



REQUERIMENTO Número 66 /x (4 .ª) AC

PERGUNTA Número /x (.ª)

Expeça-se

Publique-se

19/12/08

Q_Secretária da Mesa

Assunto: "Protecção da Privacidade dos Cidadãos"

Destinatário: Ministro da Economia

Ex.º Sr. Presidente da Assembleia da República

A edição do semanário "**Expresso**" (suplemento Economia), do passado dia 1 de Novembro de 2008, mencionava que "usar o cartão de crédito ou débito, fazer chamadas por telemóvel, navegar nas páginas Web, enviar mensagens de correio electrónico. Actos banais nos dias de hoje que ficam registados em enormes bases de dados (...) decifram hábitos de cada cliente e antecipam o seu comportamento. Hoje fazem parte do sucesso de empresas como a Google ou a Amazon (...)".

De igual modo, o diário espanhol "**El País**" (suplemento Cyberpais), na edição do passado dia 6 de Novembro de 2008, tratava o tema das redes sociais – Myspace, Facebook, Hi5, Tuenti - e os riscos associados, referindo que a Comissão Europeia está a investigar a gestão dos dados privados pelos fornecedores destas ferramentas, "enquanto 37 Agências de Protecção de Dados alertam para os riscos que correm os que usam sem complexos quotidianamente este tipo de serviços".

A protecção da confidencialidade e a preservação dos direitos fundamentais na utilização das novas tecnologias, é hoje uma preocupação comum aos vários ordenamentos jurídicos internacionais.

As novas tecnologias e a internet dão crescentemente às marcas a possibilidade de conhecer e analisar melhor os perfis dos possíveis clientes. Hoje, há empresas que assentam os respectivos modelos de negócio na análise dos comportamentos dos



utilizadores da net.

Todavia, importa analisar o modo como funcionam estas fontes de informação e como é gerido o conhecimento dos perfis dos consumidores. **A protecção da privacidade dos cidadãos deve impor limites, sobretudo quando há utilizadores/“clientes” que nem sempre têm consciência da exploração destes dados.**

Os milhões de palavras-chave inseridas nos motores de busca, são arquivados e depois analisados. O endereço IP, assim como os “cookies”, fixam o comportamento do internauta: os seus interesses, os seus gostos, as suas tendências,... muitas vezes sem o conhecimento dos mesmos. **Esta parametrização comportamental dos utilizadores da net deve ser escrutinada para não prejudicar direitos fundamentais como a protecção da privacidade.**

Assim, as estratégias comerciais e de marketing devem ir até onde a técnica as poder levar ou até onde o consumidor e a legislação permitirem que elas cheguem?...

Fruto da diversidade de aplicações e ferramentas desenvolvidas o universo “Google” é um bom exemplo de colecta absoluta de informações relativas aos comportamentos dos internautas, sem o respectivo conhecimento e/ou aprovação. Aliás, por este facto, a União Europeia, num passado recente, iniciou procedimentos para obter da “Google” detalhes e justificação para o arquivamento de informações relativas às buscas dos internautas.

A **Privacy International**, uma ONG que se dedica a analisar e a verificar a protecção de dados pessoais mantidos em servidores, publicou uma lista dos fornecedores de serviços que mais respeitam a confidencialidade dos dados dos respectivos utilizadores web. Qual o resultado? A Google ficou em último lugar com a seguinte caracterização: “acompanhamento completo dos consumidores e hostilidade em relação à vida privada”.

Ora, em Portugal deveremos, todos sem excepção, acompanhar este fenómeno, à semelhança do que já sucede noutros países da UE.

Assim, nos termos das disposições constitucionais e regimentais em vigor, requeiro



que, através do **Senhor Ministro da Economia, a Direcção-Geral do Consumidor**, me preste os seguintes esclarecimentos:

1. De que modo está cada uma das entidades, em Portugal, a agir para proteger a confidencialidade das pesquisas dos internautas feitas em motores de busca (ex: Google) e demais ferramentas da internet?
2. Em Portugal, face à legislação existente, por quanto tempo poderão as empresas detentoras de motores de busca conservar as pesquisas efectuadas? Quais as razões invocadas para justificar esse prazo?
3. Como encaram, a CNPD e a DGC, a possibilidade de reduzir consideravelmente esses prazos?
4. Não deveriam as empresas detentoras de motores de busca, assim como redes sociais, informar obrigatoriamente os utilizadores sobre a finalidade dos cadastros, os destinatários dos dados e a existência do direito de acesso e de rectificação?
5. Não deveria ser exigido o acordo explícito do internauta para manutenção dos respectivos dados da pesquisa?

Palácio de São Bento, 3 de Dezembro de 2008.

O Deputado:

(João Raul Moura Portugal)