

O PRINCÍPIO DA FINALIDADE DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS E OS SEUS IMPACTOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Pedro Henrique Targino Dantas¹

Marcelo Henrique de Sousa Torres²

RESUMO

A dissertação científica que segue tem como finalidade analisar os avanços da tecnologia e os saltos que foram promovidos a partir da evolução dos meios de comunicação, para o que hoje podemos intitular de “Sociedade em Rede” e, como consequência, a forma que o uso dos dados e informações de natureza pessoal se transformaram em ferramentas inerentes ao desenvolvimento não só das tecnologias, como também das relações interpessoais e, conseqüentemente, as formas que o Direito Brasileiro encontrou para se adequar diante do cenário. A partir disso, é fundamental evidenciar a evolução dos pontos supramencionados, não só no ponto de vista tecnológico, mas também nas relações humanas, destacando as relações de consumo e a sua interferência direta na tutela de direitos fundamentais consagrados no âmbito constitucional, como à título de exemplo, os direitos à imagem e à privacidade, em razão não só da exposição inerente ao caráter das redes sociais, mas também o próprio compartilhamento de dados fez com que o sentimento de vulnerabilidade viesse cada vez mais à tona. Portanto, no que toca as relações consumeristas, é essencial a feitura de uma análise ao Princípio da Finalidade de Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), e o seu impacto nas relações de consumo. Dessa forma, torna-se pontual uma contextualização histórica, não só das relações de consumo, bem como dos negócios jurídicos que envolvem o tratamento de dados até chegarmos ao cenário atual de uma sociedade amplamente conectada e que basicamente se molda a base não só da constante celebração de negócios cada vez mais complexos, como também do constante compartilhamento de informações de todas as qualidades. Portanto, é imperioso destacar as principais implicações e

¹ Acadêmico do Curso de Direito do Centro Universitário do Rio Grande do Norte – UNI-RN. E-mail: pedrohtargino.dir@gmail.com

² Professor Orientador do Curso de Direito do Centro Universitário do Rio Grande do Norte – UNI- RN

desafios da Lei nº 13,709/2018, bem como as pretensões à reparação de danos causados em decorrência de seu descumprimento, a fim de não só realizar uma análise dos seus impactos nas relações de consumo, como também resolver a problemática do impacto geral dessa lei não só para os cidadãos, mas também às pessoas jurídicas que estão vinculadas ao que fora exaustivamente abordado até então. Para tanto, o presente estudo há de ser pautado a partir do método Hipotético-Dedutivo, buscando apresentar a eficácia da Lei Geral de Proteção de Dados.

Palavras-chave: Dados pessoais. Sociedade em rede. Direitos fundamentais. LGPD. Relações de consumo.

THE PUPOSE PRINCIPLE OF GENERAL DATA PROTECTION LAW AND HIS IMPACT ON CONSUMER RELATIONS

ABSTRACT

The scientific dissertation that follows aims to analyze the advances in technology and the leaps that have been promoted from the evolution of the means of communication, to what we can now call "Network Society" and, a consequence, the way I use it. data and information of a personal nature were transformed into tools inherent to the development not only of technologies, but also of interpersonal relationships and, consequently, the ways that Brazilian law found to adapt to the scenario. From this, it is essential to highlight the evolution of the aforementioned points, not only from a technological point of view, but also in human relations, highlighting consumer relations and their direct interference in the protection of fundamental rights enshrined in the constitutional scope, as in the title for example, the rights to image and privacy, due not only to the inherent exposure to the nature of social networks, but also the sharing of data itself, made the feeling of vulnerability increasingly surface. Therefore, when it comes to consumer relations, it is essential to carry out an analysis of the Principle of Purpose of the General Law for the Protection of Personal Data (LGPD), and its impact on consumer relations. In this way, a historical contextualization becomes punctual, not only of consumer relations, as well as of legal transactions involving data processing, until we reach the current scenario of a widely connected society that basically shapes itself as the basis not only of constant

celebration of increasingly complex businesses, as well as the constant sharing of information of all kinds. Therefore, it is imperative to highlight the main implications and challenges of Law No. 13.709/2018, as well as the claims to repair damage caused as a result of its non-compliance, in order not only to carry out an analysis of its impacts on consumer relations, but also to resolve the issue of the general impact of this law not only for citizens, but also for legal entities that are linked to what had been exhaustively addressed so far. Therefore, this study must be based on the Hypothetical-Deductive method, seeking to present the effectiveness of the General Data Protection Law.

Keywords: Personal data. Network society. Fundamental rights. LGPD.

1 INTRODUÇÃO

É um fato que o ser humano é uma espécie que está em constante evolução. Melhor do que qualquer outra espécie, fomos capazes de criar, a partir das ferramentas que a própria natureza nos proporciona, mecanismos e maneiras de viver da forma mais confortável o possível. Diante disso, é notório que a partir da primeira revolução industrial, a evolução da espécie vem escalando exponencialmente, o que, como é de se esperar, contribuiu para que a complexidade dos negócios jurídicos fossem aumentando.

Destarte, é conveniente dizer que o compartilhamento de dados sempre fez parte da natureza do ser humano, não somente para fins comerciais, como também pessoais. Todavia, notório é que com o avanço das relações jurídicas, em especial as relações de consumo, que o compartilhamento e o tratamento de dados vem se tornando um comportamento cada vez mais comum dentro da nossa realidade. Hoje, é conhecido que a maioria esmagadora das grandes empresas se adequou ao meio digital, com o intuito de trazer maior escala aos negócios, como também maior comodidade e conforto ao consumidor.

Dessa forma, o compartilhamento e o tratamento de dados vem se tornando algo que é, basicamente, fundamental dentro de uma relação de consumo, principalmente quando observamos que realmente junto ao desenfreado avanço da

chamada “Sociedade em Rede”.

De antemão, é preciso observar que tais avanços não nos trazem somente benesses. É explícito que junto ao avanço das relações de consumo e que, em razão de sua própria natureza venhamos numa constante normalização do tratamento de dados, que essa evolução nos trouxe encargos dos quais precisamos necessariamente nos atentar.

É indubitável que sim, o tratamento de dados por muitas vezes é necessário para que o prestador de serviço ou fornecedor de produtos exerça suas funções em plenitude, toda via, esse comportamento fez com que um sentimento de vulnerabilidade florescesse na sociedade, principalmente no que tange os direitos à imagem e a privacidade do consumidor.

Portanto, como estamos tratando de direitos fundamentais constitucionalmente consagrados e devidamente regulados pelo Código Civil de 2002, é primordial que a presente pesquisa delibere sobre tal ponto em específico e, claro, principalmente nos aspectos em que a Nova Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, em especial por meio do seu Princípio da Finalidade, visa atuar e impactar positivamente a sociedade, para que dessa forma, o sentimento de segurança sobre a forma como nossas informações são manejadas retorne às relações de consumo.

2 A UTILIZAÇÃO DOS DADOS PESSOAIS E A SOCIEDADE EM REDE

Sem dúvidas hoje o ser humano vive em um mundo mais conectado do que nunca. As distâncias se tornaram cada vez mais curtas com o advento da internet e a ampla adesão que o ser humano a deu nos últimos 30 anos. Isso somente é possível em decorrência das constantes modificações em que vem passando a sociedade por todo o globo, essa que podemos intitular “Sociedade em Rede”, pela ótica de uma era tecnológica.

Todavia, para que tal posição tão privilegiada, o mundo teve de passar por uma série de mudanças estruturais, no tocante aos modelos políticos e econômicos que vinham vigorando ao redor do mundo, até chegarmos ao atual patamar político e tecnológico. Um marco importante desse processo e um dos principais pilares da história mundana foi a Revolução Industrial, evento que ocasionou em uma série de modificações políticas, econômicas e, conseqüentemente, sociais.

A partir disso, os meios de comunicação apenas se expandiram, auxiliando, conseqüentemente, a uma maior conectividade entre os seres humanos ao redor do mundo o que, por óbvio, contribuiu diretamente para o refinamento dos negócios jurídicos. Com isso, pela constante evolução de aprimoramento dos meios de comunicação, o armazenamento de dados foi se transformando em uma característica cada vez mais corriqueira, não só das redes sociais e meios de comunicação como um todo, como também para as empresas que passaram a se integralizar e se adaptar aos meios digitais, moldando-se a o que hoje é chamado de “banco de dados”.

Dentro dos parâmetros jurídicos atuais, o conceito de banco de dados é um elemento que chama a atenção do legislador por contemplar dados pessoais de maneira geral, tanto que vem a contemplar tal elemento no Art. 5º da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, contemplando-os com uma série de relevantes caracterizações, nos termos:

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

I - dado pessoal: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável;

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;

III - dado anonimizado: dado relativo à titular que não possa ser identificado, considerando a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis na ocasião de seu tratamento;

IV - banco de dados: conjunto estruturado de dados pessoais, estabelecido em um ou em vários locais, em suporte eletrônico ou físico;

Assim, em razão de uma própria característica das relações humanas e conseqüentemente das relações jurídicas, é nítido que a utilização de meios de armazenamento de dados e coleta organizada de informações pessoais já são fundamentais dentro da nossa realidade.

Seguindo essa linha de raciocínio, é notório que o atual estado de Sociedade em Rede que vivemos, torna-se apenas um fator contribuinte para a escalabilidade de um comportamento que sempre foi inerente as nossas relações, não só no que tange o compartilhamento de dados, como também o tratamento para uso econômico ou pessoal.

Destarte, o modelo social em que estamos inseridos contempla uma série de benesses, como também de encargos, sendo um ponto a ser discutido, no sentido do

armazenamento e tratamento de dados, as vantagens ao ponto de vista das empresas, bem como desvantagens ao vislumbrar dos titulares de dados, seja pessoa física ou jurídica, que veem a importância das suas informações pessoais vinculadas tão somente aos fins econômicos e comerciais.

Portanto, por meio da coleta de dados, existe a possibilidade de as empresas explorarem e expandirem o próprio mercado de forma mais assertiva, a partir de um estudo bem direcionado do próprio mercado, bem como um direcionamento mais ordenado a partir das informações coletadas diretamente do consumidor final.

Nesse sentido, é certo que a questão econômica dos dados pessoais é de grande importância para a esmagadora maioria dos negócios da atualidade. Por isso, é certo também haver interesses e demandas políticas sobre esses dados, uma vez que se pode filtrar a personalidade de cada cidadão de forma mais clara, alinhando-se, claro, um discurso mais assertivo. Foi essa linha de raciocínio que levou o mundo ao escândalo ocorrido nas eleições americanas de 2016, onde a Cambridge Analytica fora acusada de violar os dados de 87 milhões de usuários do Facebook, sendo a rede social também acusada de atuar em conjunto com a empresa supramencionada.

Finalmente, os motivos exaustivamente narrados até o presente são um dos principais para os dados serem, na atualidade do cenário social do mundo, um dos principais ativos que movem a economia global. No entanto, apesar de já comprovada a sua relevância à um lapso de tempo significativo, somente foram ocorrer respostas políticas ao redor do mundo nos últimos 10 anos, a partir da GDPR, publicada na União Europeia no ano de 2016, bem como e Marco Civil da Internet, no Brasil em 2014 e, óbvio, a Lei Geral de Proteção de Dados, a qual entrou em vigência no ano de 2019 no território nacional.

3 O EXPANSIONISMO DIGITAL E AS RELAÇÕES DE CONSUMO

As relações de consumo sempre foram um dos principais cerne, não só dos moldes econômicos globais, como também da nossa própria sociedade. Desde as mais primitivas sociedades humanas que o escambo fez parte da nossa realidade, sendo com o passar dos anos, essas relações refinadas a partir da criação da moeda, que teve como fundamento trazer maior isonomia e proveito nessas relações de troca.

Diante disso, percebe-se que, apesar de as legislações próprias para as relações

de consumo só serem objeto de debate a partir da década de 1960, é inegável que elas sempre existiram na nossa sociedade, podendo-se dizer então, que os conceitos de consumidor e fornecedor é consideravelmente antigo.

Portanto, por se tratar de um negócio jurídico inerente à natureza humana, é notório que esta venha a se aprimorar junto à própria evolução da espécie, fato esse inegável ao se vislumbrar tais elementos junto à globalização que passou e vem passando o globo a partir do século XX, que segundo Anthony Giddens³:

o conceito de globalização, dado por Giddens, refere-se à intensificação das relações sociais em escala mundial e as conexões entre as diferentes regiões do globo, através das quais os acontecimentos locais sofrem a influência dos acontecimentos que ocorrem a muitas milhas de distância e vice-versa. As consequências de nossos atos estão encadeadas de tal forma que o que fizemos agora repercute em espaços e tempos distantes. Isto diz respeito às interconexões que se dão entre as dimensões global, local e cotidiana.

Sendo inegável que a globalização foi e vem sendo um dos principais fenômenos da história, seria impossível que as relações de consumo não fossem diretamente atingidas por tal advento. Com o avanço da tecnologia e, conseqüentemente, dos meios de comunicação e internet, o consumidor vem sendo contemplado com uma série de novos mercados, devidamente adaptados a cenário atual: mais rápidos e personalizados.

Como já dito, apesar de inerente aos comportamentos humanos mais primitivos, as relações de consumo passaram a ser tuteladas pelos Estados ao redor do mundo a partir da segunda metade do século XX, onde, no que toca o Brasil, foi instituído o Código de Defesa do Consumidor, conhecido e denominado pelas iniciais CDC, em 1990, por meio da Lei n 8.078⁴, constituindo então, uma típica norma de proteção de vulneráveis, que no caso, são os consumidores.

De acordo com a norma aqui abordada, em seu artigo 2^o⁵, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário, equiparando-se a tal conceito a coletividade de pessoas, ainda que não determinadas, que haja intervindo nas relações de consumo. Seguindo essa linha de raciocínio, a lei

³ GIDDENS, Anthony. O mundo na era da globalização. Lisboa: Presença, 2000. Pagina 01.

<https://www.ufjf.br/pur/files/2011/04/Texto-GIDDENS-Globalizacao.pdf>

⁴ TARTUCE, Flávio. ASSUMPÇÃO AMORIM NEVES. Daniel. Manual de Direito do Consumidor. Direito Material e Processual. Vol. Único. 2021. Página 29.

⁵ Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

enquadra o fornecedor como toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, incluindo-se também a este rol os entes despersonalizados, que venha a desenvolver atividade de produção, montagem, criatividade construção e todo o rol trazido pelo art. 3º do CDC⁶.

Diante de tal conceituação trazida pelo próprio Código Consumerista, fica por óbvio que, em regra, o consumidor encontra-se em um polo com recursos mais escassos do que o fornecedor, encontrando-se então, como uma parte frágil dentro da relação de consumo. Em razão disso, as normas consumeristas vigentes tem como cerne o princípio da isonomia constitucional, retirada do Art. 5º, caput, da Constituição Brasileira de 1988, sendo, portanto, uma norma fundamental para a adaptação da realidade contemporânea, principalmente no que tange o atual complexo e veloz modelo de sociedade que vivemos atualmente.

Relação de Consumo é a aquela na qual existe um consumidor, um fornecedor e um produto/serviço que ligue um ao outro. É requisito objetivo de existência, de modo que, para haver relação de consumo, necessariamente, deve haver, concomitantemente, os três elementos.

Fato é que não demorou muito até que as relações de consumo passassem a se concentrar consideravelmente no meio digital, não só por comodidade do consumidor, bem como a abertura de maiores aberturas para escala das empresas que atuam no mercado atual. Diante de tal alteração no cenário econômico mundial, uma série de demandas forma tomando cada vez mais força. Ficou evidente que o uso da internet, não só dentro da relação entre consumidor e fornecedor, mas em decorrência da liberdade que visa proporcionar, precisava de uma atenção mais pontual por parte do Estado. Em razão disso, buscando fomentar uma função social da internet, bem como impor limites éticos ao seu uso e breves implicações sobre o tratamento de dados, que foi publicada a Lei⁹ 12.956/2014, chamada de Marco Civil da Internet.

No entanto, com o avanço desse mercado e com o desenvolvimento de softwares à base de banco de dados, ficou evidente que o sentimento de

⁶ Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

vulnerabilidade Brasil à fora sobre os seus direitos à imagem e à privacidade era crescente, não bastando, no caso do território nacional, a norma supracitada para lidar com tal sentimento de insegurança.

No território nacional, tais direitos são tutelados não só pelo Código Civil vigente, em seus artigos 20 e 21⁷, bem como possuem acento Constitucional, estando expressos no artigo 5º, inc. X da Carta Maior⁸. Portanto, em razão da grande importância legal e política que tais direitos representam, o legislador se viu obrigado a encontrar meios de se adequar a tal demanda da sociedade, o que o buscou com a publicação da Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018, também conhecida como a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

4 A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS NO CENÁRIO BRASILEIRO

Como exaustivamente exposto até o presente momento, é fato que o tratamento de dados se trata de um comportamento que possuía grande clamor popular por sua devida regulação estatal. No cenário dinâmico atualmente vivido pela humanidade, é inevitável que as ações que envolvem o compartilhamento e o tratamento de informações pessoais se torne algo praticamente obrigatório e inerente não só as relações de consumo, como também todas as relações interpessoais como um todo.

Tais elementos, igualmente atrelados ao sentimento de vulnerabilidade que vem pairando pela sociedade sobre como estão sendo manuseados os dados pessoais consentidos, que o legislador brasileiro vislumbrou a necessidade de regular todo e qualquer tipo de ação que envolva o tratamento de dados.

Pois bem, é perceptível que a Lei Geral de Proteção de Dados visa reacender na população o sentimento de segurança quanto ao uso e detenção de suas informações pessoais. A norma em tela visa, a partir de princípios norteadores, bem como

⁷ Art. 20. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais.

Art. 21. A vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz, a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma.

⁸ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

punições administrativas, atingir tal necessidade.

A Lei nº 13.709/2018 elenca em seu artigo 6º os princípios que devem nortear a aplicação da norma às relações que envolvem o tratamento de dados pessoais dentro do território nacional, bem como aquelas que envolvem dados que foram colhidos dentro do Brasil, além de claro, eventualmente contemplar os pontos que devem atentar o agente de tratamento durante a execução de suas atribuições.

É notório, no entanto, que o Princípio da Finalidade, encontrado no art. 6º, inc. Iº, é o que vem a se destacar no que tange o armazenamento e solicitação do consentimento em deter aquele dado pertencente ao titular, uma vez que sua função é, basicamente, determinar que para cada dado que venha a ser colhido durante a relação agora discutida, é preciso apresentar a sua finalidade, não só para a entrega plena do serviço ou produto que venha a ser adquirido pelo consumidor, bem como para as outras atribuições que ele terá dentro do banco de dados daquele que passará a detê-lo. Seguindo essa linha de raciocínio, o doutrinador Marcio Pestana¹⁰ nos contempla sobre o princípio ora mencionado:

Refere-se a propósitos específicos, por enfatizar a preocupação de que o tratamento se volte, certamente, para um objetivo determinado relevante para o ser, como se dá ao procurar minorar as repercussões do infarto ou de prolongar a vida no espaço sideral.

Diante de tais definições, é certo dizer que o presente agora abordado, no que tange as suas aplicações junto ao Código de Defesa do Consumidor, buscar trazer segurança do que será feito com os dados que o consumidor apresentar consentimento para o tratamento, assegurando-o que todos os dados cedidos somente serão utilizados para que a prestação de serviço ocorra plenamente.

5 A REPERCUSSÃO DA PROTEÇÃO DE DADOS NO MERCADO DE CONSUMO

Conforme exposto alhures, quando estamos tratando sobre dados pessoais, é basilar ter o entendimento de que estamos diante da exposição e razões inerentes à direitos fundamentais constitucionalmente consagrados, já que obviamente, estão

⁹ Art. 6º As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios:

I - finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades;

¹⁰ PESTANA, MARCIO. Os Princípios no Tratamento de Dados na LGPD (Lei Geral da Proteção de Dados Pessoais). Página 02. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/artigo-marcio-pestana-lgpd.pdf>

diretamente correlacionados com a proteção da vida privada e da intimidade, da dignidade da pessoa humana, bem como expressões da liberdade e da igualdade¹¹. Dito isso, é mister salientar que a Constituição da República, como símbolo de vanguarda, em seu artigo 5º, inciso XII, assegura como um direito fundamental a inviolabilidade do sigilo de dados:

Art. 5 - [...]

XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal;

Nota-se então, que até mesmo em datas anteriores a publicação da Lei Geral de Proteção de Dados, o direito brasileiro se moldou à importância da presente matéria, obrigando não só o legislador infraconstitucional, como também todos os agentes do direito a se aterem incisivamente às relações que envolvam informações pessoais, o que não poderia ser diferente naquelas que envolvem o consumo.

No que tange o tipo de relação acima mencionado, percebe-se que quando se está diante de um amplo econômico, dos dados retidos tem o seu valor aumentado, basta notar a transição que vive o mercado de consumo para a produção massificada e exploração das ferramentas digitais, o que por óbvio, implica em uma série de mudanças para o mercado de consumo, bem como o surgimento de novos riscos.

Um exemplo que merece ser mencionado, é o da Target, varejista norte-americana que a partir da análise dos dados retidos, passou a interferir e analisar a probabilidade de gravidez das suas clientes/consumidoras, mediante verificação da lista de produtos que habitualmente vinham adquirindo.

A equipe de analytics da Target, uma das maiores varejistas dos Estados Unidos, notou que havia certo padrão de consumo no evento de uma gravidez, como por exemplo a compra de loções sem essência, sabonetes sem cheiro específico, além de suplementos alimentares como cálcio, magnésio e zinco. Na realidade, para ser mais preciso, a equipe de estatísticos da Target definiu uma cesta de 25 produtos que mulheres grávidas costumam comprar. Dessa forma, era possível até estimar a probabilidade de gravidez (de 0 a 100%) e, inclusive, o estágio da gravidez que a mulher se encontrava (em semanas). Com isso em mãos, a Target enviava as “potenciais mães” cupons de

¹¹ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

descontos e ofertas já personalizadas para o período da gravidez em que ela estava, tendo em vista o modelo preditivo construído. Foi tudo muito bem, até que um homem enfurecido entrou em uma loja da rede varejista, próximo a Minneapolis, querendo explicações para o envio de cupons de desconto de produtos relacionados à gravidez para sua filha adolescente. Segundo o pai, a filha, que ainda estava no ensino médio, sequer precisava daqueles produtos e esse tipo de oferta poderia incentivar a gravidez precoce.¹²

Sabe-se que existem inúmeros interesses sobre informações aos fornecedores. No entanto, tradicionalmente falando, os bancos de dados foram organizados com a finalidade de permitir a determinação de uma “régua” do risco de crédito de terminado mercado, ou seja, para o refinamento das avaliações do poder de compra e acesso ao crédito dos consumidores, bem como o seu comportamento anterior em relação a outras dívidas constituídas.

Sobre tal padrão, sabiamente o legislador o observou, tanto é que recai sobre esse comportamento aquilo que dispõe o artigo 43 da Lei Consumerista.¹³ Porém, restou evidente que apenas o Código De Defesa do Consumidor não conseguia lidar, de maneira integral e eficiente, com as novas demandas da sociedade sobre as matérias inerentes ao tratamento de dados pessoais vinculados às relações de consumo. Daí notou-se a necessidade da publicação de uma lei específica para determinado tipo de relação, o que ocasionou no surgimento da LGPD.

Por sua vez, a sua edição, além de abranger planos muito além das relações de consumo, aperfeiçoa os direitos previstos na Lei nº 8.078/1990, a partir da atuação de princípios norteadores que interferem diretamente no horizonte a qual disciplina a legislação consumerista vigente, já que com as constantes modificações mercadológicas, a formação de perfis de segmentação dos potenciais compradores ou contratantes de serviços, os dados relativos as suas relações no ambiente comercial, estilo de vida, preferências pessoais, e até a análise de comportamento precisaram se adequar à essa nova lei.

Ademais, é preciso vislumbrar o outro ângulo inerente a esse tipo de relação. Nesse sentido, é certo que a LGPD não trás apenas encargos para aquelas que, para o exercício de suas atribuições, precisam lidar com o tratamento de dados pessoais de todas as naturezas.

¹² Big Data: Como a Target descobriu uma gravidez antes da família?. Disponível em: <<https://www.oguiafinanceiro.com.br/textos/big-data-como-a-target-descobriu-uma-gravidez-antes-da-propria-familia/>>

¹³ Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

É importante lembrar, que a eficiência da norma e seus princípios, assim como de qualquer outra, não dependerá somente das autoridades competentes com a ANPD e os membros do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, mas também de um sentimento de consciência coletiva dos cidadãos e agentes de tratamento no que tange a importância dos dados pessoais, não só economicamente, como também para a integridade de sua imagem e significado.

Por essa razão, a legislação apresenta severas penalidades para o seu descumprimento. Em primeiro de agosto, entraram em vigor as penalidades dispostas nos artigos 52, 53 e 54 da Lei Geral de Proteção de Dados.

Os dispositivos mencionados trazem uma série de sanções administrativas para eventuais violações das regras previstas, com a advertência, havendo a possibilidade de medidas corretivas, multa de até 2% (dois por cento) do faturamento, podendo chegar a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), o bloqueio ou a eliminação dos dados pessoais vinculados à irregularidade detectada, a suspensão parcial do funcionamento do banco de dados ou até mesmo a proibição parcial ou total da atividade de tratamento.

Dito isso, é certo que a Lei Geral de Proteção de Dados impacta positivamente as relações de consumo, visando preservar os direitos dos consumidores e fornecedores, impondo sanções severas para o seu descumprimento, integral ou parcial, por isso, é coerente afirmar que estamos diante de um marco extremamente relevante para a conservação dos direitos fundamentais consagrados na Constituição Federal, e regulados pelo Código de Defesa do Consumidor, bem como a Lei n 10.406/2002.

6 O PRINCÍPIO DA FINALIDADE DA LEI Nº 13.709/2018 E O SEU IMPACTO NAS RELAÇÕES CONSUMEIRISTAS

Como arduamente abordado até o presente momento, a Lei Geral de Proteção de Dados represente um marco extremamente importante para a tutela dos direitos fundamentais trazidos pelo constituinte ao ordenamento jurídico pátrio, trazendo uma série de elementos que visam garantir a transparência com o titular dos dados, bem como mitigar a possibilidade do recolhimento de informações desnecessárias, visando diminuir o sentimento de vulnerabilidade dos cidadãos.

Assim, diante do cenário já apresentado, percebe-se que a publicação da norma ora retratada trás interferências notáveis para as relações que envolvem consumidor

e fornecedor, uma vez que o uso e o tratamento dos dados se tornou um elemento inerente à diversos tipos de relação, o que, por óbvio, não deixaria de lado o comércio, escambo e contratação de serviços, os quais vem, cada vez mais, tomando conta dos meios digitais.

Feita tal introdução, sabemos que todas as normas jurídicas possuem seu objetivo e finalidade, os quais busca-se alcançar a partir da aplicação de princípios norteadores que, apesar de servirem para orientar, também possuem seu valor normativo. Vejamos o que diz Miguel Reale:

Princípios são, pois verdades ou juízos fundamentais, que servem de alicerce ou de garantia de certeza a um conjunto de juízos, ordenados em um sistema de conceitos relativos à dada porção da realidade. Às vezes também se denominam princípios certas proposições, que apesar de não serem evidentes ou resultantes de evidências, são assumidas como fundantes da validade de um sistema particular de conhecimentos, como seus pressupostos necessários.¹⁴

Restando clara a importância norteadora e normativa dos princípios, nota-se que, no que tange a LGPD, devemos dar uma atenção especial a seus princípios, não só por estarem diretamente positivados no corpo da própria lei, discriminados em seu art. 6º, mas também por regularem diretamente normas que objetivam por interferir positivamente em direitos da personalidade, estes diretamente ligados à ideia ao conceito de dignidade de pessoa humana.

Pois bem, atrelando a atual análise ao tipo relação objeto da presente pesquisa, notamos que a maior interferência, bem como a maior benesse da LGPD quando vislumbrado seus impactos na relação de direito do consumidor, é no tocante a transparência, bem como maior participação do polo mais vulnerável dentro dessa relação. Isso tudo se dá, graças a aplicação e respeito aos princípios da Transparência, do Livro Acesso, mas principalmente do Princípio da Finalidade, disposto no art. 6º, inc. I¹⁵, da Lei.

Sobre o princípio supramencionado, este apresenta grande importância na prática, afinal, é com base nele que se fundamenta a restrição da retenção de dados pessoais a terceiros, além de que se pode, mediante a sua aplicação, estruturar um critério para valorar a razoabilidade para a utilização de determinadas

¹⁴ REALE, Miguel. *Filosofia do Direito*. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 1986. p 60

¹⁵ Art. 6º As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios: I - finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades;

informações para uma certa finalidade, fora da qual estaria constituída a abusividade.

O Princípio da Finalidade faz com que aquele que busca obter o consentimento do titular dos dados, está obrigado a demonstrar, expressamente, as finalidades as quais aqueles dados serão utilizados. Portanto, a utilização das informações cedidas, para o tratamento ou compartilhamento diversos das finalidades expressas na data do consentimento, torna ineficaz e ilícita a conduta, ensejando responsabilidade, bem como todos os meios de tutela efetiva do direito do titular dos dados.

Nas situações em que resta comprovada a violação, nascerá no violado não só a pretensão de ter os seus dados reparados pela utilização indevida de suas informações, como também a pretensão inibitória, para evitar ou fazer cessar o ilícito, sem prejudicar o exercício das medidas administrativas que, no que tange as relações de consumo, há de ser exercida tanto pela ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) quanto pelos Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, obviamente, não vedando a atuação outra entidade da Administração com competência para tal.

Seguindo essa linha de raciocínio, é fundamental pautar que o legislador, em atenção a subjetividade do que seria ou não uma finalidade legítima para o tratamento de dados, nos contempla no art. 7º da Lei aqui tratada, todas as hipóteses em que pode acontecer o tratamento de dados.

O artigo supramencionado apresenta 10 incisos no total, apresentado um rol taxativo de hipóteses para o tratamento de dados pessoais. Apesar de soar limitante ao primeiro olhar do agente de tratamento, a enumeração das hipóteses diretamente positivadas na própria legislação acaba, no fim das contas, oferecendo mais segurança jurídica para ambas as partes envolvidas na relação.

Nessa linha de raciocínio, é edificante apontar que, no que tange as relações regidas pela legislação do consumerista, os incisos I, II, VI, VIII, IX e X merecem maior destaque, uma vez que os demais tratam de questões inerentes ao interesse público.

Destarte, quando estamos diante de dados sensíveis, o art. 11 é impera sobre tais questões. Todavia, o §3º do mesmo artigo permite que a quando a comunicação ou o uso compartilhado de dados pessoais sensíveis entre controladores tenham por objetivo obter vantagem econômica, este poderá ser objeto de vedação ou regulamentação por parte da ANPD, seguindo o procedimento adequado.

Nos casos retromencionados, sempre existirá a tensão entre o exercício da livre-iniciativa, da privacidade e da defesa do consumidor, sendo reconhecida por lei

regulamentar que deve promover, e qualquer tipo de intervenção que venha a acontecer, a concordância desses três direitos fundamentais de caráter constitucional.

Adiante, conforme tratado anteriormente, o legislador elencou no rol taxativo do art. 7º da Lei 13.709 as hipóteses de finalidade legítima para o tratamento de dados. Pois bem, a primeira hipótese trazida no artigo outrora mencionado é a do consentimento do titular dos dados. Dentro de uma relação que envolve consumidor e fornecedor, a retenção dos dados por parte do agente de tratamento torna-se uma arma de vendas poderosa. A partir de uma boa análise de dados, é possível direcionar um padrão de comportamento daquele titular e, conseqüentemente, emplacar vendas futuras, por isso o consentimento é tido como uma finalidade legítima, bem como ponto necessário para o estabelecimento de uma relação dentro da legalidade.

Mesmo com o que fora exaustivamente exposto acima, o legislador autoriza o tratamento de dados para o “cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador”. Ou seja, o consentimento do titular é sobreposto diante de situação imposta ao detentor dos dados por força de lei.

Ou seja, diante de processo judicial, administrativo ou arbitral, os dados que disponha o fornecedor sobre o consumidor poderão ser utilizados para exercício de pretensão de que seja titular, ou, nas mesmas condições, em defesa de pretensão deduzida contra si, por consumidor ou por terceiros.

Dessa forma, por exemplo, assim como em diversas outras situações, poderá o fornecedor fazer uso do endereço fornecido pelo consumidor para endereçar-lhe citação do processo, quanto verificar sua condição de crédito em bancos de dados mais refinados, trazendo tais informações ao processo judicial, desde que sejam pertinentes, ou ainda quando for requerido para informar a relação de contratantes que atendem as condições objeto de determinada lide.

Outro ponto pertinente para esse tipo de situação, no âmbito das relações de consumo, é nos casos para a tutela da saúde, em procedimento realizado por profissionais da área da saúde ou por entidades sanitárias. Nesse caso, a finalidade de tutela a saúde do consumidor, no individual ou em sua coletividade, justifica o tratamento de dados. Vale salientar que este tratamento sempre se dará diante no interesse pressuposto da conservação e promoção da saúde do(s) consumidor(es).

Assim, notamos que o princípio até agora retratado, tem como principal e nobre objetivo garantir que as atividades que envolvem o tratamento de dados não

fugiram os limites estabelecidos contratualmente, não só dentro das relações reguladas pela Legislação Consumerista, como também todas aquelas que tal atividade fizer parte.

Finalmente, em razão do que fora amplamente esclarecido até então, resta cristalino que a Lei Geral de Proteção de Dados, em especial, a partir seu Princípio da Finalidade, veio trazer uma série de garantias que visam proteger a saúde dos direitos fundamentais inerentes não só ao consumidor, como também ao fornecedor, evidenciando a procura pela segurança jurídica e democracia dentro das relações de consumo.

7 CONCLUSÃO

Diante dos versos explicitados até o presente momento, percebemos que a Lei nº 13.709 tem como objeto a regulação das relações que envolvem o tratamento de dados, tendo como principal objetivo recuperar o sentimento de segurança dos cidadãos sobre a circulação das suas informações pessoais, principalmente após uma série de episódios que colocaram a segurança das suas imagens e privacidades em cheque.

Ademais, cumpre salientar que essa atividade mostra a sua importância e relevância, uma vez que, cada vez mais, o tratamento de dados vem sendo tornando algo inerente às relações humanas, principalmente aquelas já inseridas e consolidadas dentro dos meios digitais, com o evidente destaque das relações de comércio, em especial, àquelas regidas pela Legislação Consumerista.

Certo é, que a nossa Constituição Federal já consagrada a proteção aos dados pessoais como um direito fundamental, cumprindo ressaltar também, a atenção que o legislador infraconstitucional teve à tal demanda da sociedade, uma vez que não só art. 43 do Código de Defesa do Consumidor tem atuação direta sobre tal situação, mas também o Marco Civil da Internet, Lei publicada em abril de 2014, dispositivos estes que já buscavam tratar, mas não especificamente, sobre questões inerentes ao tratamento de dados.

Outrossim, é notório o impacto da nova legislação no ordenamento jurídico brasileiro, interferindo diretamente em todas as relações jurídicas já consolidadas, nas novas e nas já existentes, dos contratos mais simples até a mais complexa relação

estabelecida entre consumidor e fornecedor, sendo essa última extremamente relevante para o caso em tela, principalmente em razão ao poder que os dados apresentam na sociedade em rede, não só sobre a exposição dos usuários, como também para estratégias comerciais mais bem elaboradas e refinadas.

Tão grandes são os seus efeitos e importância, que o legislador estabelece punições severas para o descumprimento dos termos aduzidos pela norma, a fim de consolidar os direitos e garantias estabelecidos não só para o titular dos dados, como também para o agente de tratamento.

No mais, cabe destacar que o Princípio da Finalidade merece destaque em detrimento dos demais dispositivos da legislação, principalmente em detrimento aos contratos de consumo, uma vez que, em seus próprios termos, determina a clareza e as razões pelos quais os dados colhidos serão utilizados, firmando uma relação mais cristalina entre os agentes, bem como visando garantias para ambos os polos.

Conclui-se então, que a Lei Geral de Proteção de Dados destaca-se como um novo marco quando se fala sobre a tutela de direitos e garantias fundamentais consagrados não só pelo poder constituinte originário, como também aqueles já regulados na legislação infraconstitucional, dando-se o devido destaque aos efeitos do Art. 6º, I, da Lei sobredita dentro das relações de Direito do Consumidor, impactando positivamente não só as relações contratuais, mas todo o ordenamento jurídico brasileiro.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição Federal do Brasil de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov/>.

_____. Lei nº. 10.406, de 10 de Janeiro de 2002. Código Civil. Publicado no **Diário Oficial da União** em 11 de janeiro de 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov/>.

_____. Lei nº. 13.709, de 14 de Agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Publicado no **Diário Oficial da União** em 14 de Agosto de 2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov/>.

_____. Lei nº. 8.078, de 11 de Setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Publicado no **Diário Oficial da União** em 11 de Setembro de 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov/>.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes. **Direito Constitucional: e Teoria da Constituição**. 7.ed. Editora Coimbra: Almedina, 2003.

CARVALHO, André Borges. AGUIRRE, José Ricardo. **Direito Civil**. 5.ed. Niterói, Rio de Janeiro: Editora Impetuosa, 2012

DINIZ ALVES, José Eustáquio. O aumento do padrão de vida da humanidade nos últimos 20 anos. **UFJF**. Minas Gerais, 30 de mar. 2018. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/ladem/2018/03/30/o-aumento-do-padrao-de-vida-da-humanidade-nos-ultimos-200-anos-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/>>

GOMES, Orlando. **Introdução ao Direito Civil**. 22. ed. Editora Forense

GONÇALVES, Carlos. **Direito Civil Brasileiro I**. Parte Geral. 9.ed. Editora Saraiva, 2012

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**, Revista dos Tribunais, 2019

MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018 e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**. v.1009/2019.

MORAES, Alexandre. **Constituição do Brasil Interpretada e Legislação Constitucional**. 8.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011

O GUIA Financeiro. Big Data: Como a Target descobriu uma gravidez antes da família? Disponível em < <https://www.oguiafinanceiro.com.br/textos/big-data- como-a-target-descobriu-uma-gravidez-antes-da-propria-familia/>>, 2019

PESTANA, Marcio. **Os Princípios no tratamento de dados na LGPD** (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/dl/artigo-marcio-pestana-lgpd.pdf> >

REALE, Miguel. **Filosofia do Direito**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 1986

RICCETTO, Brígida. **A aplicabilidade da LGPD nas relações de consumo**. 12 de Abril de 2021. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/343495/a-aplicabilidade-da-lgpd> >

SILVEIRA, Pedro. **A LGPD comentada** - Artigo por Artigo da Lei Geral de Proteção de Dados, 2020

STEINMETZ, Wilson Antônio. Colisão de Direitos Fundamentais e Princípio da Proporcionalidade. **Acervo Digital UFPR**. Disponível em: <<https://www.acervodigital.ufpr.br/handle/1884/56635>>

TARTUCE, Flávio. ASSUMPÇÃO AMORIM NEVES. Daniel. **Manual de Direito do Consumidor**. Direito Material e Processual. v. único. 2021. p. 29.

TARTUCE, Flávio. SIMÃO, José Fernando. **Direito Civil I**. Parte Geral. 3.ed. São Paulo: Editora Método, 2011