



**Centro Universitário de Brasília - UniCEUB**

**Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS**

**NATASHA SOUZA LEÃO**

**COMPARTILHAMENTO ILÍCITO DE DADOS PESSOAIS DE CONSUMIDORES:**

o direito à privacidade e o abuso dos fornecedores

**Brasília**

**2019**

**NATASHA SOUZA LEÃO**

**COMPARTILHAMENTO ILÍCITO DE DADOS PESSOAIS DE CONSUMIDORES:  
o direito à privacidade e o abuso dos fornecedores**

Monografia apresentada como requisito parcial para conclusão do curso de Bacharelado em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.  
Orientador: Prof. Ricardo Leite.

**Brasília  
2019**

**NATASHA SOUZA LEÃO**

**COMPARTILHAMENTO ILÍCITO DE DADOS PESSOAIS DE CONSUMIDORES:  
o direito à privacidade e o abuso dos fornecedores**

Monografia apresentada como requisito parcial  
para conclusão do curso de Bacharelado em Direito  
pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais do  
Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.  
Orientador: Prof. Ricardo Leite

**Brasília/DF, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2019.**

**Banca Examinadora**

---

Prof. Orientador

---

Professor(a) Avaliador(a)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente à Deus que vem me possibilitando saúde e dedicação para traçar meus caminhos profissionais e pessoais.

À minha família, em especial aos meus pais, que com amor e paciência me incentivam, confortam e acalmam sempre.

Aos meus colegas de curso, pelo companheirismo durante toda minha formação.

À instituição, sua direção, administração e todos funcionários pelo ambiente confortável e amigável que proporcionaram.

Por fim, agradeço à todos professores da instituição, em especial ao meu orientador, Professor Ricardo Leite, pela paciência e apoio na elaboração deste trabalho.

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo discutir a conduta abusiva e ilícita dos fornecedores de produtos e serviços que fomentam um mercado de dados pessoais de seus clientes, comercializando para terceiros informações com o objetivo de direcionar suas vendas e potencializar seu lucro. No tocante à coleta e comercialização de dados pessoais dos consumidores, foi abordado o conceito de “coisificação” dos consumidores, bem como outros conceitos relevantes. Foi discutida ainda a ponderação dos principais institutos violados, quais sejam: princípio da privacidade e o princípio à informação. Recentemente, no Brasil, o tema “proteção de dados pessoais” ganhou sustento na Lei nº 13.709/2018, que protege o titular dos dados compartilhados e que também é explorada no decorrer deste trabalho.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Cadastro de consumidores. Direito à privacidade. Consumidor como mercadoria. Lei nº 13.709/2018.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>6</b>
<b>1 PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR</b> .....	<b>8</b>
1.1 Proteção constitucional .....	8
1.2 Vulnerabilidade .....	9
1.3 Consumidor como “mercadoria” .....	11
<b>2 INFORMAÇÃO X PRIVACIDADE</b> .....	<b>14</b>
2.1 Direitos fundamentais .....	14
2.2 Direito à informação .....	15
2.3 Direito à personalidade, à privacidade e à intimidade .....	17
2.4 Ponderação de princípios.....	20
<b>3 PRIVACIDADE</b> .....	<b>24</b>
3.1 Proteção à privacidade .....	24
3.2 Proteção aos cadastros de consumidores e a nova lei .....	27
3.3 O abuso dos fornecedores e o direito à privacidade .....	34
<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>40</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>42</b>

## INTRODUÇÃO

No Brasil, a legislação consumerista tem como premissa a defesa do consumidor por considerá-lo a parte vulnerável dessas relações. Entretanto, o Código de Defesa do Consumidor — CDC, muitas vezes, perde sua eficácia em detrimento da dinâmica do mercado econômico de consumo. Os fornecedores, na maioria das vezes, grandes empresários, responsáveis por conduzir a economia do país, detêm o poder sobre o mercado e, assim, permanecem numa posição de superioridade em relação aos consumidores.

Dessa maneira, podem decidir utilizar dados e informações pessoais dos seus consumidores sem o consentimento deles, para a obtenção de lucro, apesar do descumprimento da lei e dos direitos fundamentais estabelecidos na Constituição Federal. Há quem defenda que dessa prática construiu-se a ideia de “consumidor como mercadoria” vendável entre os empresários.

Daí surge a necessidade de discutir, na esfera jurídica, o tema “proteção de dados pessoais”. Cada vez mais o consumidor é minimizado nas relações de consumo e o CDC não tem sido suficiente para coibir essa conduta abusiva dos empresários (fornecedores). Por outro lado, analisando o tema sob o viés dos direitos fundamentais, também não encontramos uma solução fácil e harmônica para a problemática.

Ao aplicar os princípios constitucionais em um caso concreto, nem sempre vislumbramos as possibilidades de conflitos entre eles. Partimos do pressuposto de que, na teoria, todos são complementares, então assim será na prática. Errado. Na situação em discussão, onde dados pessoais de consumidores estão sendo compartilhados indevidamente, há um conflito entre dois direitos constitucionais, no mínimo: o direito à privacidade e o direito à informação.

Percebe-se, então, que a situação não é fácil de ser mediada. Nesse sentido, é importante ressaltar que diversos países já exploram a proteção dos dados pessoais, e suas legislações influenciaram a criação de uma lei específica no Brasil. Dentre essas legislações, cita-se, em especial, o Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu, também conhecido como *General Data Protection Regulation* –

*GDPR*, que foi um grande espelho para a criação da Lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

A nova lei brasileira foi publicada recentemente e ainda está em *vacatio legis*, mas carrega consigo a esperança de que a problemática seja solucionada. Traz a ideia de que os titulares dos dados — no caso, os consumidores — tenham autonomia e controle sobre seus dados pessoais, assim como que haja fiscalização da conduta dos empresários e, eventualmente, punição por uma autoridade nacional competente. Em suma, a lei regulamenta a proteção dos dados pessoais, cobrindo os espaços vagos que tínhamos no ordenamento jurídico brasileiro que dificultavam a solução do tema.

## 1 PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

### 1.1 Proteção constitucional

Basta uma rápida observação da vida diária de um consumidor para perceber a quantidade de dados pessoais que ele é obrigado a fornecer, uma vez que eles são condição necessária à obtenção do produto ou serviço desejado. O consumidor é induzido a disponibilizar inúmeros dados pessoais que, como afirmam os próprios fornecedores, vão fazer parte de um cadastro que facilitará a comunicação entre eles em uma futura compra e/ou promoções.

A verdade é que o consumidor perde o controle sobre esses dados pessoais. Eles são armazenados, compartilhados e passam por um tratamento que formará “perfis de consumo” que, em grande parte, ferem seus interesses e geram riscos, colocando-o em situação de fragilidade, principalmente quando esses “cadastros” são alimentados sem a autorização e/ou vontade dos interessados. Por essas e outras incontáveis situações de desigualdade de posição entre fornecedores e consumidores, no que diz respeito às informações sobre produtos ou serviços, é que o Direito do Consumidor surgiu (MENDES, 2014, p. 193).

Primeiramente, o legislador constituinte, ao tratar sobre o tema, trouxe a defesa do consumidor para o Título de Direitos e Garantias Fundamentais, designando ao Estado a defesa do consumidor (artigo 5º, inciso XXXII). Logo em seguida, no tocante à ordem econômica, indicou a defesa do consumidor como princípio (artigo 170, inciso V) (MENDES, 2014, p. 196).

De acordo com Barroso (2015, p. 333-334), “a Constituição é dotada de força normativa e suas normas contêm [...] imperatividade.” A razão para essa posição hierárquica do texto constituinte, superior às outras normas, é sua natureza popular. Ou seja, prevalece a vontade popular “sobre o poder constituído e sobre as leis em geral”. (BARROSO, 2015, p. 334).

O Princípio da Supremacia da Constituição Federal deve ser levado em consideração em qualquer solução concreta. O ato normativo que perdurar, incompatível com a Constituição, é inválido. Desse modo, é evidente que descumprimento das normas constitucionais ocasiona sanções (BARROSO, 2015, p. 333-335).

Nesse sentido, diante da superioridade do texto constitucional, ao abarcar a defesa do consumidor como direito fundamental, o Poder Constituinte tinha a intenção de garantir sua eficácia e prevalência a qualquer tempo e modo, sobre qualquer outra norma que venha existir.

Na sequência, em consonância com a Constituição, com o intuito de equilibrar a relação entre fornecedores e consumidores, foi promulgado o Código de Defesa do Consumidor – CDC, Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, garantindo “uma proteção ao consumidor bastante forte e consistente, baseada em princípios e direitos básicos, que protegem, além da esfera econômica, a esfera da personalidade do consumidor”. (MENDES, 2014, p. 197). É o que assegura seu artigo 4º, *caput*:

Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo. (BRASIL, 1990)

É com foco na segurança e na estabilidade de toda a sociedade que a primazia das normas constitucionais existe. Assim, é compreensível que o dever de proteger o consumidor, assim como sua personalidade, é prioridade, pois tem reduto constitucional e sua violação terá grande repercussão (MENDES, 2014, p. 201).

No tocante ao Código de Defesa do Consumidor, sua eficiência dá-se, principalmente, por ter nascido de dispositivos constitucionais. Assim, o CDC tem papel central na evolução do conceito de privacidade dentro da ótica da proteção integral aos bancos de dados pessoais.

Como um todo, os institutos de proteção ao consumidor têm papel crucial na proteção da sua vida privada e, no que se refere aos dados pessoais, atuam para que eles não sejam transformados em números em um banco de dados, comercializados no mercado mediante “perfis de consumo”.

## 1.2 Vulnerabilidade

Para Bauman (2008, p. 37) ainda que o fenômeno do consumo seja considerado algo banal devido a sua recorrência, sua origem é antiga. Como bem lembrado pelo autor, em todas os períodos históricos há relatos de relações de

consumo, e isso estabelece a regra da continuidade. Essa característica possibilita que o consumismo impacte diretamente a dinâmica do modo humano de ser e estar no mundo, fixando padrões. (BAUMAN, 2008, p. 38).

Assim, historicamente, na medida em que as novas estruturas de mercado desenvolvem-se, elas criam ameaças, e a economia massificada potencializa os riscos à saúde e à segurança do consumidor. Ele se “enfraquece” cada vez mais dentro desse consumismo desenfreado e o direito à sua defesa faz-se mais necessário (MENDES, 2014, p. 193-194).

Vale o registro: ideia de consumidor como “rei do mercado”, citada por Benjamin (2013, p. 45), é ilusória. A figura imponente dos fornecedores enfraquece os consumidores, uma vez que a vontade e a liberdade de consumo são maculadas e manipuladas dentro da economia moderna.

É incontestável a importância das relações de consumo para a circulação de riqueza e o sujeito indispensável nessa relação, o consumidor, movimenta o mercado mediante o exercício da “sua vontade” de consumir. Entretanto, Benjamin (2013, p. 47) nos alerta sobre a verdadeira função social dessa relação:

Se as relações de consumo têm funções econômicas, têm funções particulares de circulação de riquezas, a função social deve necessariamente envolver o reconhecimento da vulnerabilidade da pessoa humana, nos seus vários papéis ou status, inclusive de consumidor na sociedade de consumo atual.

O autor enxerga o consumidor como “agente econômico ativo no mercado e na sociedade de consumo (de crédito e endividamento) e, ao mesmo tempo, *persona* com identidade cultural específica e diferenciada.” (BENJAMIN, 2013, p. 46).

Nesse sentido, o art. 4º do Código de Defesa do Consumidor organiza princípios fundamentais indispensáveis para as relações de consumo, dentre eles, o mais relevante, constante em seu inciso I: a vulnerabilidade do consumidor. Apoiado nesse princípio, a legislação de defesa do consumidor busca reequilibrar às relações no mercado de consumo e limitar condutas abusivas dos fornecedores.

Para Mendes (2014, p. 195) “a vulnerabilidade do consumidor no mercado é uma característica patente, que se consubstancia na diferença de poder entre consumidor e produtores”.

Em complemento, para Bessa (2003, p. 173):

É certo que a vulnerabilidade da pessoa física é maior. As pessoas jurídicas, em geral, possuem conhecimentos técnicos capazes de minorar os efeitos negativos decorrentes de registro irregular em entidade de proteção ao crédito. Acrescente-se que o grau de necessidade de proteção dos direitos da personalidade da pessoa física é mais patente.

Devido sua maior capacidade de desenvolvimento, seu controle sobre os produtos e os serviços comercializados e seu poder de armazenar informações, o fornecedor detém o domínio do mercado de consumo. Assim, a discrepância entre as partes é observada na insuficiência de informações, por parte do consumidor, sobre o fluxo de seus dados (vulnerabilidade técnica) e nos recursos finitos para reparar prejuízos advindos do tratamento de seus dados (vulnerabilidade fática) (MENDES, 2014, p. 199).

A partir dessa ideia de detenção de poder dos fornecedores, há quem interprete a vulnerabilidade do consumidor como uma “constante vigilância”, que decorre exatamente do fato do indivíduo desconhecer esse mercado de informações. Ele, como parte vulnerável dessa relação, não tem noção de como, quando e quais dados estão sendo compartilhados. Então, partindo do pressuposto de que esses olhares direcionados aos consumidores são ininterruptos, nasce a ideia de constante vigilância. Todos os olhos voltados aos indivíduos, nada passa despercebido pelos detentores do poder de mercado (fornecedores).

Em síntese, é descarada a exposição (não autorizada) das informações dos consumidores, seus gostos e preferências comerciais e isso impacta diretamente no resguardo do direito à privacidade. Daí surge a ideia de constante vigilância. O consumidor tem seus dados retidos, ainda que sem seu conhecimento, e por isso merece ser tutelado.

Corroborando o assunto, Benjamin (2013, p. 48):

[...] com a globalização [...] é que podemos entender como estas mudanças da economia e da sociedade aumentaram exponencialmente a vulnerabilidade dos consumidores e levaram o direito a preocupar-se de forma tão profunda com sua tutela especial [...].

### 1.3 Consumidor como “mercadoria”

Outra situação que corriqueiramente acontece são as publicidades de produtos ou serviços compatíveis (ou não) com nossas preferências, que recebemos independentemente de concordarmos, pedirmos ou aceitarmos. Certamente, esse marketing é fruto de alguma informação pessoal compartilhada entre as empresas, que gerou um “perfil de consumidor”. Resultado disso é a vida do consumidor orientada, sem sua percepção, pelos detentores da informação (poder).

Diante da importância daquilo que os dados pessoais representam, dos benefícios em comercializá-los e do seu valor para os fornecedores que pretendem potencializar seus resultados, é comum a comercialização de preferências, hábitos e comportamentos dos consumidores de grande relevância.

O consumidor vulnerável, muitas vezes, não tem noção desse “mercado de dados” entre as empresas, eles de fato acreditam, inocentemente, que a disponibilização de dados não terá grandes impactos. Por isso, é importante observar essas condutas, principalmente quando a reprodução, a compra, a venda e a transferência desses dados pessoais entre as empresas não são autorizadas pelo consumidor.

Podemos dizer então que essa conduta de comercialização dos dados pessoais dos consumidores menospreza esses indivíduos. A ideia é simples: quando as empresas vendem e compram as informações em potencial dos consumidores, em última análise, elas estão transformando-nos em mercadorias e desprezando sua natureza humana.

É de se observar que a compra e venda está ligada a objetos móveis e imóveis, então, quando informações de pessoas humanas, que dizem respeito à sua intimidade, são facilmente comercializadas sem o seu consentimento, estamos transformando esses consumidores em coisas. A doutrina chama esse processo de “coisificação” do consumidor.

Analisando o fato por outro viés, há também a necessidade do consumidor em se enquadrar aos padrões de consumo, ao perfil desejável criado pelas mídias, uma vez que busca expandir suas alternativas de consumo e destacar-se. Para Leonardo Bessa (2003, p. 87), a inclusão/exclusão do indivíduo depende dele, o consumidor se mascara para atender às exigências do mercado:

As pessoas, em função das exigências da sociedade, são como atores no palco, cumprindo, de cena em cena, diversos papéis. Entretanto, há momentos em que precisam afastar-se do palco, tirar a máscara e ser elas mesmas, amáveis, irritadas, luxuriosas ou sonhadoras. Uma constante encenação destruiria o organismo humano.

Bauman (2008, p. 20) entende que para ser sujeito desta sociedade de consumidores todos devem primeiro virar a mercadoria para depois serem notados. Assim, o esforço para se “tornar, e permanecer uma mercadoria vendável” é um comportamento imposto a todos (BAUMAN, 2008, p. 73):

Numa sociedade de consumidores, todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação. Nessa sociedade, o consumo visto e tratado como vocação é ao mesmo tempo um direito e um dever humano universal que não conhece exceção.

À vista disso, a necessidade da adequação do consumidor ao mercado é um assunto indiscutível. A atividade de consumo constante está enraizada na sociedade e, como dito, o modo de vida que todos almejam é o consumo de bens de maior valor (confortáveis, luxuosos). A acumulação de bens desse tipo concede uma superioridade e exige maior respeito a seus donos, além de dar maior visibilidade a esse mercado.

A felicidade está associada ao volume e à "intensidade de desejos sempre crescente, o que por sua vez implica o uso imediato e a rápida substituição dos objetos". (BAUMAN, 2008, p. 44). Assim, a busca pelo consumismo e a acumulação de riquezas (bens luxuosos) são incessantes. O indivíduo nunca se sente satisfeito com o que consumiu porque o mercado de consumo impõe a necessidade do consumismo crescente.

Por fim, Bauman (2008, p. 71) ressalta que essa imposição do mercado de consumo é uma estratégia consumista dos detentores de poder (fornecedores). “Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional”.

## 2 INFORMAÇÃO X PRIVACIDADE

### 2.1 Direitos fundamentais

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, dentre vários outros direitos, preocupou-se também em afirmar os Direitos e Garantias Fundamentais em seu Título II. Não é à toa que ela é popularmente conhecida como “Constituição Cidadã”. O rol de direitos e deveres individuais e coletivos do seu consagrado art. 5º não é taxativo, podendo surgir novos direitos fundamentais derivados de princípios constitucionais e, para não persistir dúvidas sobre sua aplicabilidade, o § 1º deu a essas normas aplicação imediata.

Considerando o momento histórico e político do país, de complexidade e pluralismo de ideais, durante a elaboração da atual Constituição seria inevitável que essa proteção aos direitos humanos fundamentais fosse conteúdo vasto do texto constitucional. Era um momento de redemocratização do país, pós-ditadura; quando a sociedade passava por transformações, sensibilizava-se com a dignidade da pessoa humana e necessitava de garantias.

Barroso (2015, p. 107) é categórico ao dizer que uma das essências do constitucionalismo é a garantia de direitos. Nesse sentido, o crescimento dos direitos fundamentais foi tão notório que, além dos direitos políticos e individuais, a Constituição incluiu os direitos sociais e coletivos, onde enquadra-se a “defesa ao consumidor”.

A ideia é de que os direitos fundamentais, consagrados no art. 5º da Constituição Federal, devido sua natureza social, têm eficácia além da positivação no texto constitucional, ou seja, sua aplicabilidade independe da Constituição, pois retratam uma necessidade social.

Gilmar Ferreira Mendes (2017, p. 181) interpreta os direitos fundamentais como “normas que configuram princípios” e ainda complementa que os princípios auxiliam na proteção um bem jurídico da melhor maneira possível diante das circunstâncias fáticas. Ou seja, a aplicação de um princípio (direito fundamental) em sua máxima extensão varia caso a caso.

No tocante ao tema do presente trabalho, o livre acesso à informação, a intimidade, a privacidade, a defesa do consumidor e a personalidade são todos

direitos fundamentais consagrados pela Constituição vigente, com características de princípios que constantemente entram em atrito.

## 2.2 Direito à informação

As novas tecnologias da informação se transformaram em uma grande força matriz que fortaleceu o poder dos seus detentores. Não só no mercado de consumo, mas em todos os cenários mundiais, as informações, principalmente as pessoais, são exploradas e há quem extraia delas o máximo de proveito, buscando sempre um destaque. A informação tornou-se sinônimo de poder.

Garfinkel (apud DONEDA, 2006, p. 176) defende que a informação, devido seu impacto, tem vida própria (autonomia):

Uma vez que os eventos do nosso cotidiano são sistematicamente armazenados em um formato legível por uma máquina, esta informação ganha uma vida toda própria. Ela ganha novas utilidades. Ela se torna indispensável em operações comerciais. E ela usualmente é transmitida de um computador a outro, de um negócio a outro, entre os setores público e o governo.

Essa “vida própria” da informação fez surgir um novo mercado, onde o principal objeto comercializado é a própria informação. Martins (2017, p. 86), diante do amplo acesso à internet, visualiza o crescimento desse mercado de informação, onde cada clique é uma mercadoria para empresas de dados, que estão se tornando cada vez mais lucrativas.

A informação tornou-se útil e, devido à informática, onipresente (DONEDA, 2006, p. 175). É incontestável a importância e o poder que a informação carrega hoje em dia, ela tornou-se essencial para o sucesso de inúmeros negócios (MENDES, 2014, p. 117).

O número de informações que circulam hoje, principalmente nos meios digitais, cresceu e com isso nasceu também a necessidade de filtrar o que realmente é verdadeiro e útil. Notícias falsas são espalhadas na mesma proporção e rapidez que conhecimentos úteis ao desenvolvimento da humanidade, cabe a cada indivíduo filtrar qual notícia lhe beneficia.

Ainda assim, o conhecimento amplo continua sendo ferramenta de poder, e a facilidade de acesso a esse conhecimento deu-se pela expansão do “mercado de informação”. No mercado de consumo, por exemplo, conhecer seus produtos, seus concorrentes, dominar a dinâmica de empreendedorismo e, acima de tudo, compreender seus clientes e suas preferências são vantagens que o empresário pode ter e só obterá quando tiver acesso a informações específicas.

Logo, participar deste mercado de informações, seja como vendedor ou comprador, garante um grande desenvolvimento ao mercado econômico e é uma prática comum entre empresários (fornecedores) que almejam o amplo conhecimento e o poder sobre os demais.

No cenário mundial, o direito à informação ganhou espaço tendo em vista seu amplo alcance e seu vínculo, direto ou não, com outros tantos direitos fundamentais. Nesse sentido, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, em seu art. 19, ilustra bem o referido direito e seu domínio:

Artigo 19: Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras. (FRANÇA, 1948).

Desse modo, é certo que o direito à informação, com o objetivo principal de derrubar censuras e levar conhecimento a todos, vem crescendo, criando força e destacando-se entre as diversas sociedades como uma garantia indispensável ao indivíduo.

Assim, conceituar “informação” torna-se indispensável, uma vez que o termo passa a ser um elemento central na sociedade e, conseqüentemente, do ordenamento jurídico. Pierre Catala (1983, apud DONEDA 2006, p. 155) diz que “toda mensagem comunicável a alguém por um meio qualquer constitui uma informação”.

Para Bessa (2003, p. 55-56), o direito fundamental à informação, exposto no art. 5<sup>a</sup>, XII da Constituição Federal, é “o direito a estar informado, seja recebendo ou buscando informações”. Para acrescentar, o autor, ao citar Aluizio Ferreira, define o objeto do direito à informação como “todo conhecimento que possa interessar a uma coletividade [...]”.

Ficou claro, então, que todos são livres para buscar informações do seu interesse. Entretanto, quais informações podem ser compartilhadas? Esse é o principal ponto de divergência entre o direito à informação e o direito à privacidade. Nesse sentido, a classificação simples da informação divide-se em duas: pessoais e não pessoais.

Ambas são facilmente acessíveis devido à quantidade e qualidade de armazenamento de dados e informações nos meios digitais hoje em dia. A Diretiva Europeia 95/46/CE define a informação pessoal como “qualquer informação relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável” (LUXEMBURGO, 1995) que tem como objeto a própria pessoa, indica algo concreto, revela algum aspecto objetivo sobre a pessoa, é um vínculo direto e objetivo com o indivíduo, diferente da informação não pessoal.

Doneda (2006, p. 157), ao falar das informações pessoais, defende que quando o objeto da informação é um sujeito individualizado, a informação é um atributo da personalidade. Quando pessoais, as informações são manifestações da personalidade do indivíduo, revelam sua intimidade e, por isso, chamam mais atenção, são mais valorizadas e necessitam de maior proteção.

Para Doneda (2006, p. 13) o interesse e a importância de obter e utilizar as informações pessoais de terceiros dá-se, principalmente, por dois fatores: controle e eficiência.

Como dito, as informações pessoais fazem referência à intimidade do indivíduo, e por mais sutil que seja, a exposição dessas informações acarreta danos, muitas vezes, irreparáveis à imagem do indivíduo. Nesse sentido argumenta Schreiber (2014, p. 138):

Mais sutil, mas não menos perigosa que a intromissão na intimidade doméstica de uma pessoa, é a sua exposição ao olhar alheio por meio de dados fornecidos ou coletados de forma aparentemente inofensiva, no preenchimento de um cadastro de hotel ou no acesso a um site qualquer da internet.

### 2.3 Direito à personalidade, à privacidade e à intimidade

Podemos dizer que o pós Segunda Guerra Mundial foi o marco inicial para que os direitos à personalidade, à privacidade e à intimidade tomassem forma e

fossem consagrados como fundamentais. Antes, a proteção a esses direitos era menosprezada e insuficiente. O liame entre os três direitos é grande, ambos têm o potencial de ressaltar as individualidades do indivíduo e, por isso, seus conceitos se confundem.

O direito à personalidade é gênero que abarca inúmeras outras espécies. Bessa (2003, p. 73), ao citar Gomes Canotilho, elucida que os direitos fundamentais, em sua maioria, são direitos da personalidade e ambos tendem a se igualar. Compreendem-se, então, como aqueles direitos essenciais à pessoa humana e à sua dignidade, sem os quais ela não existiria como tal, daí a necessidade de protegê-los, ou seja, o direito à personalidade é o “direito à pessoa ser e à pessoa devir” (BESSA, 2003, p. 58-59, 70-73).

Nessa perspectiva, Doneda (2006, p. 81), citando Santos Cifuentes, define os direitos à personalidade como “direitos subjetivos privados, inatos e vitalícios, que têm por objeto manifestações interiores da pessoa, e que, [...] não podem ser transmitidos nem disponibilizados de forma absoluta e radical”.

Sobre a amplitude dos direitos da personalidade, Cristiano Chaves e Nelson Rosenvald (2008, p. 115) afirmam:

Não há dúvidas quanto à impossibilidade de previsão taxativa (*numerus clausus*) dos direitos da personalidade. Muito pelo contrário. Constituem uma categoria elástica, compreendida ampla e concretamente, a partir do quadro evolutivo do homem, integrado em suas mais variadas atividades (físicas, psíquicas, sociais, culturais, intelectuais (...))

O fato de os direitos da personalidade serem indissociáveis dos seus titulares faz o elo com a tutela da pessoa humana. A abrangência e a generalidade dos direitos à personalidade resultaram na “vinculação de todo o ordenamento jurídico ao valor máximo da pessoa humana” (DONEDA, 2006, p. 95).

Prosseguindo, entre os doutrinadores, podemos perceber que os direitos à privacidade e à intimidade se confundem. O fato é que a questão não é pacífica, e por se tratar de um direito mais restrito, a intimidade é espécie da privacidade; é uma extensão desta.

Doneda (2006, p. 109) é categórico ao se referir à intimidade como “eventos mais particulares e pessoais, uma atmosfera de confiança. [...] Direito à tranquilidade”.

Schreiber (2014, p. 137) relaciona intimidade e privacidade num contexto histórico. Para o autor, o direito à vida íntima significava “não se entra na propriedade, não se entra na vida privada”. Assim, inicialmente a ideia de intimidade tinha forte influência do modelo proprietário.

Entendendo que a privacidade surgiu historicamente como a evolução da vida íntima, Albert Bendich (1966, apud SCHREIBER, 2014, p. 137) acrescenta que o direito à intimidade era restrito às classes burguesas, “preocupadas em manter sua vida íntima a salvo da bisbilhotice alheia”. A “pobreza e privacidade são simplesmente contraditórias”.

Quando esse cenário começou a mudar, o direito à privacidade tornou-se mais do que apenas o direito de ser “deixado só”, passou a abranger também, por exemplo, o “direito da pessoa de manter o controle sobre os seus dados pessoais.” (Schreiber, 2014, p. 138). Em síntese, entende-se que o conceito atual de privacidade adveio de um processo histórico, o qual tinha como concepção inicial apenas a intimidade ligada à propriedade.

Consequentemente, o termo “privacidade” é mais utilizado porque a palavra, em seu significado amplo, engloba todos os valores incorporados à intimidade.

É de se destacar, então, que a ideia de privacidade evoluiu e “abandonou uma concepção mais restrita, limitada ao círculo da intimidade da pessoa humana, para abarcar a proteção aos dados e informações pessoais” (SCHREIBER, 2014, p. 136).

Conceituar privacidade é uma atividade difícil tendo em vista sua inexatidão e abrangência. Para Bessa (2003, p. 79), o direito à privacidade é espécie do direito à personalidade que, em última análise, engloba também a proteção à intimidade do sujeito. A “razoável exclusão do conhecimento público de dados, ações, ideias e emoções que lhe são peculiares” é, ao mesmo tempo, a proteção à privacidade e à intimidade. (SANTA MARIA, 1987, apud BESSA 2003, p. 90-91).

Nesse sentido, Milton Fernandes (1977, apud BESSA 2003, p. 90), sobre o conceito de privacidade, entende:

[...] os conceitos [...] fazem consistir a vida privada na exclusão do conhecimento alheio de ideias e fatos respeitantes à própria pessoa. É essa a essência da intimidade. Através de sua tutela pretende-se limitar a penetração externa no âmbito que cada um quer manter exclusivamente para si.

Dentre as características do direito à privacidade que também podem ser aplicadas ao direito à intimidade e à personalidade, estão: a extrapatrimonialidade, o absolutismo, a inalienabilidade, a imprescritibilidade e a intransmissibilidade. O direito à privacidade é absoluto por ser oponível contra todos (todos devem obedecer). Também é indispensável ao desenvolvimento do sujeito, por isso, inalienável e intransmissível. Aqui, destaca-se que o indivíduo, titular do direito, tem a faculdade de divulgar (ou não) ideias e fatos privados (FERNANDES, 1977, apud BESSA, 2003, p. 95-97).

Além disso, o direito à privacidade é extrapatrimonial, pois é impossível mensurá-lo monetariamente, o que não afasta o dever de indenizar caso haja violação. É imprescritível, uma vez que, independentemente do tempo, o direito de gozar dos benefícios da personalidade, da intimidade e da privacidade não se perde. (BESSA, 2003, p. 65-70).

Nessa linha de raciocínio, as informações pessoais devem ser protegidas no nosso ordenamento jurídico, como um desdobramento da tutela ao direito à personalidade, à privacidade e à intimidade. Por outro lado, o direito à informação carrega a mesma importância no desenvolvimento da pessoa e também deve ser observado.

#### 2.4 Ponderação de princípios

A variedade de direitos fundamentais consagrados pela Constituição permite, com frequência, a colisão entre princípios constitucionais. A solução não é simples, deve ser sempre analisada à luz do caso concreto, uma vez que não existe graus de importância entre tais direitos.

A verdade é que os direitos fundamentais não são absolutos, então, sua aplicação está sujeita a limites. Segundo Barroso (2015, p. 371), por serem considerados princípios, esses direitos devem obedecer à regra da ponderação. Para o autor, o princípio da proporcionalidade de normas constitucionais é “mais fácil de ser sentido que conceituado”, ou seja, depende de uma análise subjetiva. (BARROSO, 2015, p. 293).

Diante de tudo já dito, a discussão sobre a proteção aos cadastros de consumidores que contenham informações pessoais deles traz um conflito entre

direitos fundamentais. É exatamente por haver esse conflito de valores (informação *versus* privacidade) que a ponderação é necessária, essa análise decorre sempre do caso concreto e deve respeitar o princípio da proporcionalidade.

O instituto da proporcionalidade ou razoabilidade, para Barroso (2015, p. 292-293), justifica-se na ideia do devido processo legal e no senso de justiça. Aproxima-se dos valores: “racionalidade, justiça, medida adequada, senso comum, rejeição aos atos arbitrários ou caprichosos”. No caso, é um “instrumento valioso de proteção dos direitos fundamentais e do interesse público” (BARROSO, 2015, p. 340).

No tocante à ponderação, Mendes (2017, p. 239), diante da ideia de que há direitos suscetíveis e não suscetíveis à restrições, afirma que “[...] a solução desses conflitos há de se fazer mediante a utilização do recurso à concordância prática (*praktische Konkordanz*), de modo que cada um dos valores jurídicos em conflito ganhe realidade.”

A regra é que os direitos coexistam harmoniosamente, entretanto, aplica-se a proporcionalidade nos casos em há confronto entre direitos fundamentais, para que resulte na melhor solução de acordo com a finalidade de cada direito e os valores, de senso comum, vigentes no momento e no lugar do caso (BARROSO, 2015, p. 293, 340). Ou seja, “proporcionalidade consiste na ponderação entre o ônus imposto e o benefício trazido” (BARROSO, 2015, p. 294).

Barroso (2015, p. 340), no tocante ao princípio da proporcionalidade, encerra o assunto: “O princípio pode operar também no sentido de permitir que o juiz gradue o peso da norma, em determinada incidência, de modo a não permitir que ela produza um resultado indesejado pela sistema, fazendo assim a justiça do caso concreto”.

Então, na ponderação, como técnica de decisão jurídica, preliminarmente tem que ser definida a intensidade da intervenção e a importância dos fundamentos justificadores da intervenção, para daí se realizar a ponderação em si (ALEXY, 1998, apud MENDES, 2017, p. 239).

A ponderação, em sentido estrito, dá-se em três etapas: (i) a identificação dos princípios em conflito; (ii) o exame dos fatos no caso concreto e a influência de cada princípio; e por último, (iii) a conclusão, de acordo com o peso de cada princípio. Qual deve preponderar e qual a sua intensidade são decisões baseadas no princípio da proporcionalidade (BARROSO, 2015, p. 374).

Nesse sentido, Bessa (2003, p. 88), ao citar Gilberto Haddad Jabur, defende que o bem-estar psíquico do indivíduo e o desenvolvimento de sua personalidade estão vinculados à proteção de sua privacidade, sendo então uma necessidade humana. Por essa razão, a proteção à privacidade deve aplicada com maior intensidade, diferente do direito à informação, que pode ser relativizado.

A questão principal é a perda do controle sobre as informações pessoais. O direito à informação, como já dito, é essencial, entretanto, a invasão dos dados restritos à intimidade do sujeito fere a dignidade humana, e mais precisamente, o direito à privacidade, inato à pessoa (BESSA, 2003, p. 99).

Em busca da proteção à identidade da pessoa, Bessa (2003, p. 86-87), citando Alan Westin (1967) pontua quatro benefícios da tutela à privacidade: *personal autonomy, emotional release, self-evaluation* e *limited and protected communication*.

O primeiro diz respeito à autonomia pessoal que a privacidade protege. Um indivíduo, para evitar que seja manipulado por outros, precisa de uma autonomia que lhe trará sua individualidade. A tutela à privacidade possibilita e assegura essa autonomia.

O segundo benefício é a liberdade emocional que a privacidade possibilita. Expressar sentimentos e emoções sem receio dos julgamentos da sociedade, é o “ser você mesmo” sem máscaras, sem constrangimentos pela presença de terceiros (BESSA, 2003, p. 87).

O terceiro benefício, o *self-evaluation*, corresponde à autoavaliação das informações que recebemos e fornecemos. Devido a rapidez e ao grande número de informações que circulam na internet hoje em dia, perdemos a liberdade de avaliá-las antes de tê-las como verdade. A privacidade, por sua vez, dá-nos esse espaço de autoavaliação de todas as informações que passam por nós (BESSA, 2003, p. 87).

E, por último, temos o benefício da proteção e limitação da comunicação. É evidente que qualquer informação, principalmente, as pessoais, quando compartilhadas com um público indeterminado, ou até mesmo com quem não faz parte do nosso ciclo social, não gera uma segurança para o seu titular. Então, o último benefício da tutela à privacidade, pontuado por Alan Westin (1967, apud BESSA, 2003, p. 87), é a oportunidade de dividir as informações com quem o interessado se sentir à vontade.

Assim, a tutela da privacidade faz-se necessária devido ao seu grande alcance. Como dito, o direito à privacidade abrange inúmeros outros valores da pessoa humana e, por isso, merece atenção especial.

### 3 PRIVACIDADE

#### 3.1 Proteção à privacidade

No tocante às técnicas de informática, Doneda (2006, p. 15) entende que a relação de informações pessoais com a privacidade é definida no contexto da tecnologia:

[...] a tecnologia, em conjunto com algumas mudanças no tecido social, vai definir diretamente o atual contexto no qual a informação pessoal e a privacidade relacionam-se; portanto, qualquer análise sobre a informação deve levar em consideração o vetor da técnica como um dos seus elementos determinantes. Sem perder de vista que o controle sobre a informação foi sempre um elemento essencial na definição de poderes dentro de uma sociedade, a tecnologia proporcionou a intensificação dos fluxos de informação e, conseqüentemente, a multiplicação de suas fontes e de seus destinatários.

Para o Promotor de Justiça Guilherme Magalhães Martins (2017, p. 64), a sociedade de informação colabora com a ascensão da integração global. A partir da centralização das novas tecnologias da informação, sua flexibilidade e a lógica usadas nas redes online, essa nova sociedade muda e dita comportamentos, desenvolvendo a comunicação telemática e o compartilhamento de informações em tempo real.

Natural da Europa, a expressão “sociedade da informação” tem como suporte a digitalização, que permite a união de elementos relativos a bases de dados eletrônicas, programas de computador, circuitos integrados e utilização de obras por tela. Em suma, a internet torna toda mensagem em informação, formando a base de dados dessa coletividade (ASCENSÃO 2001, apud MARTINS 2017, p. 63).

O ser humano vem se tornando um grande processador de informações. Ao receber uma informação avulsa, ele a conecta a outras, forma suas próprias convicções e determina suas ações a partir daí. Armazena, compartilha e produz, assim, mais informação, influenciando e moldando outros indivíduos e suas próprias concepções de uma simples informação.

No tocante aos dados pessoais dos consumidores, o cenário é o mesmo. A expansão da informática facilitou o armazenamento, o processamento, o compartilhamento e a organização de informações pessoais inofensivas que, em conjunto com outras informações, tornam-se qualitativamente melhores para os

fornecedores, acelerando a obtenção de resultados positivos para o mercado que, em contrapartida, lesionam a privacidade dos consumidores.

Sobre o assunto, Eduardo Bittar (1999, p. 65) afirma:

O caráter invasivo das técnicas de comunicação, informação, produção e circulação de bens, publicidade... é que tem motivado com maior intensidade lesões à direitos da personalidade, sobretudo no âmbito das relações de consumo. Em face da multiplicidade de formas de contato consumerista, entre consumidor e fornecedor/prestador, uma série de lesões podem dar ensejo à invasão do terreno dos direitos personalíssimos [...]

A organização de informações em cadastros de consumidores sempre existiu, entretanto, a problemática desenvolveu-se e veio à tona quando houve a informatização e sofisticação desses bancos. Isso fomentou quantitativamente esses dados, tornando o armazenamento ilimitado, o que afetou diretamente o direito à privacidade (MENDES, 2014, p. 60).

Por óbvio, o tratamento e conservação desses bancos de dados também tornaram-se mais econômicos e acessíveis, o que dificultou (e encareceu) ainda mais o sigilo de informações pessoais e a tutela da privacidade. A equação é simples, quanto maior e melhor o grau de compartilhamento de informações pessoais, menor o grau de privacidade da pessoa.

Então, o avanço tecnológico contribui para uma maior coleta de dados e isso atinge diretamente a preservação da privacidade dos consumidores em geral. Bessa (2003, p. 98-99) confirma isso, ao afirmar que o impacto tecnológico está tornando a sociedade cada dia mais informatizada, tendo os aparelhos eletrônicos aumentado a capacidade de coleta, armazenamento e processamento de dados pessoais.

José Afonso da Silva (1998, apud BESSA 2003, p. 106) diz a respeito:

O intenso desenvolvimento da complexa rede de fichários eletrônicos, especialmente sobre dados pessoais, constitui poderosa ameaça à privacidade das pessoas. O amplo sistema de informações computadorizadas gera um processo de esquadrinhamento das pessoas, que ficam com sua individualidade inteiramente devassada. O perigo é tão maior quanto mais a utilização facilita a interconexão de fichários com a possibilidade de formar grandes bancos de dados que desvendem a vida dos indivíduos, sem sua autorização e até sem seu conhecimento.

Dada a qualidade e modernidade dos meios de comunicação, os consumidores são marcados de formas mais eficientes (BESSA, 2003, p. 43). Sem

dúvidas, “a privacidade — no âmbito dos dados pessoais — é, provavelmente, a parte mais exposta e vulnerável aos efeitos negativos decorrentes dessa evolução científica” (BESSA, 2003, p. 106).

Em resposta a essa exposição invasiva de dados pessoais dos consumidores, Antônio Herman V. Benjamin (2001, apud BESSA, 2003, p. 44) pontua a necessidade de controle:

Os organismos, privados ou públicos, que armazenam informações sobre consumidores clamam, pois, por controle rígido, seja administrativo, sejam judiciais, este ora penal, ora civil. A acumulação de dados sobre o consumidor, por mais singela e sutil que seja, não deixa de ser uma invasão de sua privacidade, como já fizemos referência. O perigo aumenta quando se sabe que, com frequência, o anotado não é acurado, não está atualizado ou é, pura e simplesmente, falso.

Nesse sentido, proporcionar a tutela de suas próprias informações faz-se ainda mais necessário quando percebe-se que, além de não ter o controle sobre o fluxo de seus dados pessoais, há a incerteza quanto à veracidade dessas informações que estão sendo compartilhadas. E mais, devem se preocupar também com as informações pessoais que estão recebendo sobre outros indivíduos, uma vez que essas também podem ser falsas.

A rede online é cada vez mais acessada e vigiada por grandes empresas, e o armazenamento de fatos, falsos ou não, podem prejudicar a vida presente e futura do sujeito. O constante compartilhamento de informações acarreta a perda de controle sobre a própria identidade, que torna-se opaca no mundo virtual.

Sobre o impacto que o compartilhamento de informações pode causar na vida de um indivíduo, Mendes (2014, p. 198) diz:

[...] os dados pessoais, assim como as demais informações extraídas a partir deles, constituem-se em uma representação virtual da pessoa perante a sociedade, ampliando ou reduzindo as suas oportunidades no mercado, conforme sua utilização.

Vale destacar a ideia do Stefano Rodotà (1995, apud DONEDA, 2006, p. 23), de que a privacidade, em seu processo histórico, não se rompeu, mas seu centro de gravidade reposicionou-se para o eixo “pessoa-informação-circulação-controle”.

Desse modo, Messinetti (1983, apud DONEDA, 2006, p. 146) aponta a privacidade como vantajosa porque possibilita a tutela da informação recebida e

fornecida através do controle do seu titular, além de que, devido a sua amplitude, a privacidade estaria presente em situações patrimoniais e não-patrimoniais. Assim, sua tutela seria mais efetiva.

### 3.2 Proteção aos cadastros de consumidores e a nova lei

Aqui, é importante ressaltar que, apesar do Código de Defesa do Consumidor ter uma seção que cuida exclusivamente do assunto (Seção VI do Capítulo V), ele não acentua diferenças entre Bancos de Dados e Cadastro de Consumidores, apesar de existir entre a doutrina.

Ambos são espécies do gênero “arquivos de consumo”, entretanto, o primeiro diz respeito às informações, que geralmente estão sob o cuidado de entidades, coletadas no mercado, principalmente com o objetivo de proteção ao crédito (interesse público). Já os Cadastros de Consumidores são dados fornecidos pelo próprio consumidor titular para uso dos fornecedores, sem que sejam repassados à terceiros (BESSA, 2003, p. 179).

Comumente, os bancos de dados, por estarem sob a tutela de entidades públicas, geram uma segurança à maioria dos consumidores. Não é certo dizer que os titulares têm controle sobre as informações que compõem os bancos de dados, mas o “interesse público” que os cercam tem maior peso. Focamos nossa preocupação, então, nos Cadastros de Consumidores, que são o principal ponto abordado no presente trabalho, uma vez que não são de conhecimento amplo, não têm fiscalização e afetam diretamente às relações privadas de consumo.

No tocante à tutela normativa, é importante definir o conceito de “dado” e “informação”, pois são diferentes. O dado “pode ser compreendido como a informação em potencial, isto é, ele pode se transformar em informação se for comunicado, recebido e compreendido” (WACKS, 1989, apud MENDES, 2014, p. 55). O dado é, então, a informação dispersa, antes de ser refinada, interpretada. A informação, por sua vez, está além do dado, pressupõe uma fase de organização, de interpretação e elaboração de seu conteúdo (DONEDA, 2006, p. 152).

A informação ganhou destaque devido ao desenvolvimento tecnológico do seu processo de coleta, tratamento e manipulação, mencionado no capítulo anterior. Consequência disso, o direito à informação proporcionou a criação de categorias de

dados, e no tocante às informações pessoais (aquelas que possuem um vínculo objetivo com a pessoa), uma categoria merece destaque: os dados sensíveis.

Apesar de não ser adotada por todos, há na doutrina uma classificação dos dados em: (i) públicos, aqueles de relevante interesse social; (ii) os pessoais de interesse público, por exemplo, nome e estado civil; e por último os (iii) dados sensíveis.

Voltando a atenção aos “dados sensíveis”, Doneda (2006, p. 160) conceitua-os como as informações que ao serem conhecidas, processadas e compartilhadas gerariam uma discriminação em potencial (maior risco para a pessoa).

Nesse sentido, Bessa (2003, p. 91) esclarece que “[...] existem dados, *a priori*, irrelevantes sob o prisma de proteção da privacidade, mas que em conexão com outras informações, também irrelevantes, podem servir para tornar completamente transparente a personalidade de um cidadão”.

Há quem entenda que não seria possível determinar qual dado é ou não sensível, uma vez que é impossível prever os efeitos que o tratamento desses dados causaria. O argumento é que mesmo um dado que não seja qualificado como sensível, quando passar por algum tratamento, pode ocasionar práticas discriminatórias.

Dentro da discussão de quais dados seriam, de fato, sensíveis, Doneda (2006, p. 161-162) entende que a seleção “provém da valoração de que a circulação de determinadas espécies de informação apresentaria um elevado potencial lesivo ao seus titulares, em uma determinada configuração social”. O autor argumenta que o dado em si não é perigoso, mas o uso que dele se faz pode ser.

Efing (2002, p. 59) tem uma abordagem interessante sobre o tema:

A sociedade de consumo se curva diante do poder extraordinário alcançado pelos arquivos de dados pessoais, notadamente transformados de auxiliares do comércio a instrumentos indispensáveis à análise da possibilidade de concessão do crédito pretendido, sustentando a última palavra a ser seguida pelos fornecedores para tanto, não importando a veracidade e a abrangência do dado acusado. Além disso, invadem a privacidade do cidadão ao dispor indiscriminadamente de informações que dizem respeito somente a ele, podendo prejudicá-lo sobremaneira a divulgação destes dados sem o seu consentimento.

O fato é que o tratamento de dados sensíveis existe, principalmente em casos específicos em que sua proibição é inviável, é o exemplo de entidades de caráter político. Ou seja, a utilização dessa categoria de dados faz-se necessária em alguns

casos específicos e é viável desde que não estejam voltados à utilização discriminatória.

Apesar de serem diferentes, com os dados acontece o mesmo que com as informações. O dado, quando tratar de aspectos de um indivíduo identificado ou identificável, sejam acontecimentos, comunicações ou ações que tenham um vínculo objetivo com a pessoa, ganha característica de pessoal e, por constituírem uma projeção da personalidade do indivíduo, merecem uma tutela jurídica. (MENDES, 2014, p. 29, 56).

Nesse sentido, há quem defenda a anonimização dos dados, o que inviabilizaria a identificação pessoal, afastando a disciplina de proteção de dados pessoais. Entretanto, se ainda persistir, mesmo que ínfima, a possibilidade de reidentificação do indivíduo, permanece a regra de proteção de dados pessoais (MENDES, 2014, p. 57-58).

O processo de tratamento de dados pessoais, sensíveis ou não, passa por inúmeras fases. É importante, então, compreender como e quais dados devem ser coletados, distinguir em quais momentos a privacidade do consumidor é violada, identificando, assim, quais práticas são legítimas e quais são abusivas, além de conhecer a finalidade do tratamento, que é tornar a informação mais valiosa e útil (MENDES, 2014, p. 94).

Mendes (2014, p. 58) descreve o tratamento de dados como a “ação de manejar a informação, relacionando e reelaborando dados, com intuito de se obter conclusões a partir da aplicação de critérios”. Assim, os dados geralmente são organizados em conjuntos lógicos e de fácil acesso, conhecidos também como bancos de dados.

Esses bancos de dados são um conjunto de informações estruturadas de acordo com uma determinada lógica. Eles expandem as formas de apropriar, manipular e utilizar a informação, além de extraírem dela o máximo de proveito, seja a informação pessoal ou não pessoal.

Segundo Mendes (2014, p. 95), a coleta de informações realizada pelo próprio mercado é a primeira fase do tratamento de dados. Nela, a empresa obtém informações pessoais dos consumidores de diversas fontes, a coleta, em regra, é feita de modo aleatório e permanente dentro do próprio mercado de consumo.

Transações comerciais, censos e registros públicos, pesquisas de mercado e de estilo de vida, sorteios e concursos, comercialização e cessão de dados e tecnologias de controle na internet são exemplos de fontes de coleta de dados pessoais dos consumidores (MENDES, 2014, p. 96). Na maioria das vezes, o próprio consumidor concede suas informações à empresa, mesmo sem consciência das consequências disso.

Aquele famoso cadastro que realizamos, geralmente na primeira compra em determinada empresa (transações comerciais), entrevistas de mercado pessoais e questionários de estilo de vida possibilitam que as empresas ofereçam produtos específicos, segmentando a oferta de acordo com o interesse do consumidor. Dados do censo, por exemplo, quando transferidos para o setor privado, viabilizam o mapeamento demográfico de cada tipo de consumidor.

A coleta de dados, por meio de sorteios e concursos, passa despercebida. A inscrição voluntária no concurso de prêmios ou sorteio de produtos nada mais é que a obtenção de dados pessoais de potenciais clientes. Por fim, a coleta de dados por tecnologias de controle na internet é a forma mais imperceptível e silenciosa, conforme entendimento de Priscila M. Regan (2002, apud MENDES, 2014, p. 102):

No cyberspaço, não há claramente indícios visuais sobre o nível de privacidade disponível. De fato, os novos usuários da internet pensam inicialmente que todas as atividades no cyberspaço são privadas se ninguém no espaço físico os estiver observando ao usar o computador.

O tratamento continua na fase de processamento de dados, na qual os dados de difícil compreensão são lapidados e transformados em informações úteis e valiosas para a empresa, resultando em vantagens competitivas e na manutenção dos níveis de lucratividade (MENDES, 2014, p. 107, 112). A organização estratégica dos dados de inúmeros sistemas, de acordo com sua relevância, faz-se por meio de várias técnicas de informática e estatística (MENDES, 2014, p. 109).

As técnicas, quais sejam: *Data Warehousing*, *Data Mining*, *Oline Analytical Processing*, *Profiling* (Construção de Perfil) e *Scoring* (Sistema de Avaliação), em suma, possibilitam refinar esses dados minimizando os riscos dos negócios, prevendo as variações do mercado, formando novos elementos informativos, direcionando a publicidade da empresa e identificando consumidores de maior valor e menor risco de

inadimplência (alvos de promoções e estratégias de fidelização) (MENDES, 2014, p. 112).

Por outro lado, surgem os “riscos à privacidade, à discriminação do consumidor e à sua exclusão do mercado de consumo”. (MENDES, 2014, p. 108). As técnicas, eventualmente, transformam dados inofensivos em informações sensíveis, propiciam a classificação de consumidores, manipulam a vontade deles, além de influenciarem no acesso a oportunidades sociais, uma vez que são discriminatórias (MENDES, 2014. p. 112).

Por fim, a difusão dos dados nada mais é do que a circulação desses dados pessoais na sociedade. O repasse desses dados, já tratados, em regra é consentido pelo consumidor. Entre as empresas, o compartilhamento desses dados facilita a formação do perfil do seu possível consumidor, auxiliando o direcionamento das vendas e a potencialização dos lucros.

Segundo Mendes (2014, p. 119), a transferência desses dados se choca com a proteção adequada à privacidade. Nesse sentido, o art. 11 da Lei de Proteção de Dados da Espanha – LOPD tornou-se parâmetro para averiguar se tal transferência é legítima. Em regra, a operação deve ser transparente, com o prévio consentimento do titular e o respeito ao princípio da finalidade (MENDES, 2014, p. 120).

Mendes (2014, p. 96) explica:

[...] a legitimidade da coleta de dados pessoais está condicionada ao consentimento do consumidor ou à previsão legal que permita a coleta, hipótese em que ela deve ser comunicada ao consumidor. Além disso, a finalidade pela qual os dados pessoais foram coletados deve sempre ser respeitada, não podendo os dados ser utilizados para finalidade diversa sem o expresse consentimento do consumidor.

Portanto, a linha da legitimidade dá-se:

[...] desde que se apresente ao consumidor claramente a finalidade da coleta e como esses dados serão processados. Ademais, é necessário que a empresa obtenha o consentimento expresse do consumidor, caso tenha interesse em compartilhar ou ceder tais dados a terceiros ou de utilizá-los com a finalidade de *marketing* direto. (MENDES, 2014, p. 100)

Entretanto, o maior risco surge quando não há esse “consentimento” e/ou há falta clareza na utilização e transmissão desses dados, e é nessa ocasião que ocorre

o choque com o direito à privacidade do cidadão. Philip Agre (apud MENDES, 2014, p. 119) prevê:

[...] a extrema falta de transparência da transferência de dados pessoais na sociedade enseja um caráter nebuloso. Os cidadãos sabem que há circulação de informações computadorizadas sobre eles, mas geralmente não conseguem reconstruir as conexões de causa e efeito.

No tocante aos perfis pessoais, o risco é mais evidente porque as redes sociais hoje fazem parte da rotina da grande maioria da população. Neles, o controle dá-se por meio da correção e atualização constante de informações (MENDES, 2014, p 112). A inadequação desses sistemas pode causar graves danos aos consumidores, especialmente à sua dignidade e personalidade.

Em síntese, o dado, depois de devidamente tratado, transforma-se em uma informação mais atrativa para todos os integrantes do mercado de consumo. Quando tratamos de dados sensíveis, o que o torna ofensivo é o contexto em que ele foi armazenado e transferido, ou seja, o que as pessoas que os receberam vão fazer com eles.

Reanalizando o tema, podemos observar que não é da tutela dos dados pessoais que estamos nos referindo, mas, sim, das pessoas às quais esses dados se referem. Não restam dúvidas que o instituto da proteção aos dados pessoais caminha conjuntamente com direitos essenciais (direito à privacidade), de modo que as informações são “entendidas como uma extensão da sua personalidade”. (MENDES, 2014, p. 56).

Contraposto ao incentivo à transmissão de informações pela internet, está o direito à proteção dos bancos de dados com informações pessoais de consumidores, que está conexo com o direito à intimidade e à personalidade, devidamente tutelados pelo texto constitucional. Devido sua extensão e impacto na sociedade, a positivação da proteção dos dados pessoais fez-se necessária.

Mendes (2014, p. 202) diz que:

[...] o reconhecimento de um direito básico do consumidor à proteção de dados pessoais nada mais é que o reflexo, no âmbito infraconstitucional, do direito fundamental à inviolabilidade da intimidade e da vida privada na sua dimensão da proteção de dados pessoais.

Até então, no Brasil, a tutela do tratamento de dados pessoais dos consumidores ficava a cargo da doutrina que fazia uma releitura das normas dispersas e das decisões judiciais sobre o tema, equilibrando a proteção dos dados pessoais e dos cadastros de consumidores.

A incerteza que um consumidor tem sobre o caminho percorrido e o futuro de seus dados pessoais após serem disponibilizados a terceiros gera, depois de tudo já dito, indiscutivelmente, uma insegurança jurídica, principalmente diante da ausência de norma específica sobre o tema. Até então as soluções dos conflitos ficavam a cargo da doutrina, da jurisprudência e da interpretação extensiva de normas que, forçadamente, poderiam ser aplicadas à tutela de dados pessoais.

Assim, diante da necessidade de positivação do tema, em 14 de agosto de 2018, foi aprovada a Lei Brasileira de Proteção de Dados Pessoais, nº 13.709. Seu principal objetivo, descrito em seu artigo 1º, é a proteção aos direitos fundamentais de liberdade e privacidade, além do livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural no contexto de tratamento de dados pessoais.

Sobre a normatização da proteção de dados pessoais, Doneda (2006, p. 197) já previa: “[...] a proteção de dados pessoais requer um embasamento constitucional direto – assim, respaldada como direito fundamental, é possível a tutela da personalidade, mesmo numa área específica como a proteção de dados”.

Por ser recente, e ainda estar em período de *vacatio legis*, pouco se disciplinou sobre a referida lei entre os doutrinadores, entretanto, ela trouxe como fundamento, em seu artigo 2º, todos os direitos fundamentais mencionados ao longo deste trabalho e já abraçados pela doutrina, quais sejam: a privacidade, a autodeterminação informativa, a liberdade de informação, a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem, o desenvolvimento econômico, a livre concorrência e a defesa do consumidor.

No artigo 6º da lei, o legislador destaca a boa-fé como requisito para as atividades de tratamento de dados pessoais, além da importância de se observar: (i) a finalidade do tratamento dos dados; (ii) a adequação do tratamento; (iii) a necessidade; (iv) o livre acesso aos titulares dos dados; (v) a qualidade dos dados; (vi) a transparência sobre o tratamento; (vii) a segurança dos dados, limitando os acessos ilícitos; (viii) a prevenção de danos em virtude do tratamento de dados

pessoais; (ix) a não discriminação e, por fim; (x) a responsabilização e prestação de contas e o cumprimento das normas de proteção de dados pelo agente.

Podemos perceber que o legislador viu a necessidade de normatizar todos os conceitos que garantem a tutela do indivíduo, sua personalidade e seus dados pessoais, sempre nos limites da livre informação. Nesse sentido, o artigo 7º trouxe as hipóteses em que o tratamento de dados pessoais será possível, e dentre essas, vale ressaltar: (i) mediante o consentimento expresso do titular; (ii) pela administração pública quando necessários à execução de políticas públicas e (iii) por órgão de pesquisa, garantindo sempre a anonimização.

Em suma, a nova Lei de Proteção de Dados Pessoais aborda o assunto em detalhes, permitindo uma melhor análise sobre os casos concretos e, assim, uma solução mais eficaz, além de trazer medidas protetivas que evitam o tratamento discriminatório. É evidente também que a lei trouxe segurança jurídica ao garantir aos indivíduos a proteção legal dos seus dados pessoais, além de trazer punições para os controladores dos dados como forma de coibir essa prática ilegal.

### 3.3 O abuso dos fornecedores e o direito à privacidade

No tocante ao abuso dos fornecedores no compartilhamento de dados entre si, Mendes (2014, p. 97) afirma que a empresa, a partir dos dados comportamentais obtidos:

[...] pode avaliar e classificar o consumidor em relação à sua frequência, à última vez que esteve na loja e ao seu valor monetário. [...] As consequências dessa classificação podem ser indesejáveis, tais como a possibilidade de exclusão do consumidor de menos capacidade financeira.

Para Mendes (2014, p. 114):

Ademais, é fundamental que o titular tenha acesso a não apenas ao próprio “valor” ou “nota” que lhe foi atribuído, como também possa conhecer a lógica do *scoring* (Sistema de Avaliação), quais os dados envolvidos e quais os fatores que interferem de forma negativa ou positiva nesse valor.

Nesse sentido, diante de tudo já visto sobre o direito do consumidor e o abuso dos fornecedores, Mendes (2014, p. 203) visualiza duas dimensões do direito básico

do consumidor à proteção de dados pessoais: a primeira envolve a tutela do consumidor e dos seus dados pessoais contra os riscos que ameaçam sua personalidade, e a segunda seria a garantia do consumidor de controlar o fluxo de seus dados.

As duas dimensões devem ser analisadas conjuntamente, uma vez que de nada adiantaria a legitimação de um direito à proteção dos dados pessoais se o ordenamento jurídico desconsiderasse a ideia do consumidor como próprio controlador de seus dados.

Faz-se necessária a tutela da personalidade para evitar danos decorrentes do tratamento de dados pessoais e, principalmente, da desigualdade de poderes e informações entre as partes (consumidor e fornecedor). Aqui, considera-se a vulnerabilidade do consumidor como obstáculo para que ele decida livremente sobre o curso de seus dados.

É o que vem abarcado pela nova Lei de Proteção de Dados Pessoais quando ela dispõe, em seu artigo 55-A, sobre a criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), órgão da administração pública federal, integrante da Presidência da República que terá autonomia técnica e será responsável por zelar, implementar e fiscalizar o cumprimento da nova lei.

Entre as funções e competências da ANPD estabelecidas no decorrer da lei, estão: zelar pela proteção dos dados pessoais; estabelecer normas complementares e procedimentos para corroborar a proteção aos dados pessoais; deliberar sobre a interpretação da lei; solicitar relatórios de impacto à proteção de dados referentes a operações dos controlador; implementar mecanismos simplificados para o registro de reclamações; difundir na sociedade o conhecimento sobre as normas e as políticas públicas de proteção de dados pessoais; exigir boas práticas para os tratamentos de dados, inclusive do Poder Público; vedar o compartilhamento de dados pessoais sensíveis em determinadas situações; estimular adoção de padrões técnicos que facilitem o controle dos dados por seus titulares; aplicar sanções administrativamente quem descumprir à legislação; elaborar estudos sobre as práticas nacionais e internacionais de proteção de dados pessoais e privacidade; dispor sobre padrões e técnicas de anonimização e verificar sua segurança; dispor sobre técnicas de publicidade das operações de tratamento; elaborar relatórios de gestão anuais acerca de suas atividades, entre outras funções.

A criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) não isenta o indivíduo da necessidade de autocontrole sobre seus dados pessoais. Com o presente trabalho, é fácil observar a complexidade do tema, logo, a tutela de dados pessoais deve ser feita pela Autoridade Pública (ANPD) e pelo próprio indivíduo que terá seus dados compartilhados e tratados por terceiros.

A possibilidade de controle da divulgação dos próprios dados nada mais é do que “autodeterminação informativa”. Engloba também o direito de se informar e ser informado sobre todas as informações armazenadas a seu respeito. Danilo Cesar Maganhoto Doneda (2001, apud BESSA, 2003, p. 98) defende que o direito à privacidade se tornou o “direito a controlar o uso que os outros fazem das informações que me digam respeito”.

René Ariel Dotti (1980, apud BESSA, 2003, p. 98) entende que o respeito à privacidade vai além do não registro de dados íntimos e do controle desses dados, é também a possibilidade de corrigir informações confusas, inconvenientes ou até desatualizadas, visando sempre o bem-estar do indivíduo.

Mesmo que não expressa, a ideia de “autodeterminação informativa”, existe no Brasil e ajuda na proteção, principalmente dos dados sensíveis, que são os que merecem maior atenção, devido seu potencial discriminatório. O tratamento, a obtenção, a titularidade e, principalmente, a transmissão dos dados pessoais sensíveis precisam ser controlados (DONEDA, 2006. p. 162).

Ainda sobre a autodeterminação, só o indivíduo pode controlar “em que medidas as suas informações pessoais podem ou não ser coletadas, processadas e transferidas”. Nesse sentido, seu consentimento deve ser requisito indispensável para o tratamento de seus dados, uma vez que devemos preservar sua privacidade e o desenvolvimento da sua personalidade (MENDES, 2014, p. 60).

Sobre esse “consentimento”, a Diretiva Europeia 95/46/CE trouxe a definição do termo: “qualquer manifestação de vontade, livre, específica e informada, pela qual a pessoa em causa aceita que dados pessoais que lhe dizem respeito sejam objeto de tratamento”. (LUXEMBURGO, 1995).

Não obstante, pensado como controle preventivo e posterior, esse “consentimento” precisa ser esclarecido, é o que faz Mendes (2014, p. 62) ao expor que “o consentimento não representa a ausência de interesse do indivíduo na tutela dos dados pessoais”.

O consentimento pode, então, ser revogado, uma vez que a proteção de dados pessoais tem natureza de direito à personalidade. O Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu, também conhecido como Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (*General Data Protection Regulation- GDPR*) expõe que para que o consentimento seja válido devem ser observados alguns requisitos:

O consentimento do titular dos dados deverá ser dado mediante um ato positivo claro que indique uma manifestação de vontade livre, específica, informada e inequívoca de que o titular de dados consente no tratamento dos dados que lhe digam respeito, como por exemplo mediante uma declaração escrita, inclusive em formato eletrônico, ou uma declaração oral. (BÉLGICA, 2016).

Importante ressaltar que o consentimento, ao atender a livre vontade do indivíduo, a finalidade específica e a devida informação ao titular dos dados, apenas autoriza o tratamento e/ou a circulação de dados pessoais. A doutrina é pacífica no sentido de que “quem consente não exprime propriamente a ausência de interesse na proteção (de seus dados pessoais), nem a ela renúncia [...]”. (DONEDA, 2006, p. 378).

Para Mendes (2014, p. 119):

A complexidade da questão reside também na necessidade de se equilibrar tanto a proteção adequada à privacidade, liberdade e igualdade do consumidor como também a livre-iniciativa das empresas e o desenvolvimento dos setores empresariais, que dependem, em uma sociedade com economia flexível, da informação como um dos principais insumos da produção.

Visando a proteção do consumidor, de sua privacidade, da sua personalidade e dos seus dados sensíveis, como já dito, outra maneira possível de desviar do instituto de proteção de dados pessoais seria desvincular a pessoa da informação. Lembrando que essa desvinculação só será eficaz quando afastar todas as características sensíveis desses dados e, para isso, seria preciso uma tutela mais dinâmica, na qual o foco são os dados em circulação e não o indivíduo.

Essa conduta é conhecida como anonimização dos dados pessoais, que seria a desvinculação das pessoas com aqueles dados. Mendes (2014, p. 57) entende que ao “adquirirem a característica de anônimos, os dados não estão mais sujeitos à disciplina de proteção de dados pessoais, se tiverem sido tratados de modo a impossibilitar toda e qualquer identificação pessoal”.

Assim, quando devidamente anonimizados, não há mais que se falar de ligação com o indivíduo. Um exemplo comum dessa anonimização é a coleta de dados realizada pelo Estado, através do IBGE. Nos censos, são coletados dados pessoais, porém, são devidamente tratados para que não seja mais possível associá-los às pessoas individualmente.

A anonimização é um recurso eficaz em diversos momentos. Doneda (2006, p. 157) cita como exemplo a utilização do dado anônimo em informações sobre uma coletividade ou um grupo específico, em que a identificação pessoal não se faz necessária e nem relevante. O método é utilizado por algumas leis de proteção aos dados pessoais e considerando bastante eficiente.

Entretanto, em certas ocasiões, é impossível a desvinculação da pessoa com o dado. Aqui, faz-se necessária a consideração do instituto da autodeterminação informativa, onde o indivíduo titular do dado e/ou informação pessoal delimita o tratamento e a circulação destes.

Digitalmente é muito mais fácil copiar e colar dados, compartilhando-os entre pessoas, companhias, empresas e países independentemente de autorização do interessado. O desenvolvimento tecnológico desgovernado enfraqueceu o direito à privacidade e afastou a proteção de dados pessoais, nesse sentido, a autodeterminação informativa trouxe o direito do próprio interessado de controlar seus dados (DONEDA, 2000 apud MARTINS, 2017).

A ideia de autodeterminação surgiu na Alemanha, após um emblemático caso em que o censo foi considerado inconstitucional e suspenso pela Corte Constitucional por atacar o direito geral da personalidade. Doneda (2006, p. 195) cita trecho da sentença:

[...] não se pode levar em consideração somente a natureza das informações; são determinantes, porém, a sua necessidade e utilização. Estas dependem em parte da finalidade para a qual a coleta de dados é destinada, e de outra parte, da possibilidade de elaboração e de conexão próprias da tecnologia da informação. Nesta situação, um dado que, em si, não aparenta possuir nenhuma importância, pode adquirir um novo valor; portanto, nas atuais condições do processamento automático de dados, não existe mais um dado “sem importância”.

Um ponto curioso que a Corte Constitucional Alemã levanta é o impacto que a tecnologia avançada, utilizada pelo censo, causa à personalidade. Sem a

informática essa discussão não seria necessária. Porém, a tecnológica possibilita uma memorização de informações pessoais ilimitada, que jamais será possível conhecer a fundo, e os titulares não têm controle sobre esse processo.

A sentença então traz o instituto da autodeterminação informativa como desfecho à essa situação. Hoje, o “direito dos indivíduos decidirem por si próprios, quando e dentro de quais limites seus dados pessoais podem ser utilizados” é aplicado na Alemanha e os novos censos vetam a transferência de dados pessoais entre autoridades; separam a coleta de dados para fins estatísticos das informações pessoais e garantem de forma clara aos cidadãos a finalidade da coleta e informam a obrigação de fornecê-las (DONEDA, 2006, p. 196).

Analisando o tema, o consentimento pode ser considerado instrumento da autodeterminação, e como já dito, a possibilidade de revogação desse consentimento só reafirma o poder da pessoa sobre seus dados pessoais, que é o próprio sentido da autodeterminação. Ou seja, o consentimento, ou não, é medida protetiva e a possibilidade de revogação seria o meio pelo qual o indivíduo exerce o controle posterior, caso entenda que o tratamento ou compartilhamento de seus dados não é benéfico.

Há quem entenda que a autodeterminação é fundamental e, conseqüentemente, subespécie dos direitos à personalidade. Por todo exposto, a ligação entre o instituto da autodeterminação informativa e os direitos à personalidade, principalmente à privacidade, não permite negar a necessidade de tutela dos dados pessoais no ordenamento jurídico brasileiro.

## CONCLUSÃO

Imaginar uma situação em que fornecemos dados pessoais em razão de uma relação de consumo não é difícil. A prática do consumismo faz parte da vida de todos indivíduos e para efetivar suas compras os consumidores preenchem cadastros com suas informações pessoais. Exatamente por ser uma situação corriqueira no mercado de consumo, o consumidor não se opõe a fornecer estes dados e nem se questiona sobre a licitude deste ato dos lojistas.

A coleta de dados pessoais dos consumidores sempre existiu entre os empresários, mas eram em proporções ínfimas e o impacto, muitas vezes, não era sentido pelo titular dos dados. Hoje, em razão da informática, essa sensação de vigilância amedronta os mais vulneráveis.

O advento da informática e de todas as tecnologias que facilitaram a propagação de informações no mundo digital foram fatores determinantes para a expansão do compartilhamento e tratamento de dados pessoais dos consumidores.

A informação tornou-se uma ferramenta essencial para alcançar o topo do mercado de consumo. Ela tornou-se sinônimo de poder para os empresários, e obter dados pessoais de seus potenciais consumidores ajuda a controlar a relação consumerista e direcionar suas vendas, induzindo consumidores e potencializando seu lucro.

Assim, a ideia de “coisificação” do consumidor não é nova mas se intensificou nesse cenário de desenvolvimento tecnológico. A informática facilita e acelera o compartilhamento e o tratamento de informações pessoais dos consumidores, de modo que estes são reduzidos a coisas e seus dados são distribuídos, entre empresários, em mercados de dados, como se fossem objetos.

A problemática cresce quando percebemos que este mercado paralelo dados pessoais acontece sem o conhecimento e a permissão dos titulares destes, no caso, os consumidores. Por esse motivo entende-se que os fornecedores utilizam-se da vulnerabilidade dos consumidores para praticar condutas abusivas como esta.

Por tudo dito, tornou-se mais fácil exercer este poder abusivo sobre os consumidores e viu-se a necessidade de normas que amparassem os consumidores, seus dados e informações pessoais. No caso, os direitos fundamentais da

personalidade, quais sejam, a privacidade e a intimidade, são preponderantes por fazerem parte, em última análise, do direito à dignidade da pessoa humana.

Mas a tutela constitucional não foi suficiente, a criação de uma lei específica sobre a proteção de dados pessoais se fez necessária. Países da Europa são exemplos, ao regulamentarem o tema a insegurança que se tinha sobre a proteção de dados pessoais diminuiu.

As ideias de autocontrole sobre os dados e anonimização de informações estão amparadas na Lei Brasileira nº 13.709/2008 de Proteção de Dados Pessoais, somada à atuação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), que terá competência para fiscalizar e controlar a circulação de dados sensíveis (que causam constrangimento), formará um sistema eficaz para coibir práticas abusivas que constroem àqueles que têm seus dados expostos.

O advento da nova lei não é de conhecimento amplo. Nesse sentido, vale ressaltar que também é competência da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), descrita no artigo 55-J, inciso IX, da Lei 13.709/2018, “difundir na sociedade o conhecimento sobre as normas e as políticas públicas de proteção de dados pessoais e sobre as medidas de segurança”.

Por fim, apesar de ilícito, o compartilhamento de dados pessoais existe, é realizado e pouco se conhece sobre seus métodos. Diante do abuso dos fornecedores, os consumidores tem sua privacidade invadida e raramente são alertados dos riscos que correm ao disponibilizar dados dessa natureza. Assim, acredita-se que a nova lei abrirá espaço para que o assunto seja amplamente discutido e assim, que a proteção dos dados pessoais seja efetiva.

## REFERÊNCIAS

BARROSO, Luís Roberto. *Curso de Direito Constitucional Contemporâneo*. São Paulo: Saraiva, 2015.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para o consumo; A transformação das pessoas em mercadoria*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos; MARQUES, Claudia; BESSA, Leonardo. *Manual de direito do consumidor*. 5ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

BESSA, Leonardo Roscoe. *O consumidor e os limites dos bancos de dados de proteção ao crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

BITTAR, Eduardo C. Direitos do Consumidor e Direitos da Personalidade: limites, intersecções, relações. Brasília, *Revista de Informação Legislativa*, nº 143, p. 63-70, jul/set. 1999. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/504/r143-07.PDF>> Acesso em: 04 mar. 2019.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, 2019. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)> Acesso em: 12 fev. 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). Brasília, 2018. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm)> Acesso em: 01 mar. 2019.

BRASIL. *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)> Acesso em: 28 jan. 2019.

CHAVES, Cristiano; ROSENVALD, Nelson. *Direito Civil – Teoria Geral*. 7ª ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. Assembleia Geral das Nações Unidas, ONU. Paris, 1948. Disponível em: <<https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=por>> Acesso em: 30 mar. 2019.

DONEDA, Danilo. *Da privacidade a proteção de dados pessoais*. São Paulo: Renovar, 2006.

EFING, Antônio Carlos. *Bancos de dados e cadastro de consumidores*. São Paulo, Editora Revista dos Tribunais, 2002, p. 59.

MARTINS, Guilherme Magalhães. O Direito ao Esquecimento na internet e a Proteção dos Consumidores. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*. Curitiba, v. 7, n. 25, p. 61-99, mar. 2017.

MENDES, Gilmar Ferreira; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet. *Curso de direito constitucional*. 12ª ed. Livro Eletrônico. São Paulo, Saraiva, 2017.

MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor; Linhas Gerais de um Novo Direito Fundamental*. São Paulo: Saraiva, 2014.

SCHREIBER, Anderson. *Direitos da personalidade*. 3ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2014.

UNIÃO EUROPEIA. *Diretiva 95/46/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de outubro de 1995*, relativa à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados. Luxemburgo, 1995. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:31995L0046&from=EN>> Acesso em: 30 mar. 2019.

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. Bruxelas, 2016. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32016R0679>> Acesso em 30 mar. 2019.