/1840689-palmeiras-fecha-contrato-com-esporte-interativo-ate-2024.shtml?>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

THACKER, E. Foreword: Protocol Is as Protocol Does. In: GALLOWAY, Alexander. **Protocol. How control exists after decentralization**. Cambridge: The MIT Press, 2004. p. XI-XXII.

UNIÃO EUROPEIA. **REGULAMENTO (UE) 2016/679 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO, de 27 de abril de 2016**. Relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados e que revoga a Diretiva 95/46/CE (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados). Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=pt>>. Acesso em: 09 dez. 2018.