

PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E DIREITO DO CONSUMIDOR: NOVOS CONTORNOS DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NA SOCIEDADE EM REDE

PERSONAL DATA PROTECTION AND CONSUMER LAW: NEW OUTLINES OF CONSUMER'S PROTECTION IN THE NETWORKED SOCIETY

Taynara Silva Arceno¹

Mestranda em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)

Jaqueline Hofler²

Juíza de Direito

RESUMO: O fenômeno informático permite um intenso fluxo de dados pessoais e se constitui uma ameaça a intimidade e a privacidade do usuário da rede mundial de computadores, tendo em vista a possibilidade de comercialização desses dados. Nesse cenário, o objetivo do presente trabalho consiste em analisar as disposições contidas na legislação brasileira que podem proporcionar uma tutela efetiva da proteção dos dados dos cidadãos consumidores digitais.

ABSTRACT: *The computer phenomenon allows an intense flow of personal data*

and threatens the privacy of the user of the world wide web, in view of the possibility of commercialization of this data. In this scenario, the objective of this paper is to analyze the provisions contained in Brazilian legislation that can provide effective protection of data protection of digital consumer citizens.

PALAVRAS-CHAVE: Privacidade; Internet; consumo; proteção de dados.

KEYWORDS: *Privacy; Internet; consumption; data protection.*

SUMÁRIO: Introdução; 1 Transformações da privacidade na era tecnológi-

¹ Assessora de Juiz de Direito. E-mail: tay.arceno@gmail.com.

² Graduada em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). E-mail: hofler@tjrs.jus.br.

ca; 2 A proteção de dados no Código de Defesa do Consumidor; 3 Proteção de dados e o marco civil da internet; 4 Lei geral de proteção de dados: uma nova era para a tutela dos direitos dos cidadãos consumidores; Conclusões; Referências.

SUMMARY: *Introduction; 1 Transformations of privacy in the technological age; 2 Data protection in the Consumer Protection Code; 3 Protection data and brasilian civil rights framework for the internet; 4 General data protection act: A new age for the protection of consumer's rights; Conclusions; References.*

INTRODUÇÃO

O respeito e a proteção da privacidade são as bases fundamentais para o desenvolvimento da dignidade humana, e, nas sociedades democráticas, podem ser considerados prioridade. Nos últimos anos, experimenta-se uma revolução tecnológica da informação, que, com o passar dos tempos, proporcionou a criação de dispositivos inteligentes, e, entre eles, destaca-se, principalmente, o surgimento da Internet. Com o advento desta, o conceito da vida cotidiana se transformou, a vida em sociedade se transformou. Nesse cenário, a partir da ideia de que as novas tecnologias estão a serviço da pessoa, e não ao contrário, fica evidenciada a preocupação com a proteção da privacidade e dos dados pessoais dos chamados cidadãos digitais e a consequente harmonização da regulamentação e o desenvolvimento tecnológico.

A tecnologia digital permite a preservação e o armazenamento de valiosas informações dos movimentos cotidianos dos cidadãos, de seus gostos e desgostos, de quem eles são e do que eles possuem. As compras *on-line*, os pagamentos com cartões de crédito, as identificações digitais, as câmeras de vigilância instaladas nas cidades e o uso de telefones inteligentes, que permitem aos usuários postar informações em diferentes mídias sociais sobre sua localização e suas atividades, são apenas algumas das circunstâncias da vida moderna que dão origem a preocupações com a privacidade.

George Orwell, em seu romance *1984*³, foi um dos primeiros a tentar explicar a importância da privacidade, usando a metáfora do Big Brother (o grande irmão, que tudo olha e tudo vê), no contexto de uma sociedade totalitária. O livro traz um exemplo extremo e mostra o efeito negativo do controle dos dados pessoais dos indivíduos por um regime totalitário. No entanto, além

³ ORWELL, George. 1984. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

deste cenário, inúmeras preocupações com a privacidade surgem no contexto das atividades diárias, e nas relações entre cidadão x empresas e cidadão x governos. Dessa maneira, a era tecnológica desencadeou o crescimento e desenvolvimento de textos legais para a proteção da privacidade e de dados pessoais na denominada sociedade de informação.

A exposição exacerbada de dados pessoais ao público acabou por contribuir na formação da identidade da pessoa, de tal modo que os limites entre o público e o privado já não são mais os mesmos, ou sequer ainda existem. Nesse sentido, a pessoa (consumidor) acaba expondo demasiadamente seus dados pessoais na rede mundial de computadores, e esses dados poderão, ou não, serem vendidos com a finalidade de formar o *perfil do consumidor*.

Na sociedade da informação, o consumidor fica exposto a diversos riscos quando do uso indiscriminado de seus dados pessoais. De um lado, evidencia-se o risco da perda da autodeterminação informativa, ou seja, o consumidor não tem mais o controle sobre seus próprios dados, e muitas vezes não sabe que seus dados estão sendo objeto de tratamento, caracterizando prejuízos de ordem predominantemente subjetiva. De outro lado, verificam-se riscos na órbita objetiva, em que o consumidor pode ser indiscriminado no mercado em razão de uma decisão tomada de forma automatizada, que, com base em um algoritmo, cria um perfil daquele consumidor, impedindo-o, ou não, de obter um crédito, por exemplo. Com o desenvolvimento da inteligência artificial, os algoritmos têm servido para monitorar o consumidor enquanto navega na Internet, seja no momento em que ele faz uma compra de um livro na *Amazon* ou no momento em que reserva um hotel pelo *Booking*. A partir desses cliques, uma série de produtos e serviços lhe são apresentados por meio do *marketing* direcionado e personalizado, construído por meio dos algoritmos, capazes de atingir a própria liberdade de escolha do produto. Além disso, essas práticas auxiliam o desenvolvimento cada vez mais desenfreado de banco de dados e informações de consumo.

No Brasil, finalmente foi aprovada a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) – Lei nº 13.709, em 14 de agosto de 2018, com prazo de vacância de 24 meses desde publicação oficial. Com o advento da LGPD, uma nova realidade se instaurou no ordenamento jurídico nacional. Muito inspirada no Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia, a LGPD tem o objetivo principal de garantir a privacidade dos dados pessoais dos cidadãos e permitir um maior

controle por parte dos titulares sobre seus próprios dados. A LGPD contém regras e conceitos que possibilitam uma maior aplicação do Código de Defesa do Consumidor, reafirmando vários de seus princípios.

Para este trabalho, destacam-se três grandes princípios da LGPD para análise sob a ótica consumerista, sendo eles o consentimento, a adequação e a segurança, que dialogam com o Código de Defesa do Consumidor, possibilitando uma maior proteção dos cidadãos digitais.

Assim, a questão que se buscará responder é: De que forma as disposições constantes no ordenamento jurídico brasileiro, especialmente os princípios da LGPD, podem efetivar a proteção dos dados pessoais e fundamentais dos consumidores?

Para solucionar tal questionamento, inicialmente, contextualizar-se-á o leitor, de forma sucinta e sem a presunção de esgotar o assunto, as transformações pelas quais a privacidade passou, tenda em vista o avanço tecnológico, assim como se analisará a conjuntura da proteção dos dados pessoais do consumidor no ordenamento jurídico nacional, no que se refere às disposições constantes no Código de Defesa do Consumidor, no Marco Civil da Internet e na Lei Geral de Proteção de Dados.

1 TRANSFORMAÇÕES DA PRIVACIDADE NA ERA TECNOLÓGICA

Inicialmente, mostra-se uma tarefa árdua demonstrar o que se tornou a privacidade nos tempos modernos, certo é que sempre estar-se-á no campo de tentativas de conceituação única e estática da privacidade.

Atualmente, levando em consideração o processamento massivo de informações, não há possibilidade de tratar da privacidade tendo em vista o que ela significava nas outras sociedades. O caminho percorrido pelo direito à privacidade reflete uma mudança de olhar para a tutela da pessoa quanto a sua adaptação às novas tecnologias de comunicação. Danilo Doneda (2006, p. 141) expõe que “*não basta pensar na privacidade nos moldes de um direito subjetivo, a ser tutelado conforme as conveniências individuais [...] associada basicamente ao conforto e comodidade*”.

Os avanços tecnológicos podem interferir diretamente do direito à privacidade. Com o avanço dos meios de comunicação interativos, ocorreu uma modificação na capacidade de coleta de dados, sendo possível não só um controle

dos usuários, mas também um conhecimento dos seus costumes, interesses e gostos. Ademais, quanto maior é a extensão da rede, maiores as possibilidades de interconexões entre banco de dados e a disseminação internacional da informação que foi recolhida (Limberger, 2007, p. 58).

Atualmente, acontece uma exibição demasiada das pessoas nas redes sociais, conectadas à Internet. Nessas ocasiões, são disponibilizadas as mais diversas informações, opiniões sobre variados assuntos são lançadas, imagens são divulgadas e dados pessoais são facilmente fornecidos. A informação disponível na rede intensifica a propagação da comunicação, uma vez que pode ser difundida por todo o mundo, assim como pode ser armazenada por um tempo indefinido, que pode ser eterno, considerando a tecnologia informática existente (Limberger, 2016, p. 49).

Paul Bernal (2014, p. 9) relata que o que acontece na Internet impacta na autonomia, na liberdade de agir e na liberdade de decidir das pessoas. E não impacta apenas na autonomia *on-line*, mas na autonomia real, no mundo *off-line*. Parte desse impacto surge da maneira como a privacidade dos cidadãos é violada direta ou indiretamente, intencionalmente ou não, por uma grande quantidade de pessoas, empresas e agências governamentais.

Para que seja possível vislumbrar a transformação da privacidade, pode-se mencionar os ensinamentos de três importantes autores, que se dedicaram fortemente ao estudo da temática. São eles: Antonio-Enrique Pérez Luño, Stefano Rodotà e Manuel Castells.

Perez Luño (2012, p. 15) define “metamorfose da intimidade”. O autor explica que é uma metamorfose do direito à intimidade que se mostra de dupla maneira: do original direito de estar só ao aspecto de estar no âmbito social e coletivo; e desde o direito à personalidade ao deslocamento que se direciona para a esfera patrimonial. A noção filosófica da intimidade foi progressivamente descartada em suas projeções jurídicas. Não é possível trabalhar a noção de intimidade como somente um direito de estar só. A elaboração jurídica da intimidade a transportou da esfera da solidão para a esfera das relações sociais.

Essas situações acarretam grande problema conceitual: se é possível manter o significado primitivo da intimidade (direito a estar só) dado que se situa na esfera do *foro interno*, da solidão, de ensimesmamento e autoconfinamento pessoal. Não obstante, esse conceito corre o risco de ser inexplicável e de

carecer de qualquer relevância jurídica. Por outro lado, toma-se como ponto de referência suas implicações e projeções intersubjetivas no âmbito do foro externo. Contudo, corre-se o risco de deformar a intimidade, de coisificá-la, de diluí-la em um conjunto de tópicos sociais e vendê-la em seu antônimo, isto é, na sua alteração (Perez-Luño, 2012, p. 116).

Na sociedade de informação e de consumo, a intimidade se transformou, em algumas situações, em uma mercadoria, cujo valor é regulado pela lei de oferta e procura. Nessas ocasiões, a intimidade de cada um vale o que os demais, especialmente os meios de comunicação, estão dispostos a pagar para publicizá-la (Perez-Luño, 2012, p. 120).

Stefano Rodotà^(2014, p. 293), por sua vez, designa “reinvenção da privacidade” como construção da identidade, ocorrendo em condições de dependência crescente do exterior e da forma como o ambiente em que vivem está estruturado. Depende-se de outras pessoas, mas também do mundo de coisas que rodeiam a vida humana e que são usadas para modificar até o próprio corpo. Na realidade, vive-se uma grande revolução da identidade. Isso altera a esfera pública, a esfera privada e a própria noção de privacidade.

Quando se leva em consideração as questões colocadas pela inovação, ocorre o chamado “*tsunami digital*”. Esta é uma radical transformação das organizações sociais, que tem por objetivo converter o critério da seguridade pública em um exclusivo critério de referência (Rodotà, 2014, p. 298). O denominado “*tsunami digital*”, então, pode ser considerado desde outros pontos de vista, começando pela identidade. A disposição de dados pessoais que os sujeitos públicos dispõem enseja uma real transferência a esses organismos na construção das identidades, que podem operar informações das quais as pessoas nem imaginam. Esse fenômeno está destinado a crescer cada vez mais, haja vista o incremento de dados gerados automaticamente (Rodotà, 2014, p. 300).

Rodotà ainda suscita:

El “conócete a ti mismo” ya no es una operación que nos obliga a mirar solo hacia nuestro interior. Ahora tiene sus miras puestas en la posibilidad de llegar a fuentes diversas, no tanto para averiguar qué es lo que los otros saben de nosotros, sino sobre todo para conocer quiénes somos en la dimensión electrónica donde se desarrolla hoy una parte importante de

nuestras vidas. Considerando las dinâmicas que caracterizan hoy las recogidas de datos y los sujetos que las utilizan, cada vez es menos verosímil una definición de la identidad como “yo soy lo que digo que soy”, pues habría que sustituirla por “tú eres lo que Google dice que eres”. (Rodotà, 2014, p. 300)⁴

Rodotà aponta que, neste cenário, surgem questões essenciais, entre as quais, de que talvez a privacidade esteja morrendo. Contudo, a Internet, a dilatação do ciberespaço e a expansão do comércio eletrônico influenciaram fortemente na transformação da privacidade, que hoje se mostra ainda mais necessária e também mais frágil. Existem duas importantes diferenças entre o debate atual e o debate passado. Primeiro, há trinta anos, o “fim da privacidade” surgia em títulos de livros, enquanto hoje é parte da linguagem corrente. Segundo o autor, aconteceram mudanças profundas na forma como se reage ao assunto “fim da privacidade” (Rodotà, 2008, p. 142).

Desse modo, uma vez que a informação se torna o bem mais precioso de uma sociedade, a tutela da privacidade influencia de forma decisiva para o equilíbrio dos poderes. “Eis porque o fim da privacidade não representaria somente um risco para as liberdades individuais: ele pode efetivamente conduzir ao fim da democracia”. Dessa forma, pode-se dizer que a privacidade configura elemento fundamental da cidadania atual, da “cidadania eletrônica” (Rodotà, 2008, p. 144).

Em visão oposta, Manuel Castells (2013, p. 143) defende o “fim da privacidade”. O autor traz alguns exemplos para demonstrar o porquê argumenta que a privacidade acabou, fazendo referência sobre a exposição exacerbada nas redes e nos programas de vigilância governamentais. Ainda, adverte o autor que o ânimo com a liberdade trazida pela Internet foi tão grande que já não se lembra de práticas autoritárias de vigilância no próprio ambiente de trabalho. Ao passo que os trabalhadores tornam-se cada vez mais dependentes de estarem ligados na rede mundial de computadores, para que possam realizar suas atividades,

⁴ “O conhece-te a ti mesmo já não é uma operação que nos obriga a olhar somente para nosso interior. Agora se tem a vista a possibilidade de chegar a fontes diversas, não só para descobrir o que os outros conhecem sobre nós, mas, sobretudo, conhecer quem nós somos na dimensão eletrônica, em que se desenvolvem questões importantes nas nossas vidas. Considerando a dinâmica que caracteriza hoje a coleta de dados, e os sujeitos que a utilizam, é cada vez menos verosímil uma definição de identidade como eu sou ou que digo que sou, pois haveria que ser substituída por tu és o que o Google diz que és.” (tradução livre).

as empresas decidiram que têm o direito de monitorar os usos de suas redes por seus empregados. Nesse cenário em que as pessoas trabalham até esgotar as suas forças, e ainda permanecem conectadas durante todo o tempo em que estão acordadas, Almiro Eduardo de Almeida e Valdete Souto Severo (2016, p. 15) assinalam para uma “sociedade de zumbis”, de pessoas que não conseguem ter tempo para refletir, e, conseqüentemente, não conseguem ter tempo para modificar o mundo a sua volta.

Castells também aponta que os *websites* recolhem dados dos seus usuários e os processam levando em consideração os seus interesses comerciais. A maioria dos usuários não exerce o seu direito de exclusão que lhe é facultado, visto que não clicam na opção de não utilização de seus dados pessoais. O problema gira em torno da troca de dados pelo privilégio de acesso a determinados *sites*. A maior parte dos indivíduos abre mão de seus direitos à privacidade para ter condições de acesso à Internet (Castells, 2013, p. 143).

Para o autor, não há liberdade alguma e nenhum lugar para se esconder em um ambiente virtual. Nesse sentido, tudo contribui para uma redução da privacidade de comunicação na Internet, “uma transformação da Internet de espaço da liberdade numa casa de vidro” (Castells, 2013, p. 147).

Na verdade, com o atual cenário, a proteção da privacidade na Internet passa a ser a proteção dos dados pessoais dos cidadãos consumidores, que, com o passar dos anos, tiveram cada vez mais amparo legal para que essa proteção seja, de fato, efetiva.

2 A PROTEÇÃO DE DADOS NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

No Brasil, a proteção jurídica e o controle dos dados pessoais se desenvolveu de forma mais efetiva no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), em face do crescimento das empresas de informações comerciais que colhiam dados dos seus consumidores. No Brasil, o primeiro banco de dados nasceu em 1995, sendo denominado Serviço de Proteção ao Crédito (SPC). O SPC é uma associação civil que tem por finalidade “fichar” os consumidores que são considerados “mau pagadores” e está ligado à Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas (CNDL) (Bessa, 2007, p. 202). Além do SPC, surgiram, no Brasil, a Centralização de Serviço dos Bancos S.A. (Serasa), o Segurança ao Crédito (SCI), o Cadastro de Inadimplentes (Cadin), entre outros.

Os bancos de dados e os cadastros de consumidores constituem o chamado arquivo de consumo, que possuem características em comum, mas que não se confundem. Bruno Miragem (2013, p. 303) explica o que significa cadastro de consumidores:

[...] são espécies de arquivo de consumo que se caracterizam pela coleta e utilização das informações de consumidores pelo fornecedor, para seu próprio benefício ou de pessoas com ele associadas em vista de uma finalidade mercadológica, da conquista de novos consumidores, atendimento personalizado ou específico para os atuais consumidores, a partir da formação de identidade de informação com base nos dados coletados diretamente ou decorrentes de outras bases de informação. A formação, coleta e gestão das informações dos cadastros de consumidores não são feitas de modo aleatório, senão orientadas pela finalidade específica perseguida pelo fornecedor (a formação de uma base de dados de consumidores com determinadas características ou traços comuns).

Assim, entende que o cadastro de consumidores é um sistema de arrecadação de informações, geralmente fornecidas pelo próprio consumidor, com o objetivo de realizar-se operações de consumo presentes ou futuras. Já os bancos de dados constituem um conjunto de informações sobre a situação econômico-financeira dos consumidores, com o objetivo-fim de alertar os demais fornecedores sobre a possibilidade, ou não, de celebrar uma relação de consumo. Os bancos de dados possuem duas categorias, sendo os bancos de dados restritivos e os bancos de dados de informações positivas. O primeiro revela que o consumidor não honra com as suas dívidas, deixando-o impossibilitado de contrair crédito no mercado, e aqui se tem como exemplo os órgãos de proteção ao crédito, citados anteriormente. O segundo, ao contrário, abona a conduta do consumidor, atestando a existência de seu bom comportamento na administração do crédito, conferindo-lhe o relevante *status* de “bom pagador” (Moraes, 2013).

OCDC regulamenta a manutenção e o cadastro de registro de consumidores em bancos de dados, estabelecendo uma série de garantias para o consumidor

em relação às suas informações pessoais constantes nos arquivos de consumo, consagrando essas garantias em seus arts. 43 e 44.

As disposições do Código de Defesa do Consumidor revelam o foco de preocupação do legislador, o estabelecimento de um equilíbrio na relação consumerista, por meio da imposição de limites ao uso das informações do consumidor pelo fornecedor. Isso é necessário tendo em vista que existem interesses de ambas as partes. O interesse do fornecedor é que a relação de consumo seja estabelecida de forma segura e que seja possível o desenvolvimento de técnicas comerciais que incrementem a sua atividade. Por parte do consumidor, há o interesse no estabelecimento de limites para que este não perca a sua liberdade de escolha e não seja discriminado na condição de consumidor (Doneda, 2006, p. 338).

Pensando nisso, tem-se como exemplo que o registro de dados negativos dos consumidores não poderá ser mantido por um período maior do que 5 anos (Súmula nº 359), e, para que essa inserção seja feita, é necessário que o consumidor seja comunicado de que seus dados serão repassados para um órgão de proteção ao crédito, e, caso haja o descumprimento dessa obrigação, o consumidor poderá ser indenizado.

Danilo Doneda (2006, p. 339) afirma que é possível reconhecer, por meio desse diploma normativo, a presença de alguns princípios da proteção de dados, ainda que de uma forma resumida e sempre inseridos no contexto das relações de consumo, o que impede que essa disciplina assuma o controle de um sistema geral de proteção de dados pessoais, mas ela pode fornecer parâmetros interpretativos para outras situações. Entretanto, o autor completa que, mesmo com o grande avanço representado pelas disposições do CDC, e pela extensão de sua interpretação, trata-se de uma tutela que já nasceu com barreiras e limites, seja pela sua incidência (relações de consumo), seja pelo próprio caráter de suas disposições.

Dessa forma, as disposições constantes no CDC não repercutem para uma tutela efetiva da proteção de dados pessoais frente ao avanço das tecnologias de informação e comunicação. O CDC fornece uma tutela para as relações de consumo, ou as relações que envolvam negócios comerciais, mas não têm referência com o tema que vem sendo estudado no presente trabalho, qual seja, a proteção de dados pessoais na Internet.

Os arts. 43 e 44 do CDC não abrangem as necessidades dos dados pessoais que circulam pela rede, a criação de perfis comportamentais, a utilização de dados pessoais para fins publicitários, entre tantos outros problemas que atingem a sociedade de informação. A regulamentação estabelecida pelo Código de Defesa do Consumidor visa a um fim específico e pontual, qual seja, os bancos de dados e o cadastro de consumidores. Inexistindo legislação referente ao ambiente virtual, ficava a cargo do Poder Judiciário decidir sobre essas questões, e, frente a uma ausência de definição legal, decisões conflitantes eram proferidas. Em uma sociedade marcada pela informação, onde dados, de todas as espécies, são armazenados de forma cada vez mais rápida e para vários fins, o instituto do *habeas data* e as disposições do Código de Defesa do Consumidor não possuem o condão de abranger a complexibilidade da temática.

3 PROTEÇÃO DE DADOS E O MARCO CIVIL DA INTERNET

De início, verifica-se que o Marco Civil da Internet, em seu art. 3º, apontou que o uso da Internet tem alguns princípios e estabeleceu no inciso II a proteção da privacidade e, no inciso III, a proteção dos dados pessoais, na forma da lei. Dessa forma, de forma inédita, a legislação reconhece o princípio da proteção de dados como um princípio unitário, que não se delimita dentro do campo do direito à privacidade, ressaltando que são duas temáticas distintas.

O Marco Civil inclui um importante dispositivo em sua redação, o art. 7º, que, no *caput*, estabelece que o acesso à Internet é condição essencial para o exercício da cidadania e, como tal, demanda uma série de iniciativas do Poder Público e até mesmo de instituições privadas com esta pauta, de nítida responsabilidade social. Por essa razão, o legislador elencou, nos arts. 7º e 8º (Capítulo II da lei), uma série de direitos e garantias ao usuário na rede.

De uma leitura dos artigos supracitados, logo se observa que, nos incisos I e III, o legislador reforçou os direitos previstos na Constituição Federal (art. 5º, X e XII). A inovação dessas disposições fica por conta da inserção das comunicações eletrônicas, que somente poderão ser violadas por ordem judicial, conforme dispõe o inciso II do art. 7º Marco Civil da Internet.

Sobre isso se posiciona Gustavo Rabay Guerra (2014, p. 393):

[...] resulta da interpretação mais atenta do inc. III do art. 7º grata e oportuna normatização de uma questão

até então controvertida: a restrita leitura que os tribunais brasileiros fazem da proteção de dados privados, que se limita às transmissões, como, por exemplo, uma ligação telefônica, e não àqueles dados privados que são armazenados (ou seja, na memória de um computador ou em um *datacenter*).

Assim, correta foi a inserção desse direito para abranger também a esfera de dados armazenados em um computador, por exemplo. Além disso, é de extrema importância que se faça uma ressalva especial aos incisos VIII e IX do art. 7º. O Marco Civil determina que o usuário, entre outros direitos, possui o direito de que as informações sobre a coleta, o uso, o armazenamento e a proteção de seus dados devem ser dadas de maneira clara e completa, e, ainda, para fins que justifiquem a coleta. Além disso, a determinação de que o consentimento deve ser expresso e destacado das demais cláusulas constantes no contrato.

Antes da vigência do Marco Civil da Internet, era praticamente impossível transpassar para o mundo virtual a proibição constante no CDC, no que se refere ao repasse de qualquer tipo de dado pessoal a terceiros, sem a notificação ou autorização expressa do usuário. No plano da Internet, dados comportamentais e de contato de usuários são repassados a outras empresas, para fins comerciais, sem ao menos que o titular dos dados tenha conhecimento de tal prática. Em 2014, com a lei aprovada, somente podem ser coletados dados com o consentimento prévio do usuário e que não excedam a finalidade da coleta. Para autorizar o tratamento, o usuário deverá dar o seu consentimento expresso.

O Marco Civil ainda dialoga com o Código de Defesa do Consumidor, quando, em seu art. 8º, determina que são nulas de pleno direito as cláusulas contratuais que violem o direito à liberdade de expressão e à privacidade.

Nesse passo, Antonia Espíndola Longoni Klee (2015, p. 347) adverte:

Pode-se afirmar que o art. 8º do Marco Civil dialoga com o Código de Defesa do Consumidor, ao considerar nulas de pleno direito – isto é, considerar como não escritas – todas as cláusulas contratuais que impliquem ofensa ao sigilo das comunicações privadas. Nesse sentido, será possível ler e interpretar os termos de uso e as políticas de privacidade dos *sites* da mesma

forma como lemos os contratos de adesão nas relações de consumo. Significa dizer que deve-se considerar como não escritas as cláusulas que impliquem danos ao consumidor e à sua privacidade.

Sem embargo, as disposições analisadas, principalmente no que se refere ao art. 7º da Lei da Internet, foram um grande avanço em termos de legislação. Contudo, ainda existiam lacunas a serem preenchidas pelo ordenamento jurídico brasileiro, levando-se em consideração que o Marco Civil, por vezes, oferece conceitos vagos e dependentes de criação de lei específica.

4 LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS: UMA NOVA ERA PARA A TUTELA DOS DIREITOS DOS CIDADÃOS CONSUMIDORES

No dia 14 de agosto de 2018, foi sancionada a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) brasileira, tombada sob o nº 13.709. Muito inspirada no Regulamento Europeu, a Lei Geral de Proteção Dados (LGPD) também representou um marco legislativo para o Brasil, que, em momento anterior à promulgação da lei, não continha norma específica sobre a proteção dos dados pessoais, conforme o já referido no presente trabalho. O prazo de vacância da referida legislação é de 24 meses após sua publicação oficial.

O objetivo da LGPD é promover garantias para o cidadão na proteção de seus dados, e, ao mesmo tempo, fornecer bases para o desenvolvimento da economia da informação, regida nos vetores da confiança, da segurança e do valor. Além disso, a LGPD está estruturada em cinco eixos principais no que diz respeito à proteção do titular dos dados, quais sejam: I) unidade e generalização da Lei; II) legitimação para o tratamento de dados; III) princípios e direitos do titular; IV) obrigações dos agentes de tratamento de dados; e V) responsabilização dos agentes (Mendes; Doneda, 2018, p. 46).

A LGPD ainda contém regras e conceitos que possibilitam uma maior aplicação do Código de Defesa do Consumidor, reafirmando vários de seus princípios, como o direito à informação, à privacidade, ao desenvolvimento tecnológico e à livre iniciativa. Inclusive, em seu art. 18, § 8º, dispôs expressamente que os titulares podem exercer seus direitos de proteção dos dados perante os organismos de defesa do consumidor (Brasil, Lei nº 13.709/2018).

Para este trabalho, destacam-se três grandes princípios da LGPD para análise sob a ótica consumerista, sendo eles o consentimento, a adequação e a segurança.

O consentimento é uma manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada. Dessa maneira, o consentimento livre do consumidor é um requisito essencial para legitimar o processamento de dados pessoais, e, diante de sua vulnerabilidade perante o mercado, é fundamental observar se o consentimento está sendo obtido de forma adequada, conforme os ditames legais. Dentro desse parâmetro, o titular dos dados tem o direito de corrigir dados incompletos, inexatos ou desatualizados. Também é direito do titular a anonimização, o bloqueio ou a eliminação dos dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com a LGPD. Ademais, o titular tem o direito de pedir a eliminação dos dados pessoais que foram tratados com o seu consentimento, caso assim entenda. Em caso de lesão ao princípio da adequação, os titulares poderão solicitar a exclusão de seus dados dos registros e bancos de dados dos responsáveis, sem prejuízo do pleito indenizatório, moral ou material (Brasil, Lei nº 13.709/2018).

O princípio da adequação determina que o tratamento dos dados pessoais deverá ser compatível com as finalidades informadas ao titular, conforme o contexto do tratamento. Nesse passo, uma das práticas que mais gera abuso no tratamento de dados é a descontextualização desse tratamento (Brasil, Lei nº 13.709/2018). Cita-se como uma lesão a esse princípio um escândalo envolvendo violação à proteção dos dados pessoais que impactou e alertou pessoas ao redor do mundo. No dia 17 de março de 2018, o *Jornal The Guradian*, entre outros, revelaram que a empresa Cambridge Analytica coletou os dados de mais de 50 milhões de usuários da rede social Facebook, e, na posse desses dados, fomentou a campanha de Donald Trump nos Estados Unidos. As informações sobre o caso foram contatas ao *Jornal The Guardian* por Christopher Wylie, ex-funcionário da Cambridge Analytica. A coleta dos dados foi feita por intermédio de um aplicativo, dentro da plataforma Facebook, no ano de 2014, que realizava testes de personalidade com os usuários. Com as informações colhidas, a empresa traçou um perfil psicográfico comportamental de cada usuário da rede, o que permitiu que fosse lhes fossem fornecidas propagandas políticas adequadas para o seu perfil, influenciado diretamente em seus votos. O número expressivo

de dados vazados se deu pelo fato de que o aplicativo não coletava apenas os dados daquele usuário que realizava o teste, aceitando as condições de uso, mas, sim, de toda a sua rede de contatos dentro da rede social. O vazamento teria ocorrido por conta de uma política flexível da rede social Facebook em relação ao fornecimento de informações pessoais a aplicativos de terceiros dentro da rede social. Pouco dias após divulgação do acontecido, o Facebook já havia perdido aproximadamente de 50 bilhões de dólares de seu valor no mercado (The Guardian, 2018). Assim, resta clarividente a importância de uma regra que impeça o tratamento de dados fora do contexto permitido pelo consumidor.

Por fim, aborda-se o princípio da segurança, que estabelece que medidas técnicas e administrativas deverão ser tomadas para proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e nos casos de episódios de vazamento ou ocorrência de incidentes. Nessa circunstância, empresas responsáveis pelo tratamento estão responsabilizadas pela adoção de medidas preventivas de proteção dos dados pessoais, cabendo à Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD) a regulamentação específica a respeito dos padrões mínimos de segurança. Ademais, caso ocorra algum tipo de incidente de segurança que possa acarretar risco ou dano relevante para o titular dos dados, o responsável pelo tratamento deverá comunicar o incidente, em um prazo razoável, à ANPD e aos próprios titulares dos dados.

CONCLUSÕES

Com base nos breves conceitos desenvolvidos no presente trabalho, buscou-se a inserção de novos dispositivos legais no âmbito do Marco Civil da Internet e da Lei Geral de Proteção de Dados, e a consequente harmonização com o Código de Defesa do Consumidor. As regras e os princípios constantes da LGPD estão postos de modo a garantir a privacidade e a proteção de dados nas relações de consumo à luz das novas perspectivas e dos desafios trazidos pela sociedade da informação. Verificou-se que a LGPD não impede o tratamento dos dados pessoais dos consumidores; pelo contrário, dita regras para que esse tratamento seja feito de forma adequada, a fim de proporcionar um maior controle por parte do titular dos dados no uso de suas informações. À vista disso, a intimidade e os direitos do consumidor são acolhidos, mais uma vez, por um diploma infraconstitucional, de modo que se faz necessária a compreensão de que a tutela dos dados pessoais é também uma faceta do sistema de proteção do consumidor.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Almiro Eduardo de; SEVERO, Valdete Souto. *Direito à desconexão nas relações sociais de trabalho*. 2. ed. São Paulo: LTr, 2016.

BESSA, Leonardo Roscoe. Os bancos de dados de proteção ao crédito na visão do Superior Tribunal de Justiça. *Revista do Consumidor*, São Paulo, n. 16, jul./set. 2007.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 23 set. 2019.

CADWALLARD, Carole; GRAHAM-HARRISON, Emma. Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. *The Guardian*, [s.l.], 27 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>>. Acesso em: 23 set. 2019.

CASTELLS, Manoel. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DONEDA, Danilo. *Da privacidade à proteção de dados pessoais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

GUERRA, Gustavo Rabay. Direito à inviolabilidade e ao sigilo das comunicações privadas armazenadas: um grande salto rumo à proteção judicial da privacidade na rede. In: LEITE, George Salomão; LEMOS, Ronaldo (Coord.). *Marco Civil da Internet*. São Paulo: Atlas, 2014.

KLEE, Antonia Espíndola Longoni; MARTINS, Guilherme Magalhães. A privacidade, a proteção de dados e dos registros pessoais e a liberdade de expressão: algumas reflexões sobre o Marco Civil da Internet no Brasil (Lei nº 12.965/2014). In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (Coord.). *Direito & Internet III: Marco Civil da Internet III*. São Paulo: Quartier Latin do Brasil, t. I, 2015.

LIMBERGER, Têmis. *Cibertransparência informação pública em rede: a virtualidade e suas repercussões na realidade*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2016.

_____. *O direito à intimidade na era da informática: a necessidade de proteção dos dados pessoais*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2007.

LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (Coord.). *Direito & Internet III: Marco Civil da Internet III*. São Paulo: Quartier Latin do Brasil, t. I, 2015.

MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo: Saraiva, 2014.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

ORWELL, George. 1984. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

PÉREZ LUÑO, Antonio Enrique. *Los derechos humanos en la sociedade tecnológica*. Madrid: Universitas, 2012.

RODOTÀ, Stefano. *A vida na sociedade de vigilância – A privacidade hoje*. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

_____. *El derecho a tener derechos*. Madrid: Trotta, 2014.

