

VULNERABILIDADE DIGITAL E DEVERES ADICIONAIS DE INFORMAÇÃO E TRANSPARÊNCIA.

Vitor Henrique dos Santos Palú¹
Lucas Colombera Vaiano Piveto²

RESUMO

O presente artigo possui como objeto de estudo a proteção e o dever de informação de fornecedores perante os consumidores na sociedade brasileira, com ênfase na relação de consumo que ocorre principalmente através do comércio eletrônico, além disso, o artigo visa apresentar a eclosão da lei geral de proteção de dados e consequentemente toda sua persuasão dentro da seara consumerista. Bem como a aplicabilidade dos princípios e artigos do Código de Defesa do Consumidor. Continuamente visa apresentar as questões que tratam de vulnerabilidade do consumidor nestas relações de consumo, e com isso trazendo uma pesquisa sobre o conhecimento dos dados que são cedidos a terceiros e se nesta relação de consumo houve dano aos consumidores.

Palavras-chave: Consumidor; Comércio eletrônico; Relação consumerista; Informação; Vulnerabilidade;

SUMÁRIO, INTRODUÇÃO. 1 – AS INOVAÇÕES TRAZIDAS COM O ADVENTO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Considerações gerais. Breve análise histórica sobre as relações de consumo, sua aplicabilidade e reconhecimento anteriormente a promulgação do referido código de lei. A ascensão do Código de Defesa do Consumidor e seus princípios. Reconhecimento da relação de consumo e a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor. 2 – EVOLUÇÃO DA SOCIEDADE E MEIOS DIGITAIS ATINENTES AO MERCADO CONSUMERISTA. Reconhecimento da evolução e modos de consumo na sociedade internacional. Análise e reconhecimento de novos deveres e obrigação trazidos pelo Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. A Lei Nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), aplicação, princípios e matérias que abrangem a esfera consumerista e entendimentos sobre a aplicação do Marco Civil da Internet na relação de consumo e seus deveres. 3 – ECLOSÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS E SUA INFLUÊNCIA NOS PRÍNCIPIOS DE DIREITO CONSUMERISTA. Ascensão da Lei Geral de Proteção de Dados e seus princípios concernente ao tratamento de dados. O princípio da informação presente na Lei 13.709/2018. 4 – A VULNERABILIDADE DE DADOS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO. O que é a Vulnerabilidade de dados e Responsabilidade do fornecedor de produtos ou serviços no tocante à perda de dados ou exposição de dados dos fornecedores. Estudo de caso – atitudes que devem ser tomadas perante a violação de dados. Pesquisa de Opinião realizada através da plataforma do Google Forms, concernente ao conhecimento de indivíduos sobre a vulnerabilidade digital e exposição de dados perante no tocante ao comércio eletrônico. **CONCLUSÃO. REFERÊNCIAS**

¹ Aluno do Curso de Direito da Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha, Marília, São Paulo;

² Professor e Coordenador do Curso de Direito da Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha, Marília, São Paulo.

INTRODUÇÃO

Com a expansão digital ocasionada pelos avanços tecnológicos, a rede mundial de computadores possibilitou a realização de diversas conexões entre os indivíduos, sendo para uma consulta de uma informação que está em dúvida, para a verificação de um mapa, estudos, entre outras formas de buscar informação.

E partindo desta análise reconheceu-se a forma com que o mercado também migrou para esta rede apesar de anteriormente ao ano 2020 a *internet*³, já estar em alta no tocante as relações consumeristas, a sua utilização foi devidamente impulsionada pela pandemia do COVID-19, sendo que diversas empresas de todos os ramos de venda começaram a realizar vendas através de plataformas digitais e redes sociais.

Simultaneamente com avanço do mercado de consumo, inclusive seguindo o avanço da “4ª Revolução Industrial”, as relações de consumo, bem como a defesa do consumidor perante esta evolução também não poderia ficar estagnada, uma vez que a legislação vigente à época estaria completamente desatualizada.

Neste sentido e seguindo tais avanços, diversas legislações vigentes no Brasil atualizaram-se de forma contumaz, a fim de garantir ao consumidor que seus direitos sejam respeitados mesmo diante de qualquer nova forma de proceder a relação consumerista, sendo tal relação aquela identificada através de seus sujeitos que são consumidor e fornecedor, em que os conceitos precisos encontram-se elencados nos artigos 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor, bem como serão melhor explorados no decorrer deste trabalho.

Sendo certo tal prerrogativa, verificou-se que a legislação vigente precisou atentar-se as mudanças recaídas sobre as relações consumeristas, bem como de proteger o consumidor diante das novas problemáticas que foram apresentadas com o avanço tecnológico.

Adentrando-se de forma primária ao impacto ocasionado pelo avanço tecnológico nas relações de consumo, salienta-se, o reconhecimento da vulnerabilidade e a proteção ao consumidor na relações de consumo realizadas na *internet*. Denota-se que grande são os impactos que o consumidor pode sofrer neste tipo de relação, contudo o presente artigo tem como objetivo esclarecer a vulnerabilidade, proteção e segurança dos dados do consumidor.

Conseqüentemente os motivos que ensejaram a realização de tal pesquisa foram os diversos novos casos que surgiram em torno desta discussão, que não possuíam qualquer entendimento jurídico no tocante a vulnerabilidade do consumidor e possíveis consequências para este e para o fornecedor.

Partindo desta premissa, o artigo presente busca esclarecer conceitos como e o que é a vulnerabilidade, proteção e segurança do consumidor no CDC, os entendimentos sobre o que é

³ Rede remota internacional de ampla área geográfica que proporciona transferência de arquivos e dados, juntamente com funções de correio eletrônico para milhões de usuários ao redor do mundo; net, rede, web.

dado e como estes são valiosos no mundo tecnológico atual, explorando o passado da legislação com o Marco Civil da Internet e consequentemente com o entendimento trazido pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Por fim a última parte do trabalho, irá apresentar uma pesquisa, observando que o presente trabalho tem o objetivo na pesquisa bibliográfica e de campo, quantitativa e qualitativa, foi realizado uma pesquisa com um grupo de indivíduos de idades diferentes e realizado a verificação sobre o conhecimento da legislação, termos, a importância da segurança e outros questionamentos concernente ao Comércio Eletrônico e o Mercado Consumerista.

1 – AS INOVAÇÕES TRAZIDAS COM O ADVENTO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.

1.1 Considerações Gerais.

O entendimento sobre o Comércio Eletrônico e o Mercado Consumerista é de suma importância para a sociedade atual, contudo ressalvados os diversos princípios que moldam o Código de Defesa do Consumidor e atual a violação de dados que ocorrem nas diversas relações presente na rede mundial de computadores, em especial, ao Comércio Eletrônico.

Neste sentido, a presente pesquisa visa analisar os casos sobre violação de dados presentes nas relações consumeristas, verificar os entendimentos trazidos a partir das leis que moldaram o Comércio Eletrônico Nacional.

1.2. Breve análise histórica sobre as relações de consumo, sua aplicabilidade e reconhecimento anteriormente a promulgação do referido código de lei.

A relação de consumo não é algo atual e que surgiu somente após o advento do Código de Defesa do Consumidor, sabe-se que desde dos primórdios na época em que se começou a realização das trocas comerciais. É importante esclarecer que no começo dos tempos as trocas naturais que consistiam em trocas de produtos naturais que conhecemos hoje como sal, trigo e outros correlatos.

Contudo antes de adentrar-se a questões no tocante as relações cambiais, é importante trazer alguns fatos históricos que antecederam a criação do Código de Defesa do Consumidor, sendo certo que desde dos primórdios já era evidente algumas medidas adotadas que poderiam ser reconhecidas como uma defesa especial do consumidor.

Verifica-se que os textos legais históricos começavam em sua primazia, indiretamente, tomar condutas a fim de garantir uma proteção ao indivíduo que recebia bens materiais e prestação de serviços, sendo que as medidas impostas aos membros da sociedade garantiam que os trabalhos que fossem realizados da maneira mais eficaz possível, uma vez que o membro no papel de fornecedor resistia ao máximo as medidas coercitivas colocadas pelos antigos textos

de lei.

Posteriormente reconhece-se que as trocas de produtos entre os indivíduos da sociedade começaram a ter uma maior complexidade, um exemplo é que anteriormente as trocas podiam acontecer livremente, podendo ocorrer trocas em qualquer valor e qualquer quantidade.

De certo é importante esclarecer que as trocas comerciais começaram possuir uma maior complexidade a partir do momento que adentrou-se há uma maior complexidade para a produção do bens e dos serviços, dando-se partida ao entendimento do que viria ser a Primeira Revolução Industrial. E para melhor esclarecer o entendimento do que era a relação comercial nesta época, verifica-se o entendimento do Professor Dr. Lucas Colombera Vaiano Piveto, que menciona em seu livro “O Legítimo Interesse da Proteção de Dados”, informando o seguinte texto.

O ponto de partida relacionado ao modelo de organização e desenvolvimento social remonta ao aperfeiçoamento do cultivo da agricultura e aos meios de troca pelo escambo, o que levou ao surgimento de introdutórias práticas comerciais, já existindo, naquele ocasião, técnicas de produção com o propósito de admitir máquinas a vapor, consolidando-se, assim, a Primeira Revolução Industrial. (PIVETO, L.C.V., 2020, p. 09)

Com isso verifica-se que com a evolução das relações humanas, em conjunto com a evolução da complexidade do mercado, adentrou-se o período da Primeira Revolução Industrial, visto, que neste período a água e o vapor para melhorar a produção era o principal intuito de fornecedores.

Consequentemente houve um grande avanço com as guerras que se sucederem posteriormente, com a produção através da eletricidade e petróleo. Embora, este avanço não foi somente nas formas de produzir, mas também nas formas de empreender o produto, dessa maneira, alguns Estados já aquele tempo iniciava a pensar em maneiras de possuir uma legislação específica para proteção e vulnerabilidade do consumidor perante a venda indevida e até mesmo a sua segurança na hora de realizar uma compra.

Em exemplo, podemos falar sobre a Lei Sherman que surgiu no Estados Unidos por volta de 1890, sendo que está fora uma das primeiras leis que se adentrou ao período americano e começou a ter uma grande influência na atividade econômica no Estado Unidos, sendo certo que este sofreu uma grande influência das medidas que começavam a ser adotadas na Inglaterra, com o *Railway Regulation Act*⁴, sobre isso, bem pontua Davi Monteiro Diniz em seu artigo científico realizado sobre a regulação econômica trazida pela *Lei Sherman* ou *Lei Anti trusts* nos Estados Unidos, sendo que um dos motivos da aplicação de tal lei fora exatamente a garantir de saúde e segurança dos consumidores.

Destaca-se que as relações consumeristas possuíam de tempos em tempos uma

⁴ Railway Regulation Act - Lei de Regulamentação Ferroviária

atualização, para que está pudessem de fato acompanhar as evoluções que iam ocorrendo com a sociedade. No Brasil, não foi diferente, uma vez que no século passado tais relações estavam sob a legislação do Código Civil e posteriormente houve o surgimento do Código de Defesa do Consumidor.

1.2. A Ascensão do Código do Consumidor e seus princípios

Por conseguinte é importante trazer que historicamente no Brasil, uma legislação sobre a relação consumerista viera a surgir somente em 11 de Setembro de 1990, quando o tão conhecido Código de Defesa do Consumidor, teve sua vigência e sendo aplicado até os dias atuais. Contudo anteriormente a esta data, era ciente que o consumidor estava inseguro diante das demandas que o mercado capitalista estava impondo. De certo que era aplicado a tais casos o Código Civil vigente na data, que, por conseguinte, não era muito vantajoso ao consumidor.

Conforme mencionado a aplicação do Código Civil para sanar problemas que envolvessem a seara consumerista ocasionou problemas graves a proteção ao consumidor no geral no Brasil, podemos assim dizer.

Analisemos para melhor entender, o seguinte enunciado e entendimento que é trazido pelo autor Rizzatto Nunes, em seu livro Curso de Direito de Consumidor, às páginas 52/54 (E-PUB), observa-se:

“Então, quando nos referimos às relações contratuais privatistas, o que se faz é uma interpretação objetiva de um pedaço de papel com palavras organizadas em proposições inteligíveis e que devem representar a vontade subjetiva das partes que estavam lá, na época do ato da contratação, transmitindo o elemento subjetivo para aquele mesmo pedaço de papel. E uma vez que tal foi feito, pacta sunt servanda, isto é, os pactos devem ser respeitados.

Acontece que isto não serve para as relações de consumo. Esse esquema legal privatista para interpretar contratos de consumo é completamente equivocado, porque o consumidor não senta à mesa para negociar cláusulas contratuais. Na verdade, o consumidor vai ao mercado e recebe produtos e serviços postos e ofertados segundo regramentos que o CDC agora pretende controlar, e de forma inteligente. O problema é que a aplicação da lei civil assim como a memória dos operadores do direito geram toda sorte de equívocos. Até a oferta, para ilustrarmos com mais um exemplo, é diferente nos dois regimes: no direito privado é um convite à oferta; no direito do consumidor, é uma oferta que vincula o ofertante.

Então esta era, foi e ainda é, uma situação que acabou afetando o entendimento da lei. Se não atentarmos para esses pontos históricos do fundamento da sociedade contemporânea, teremos muita dificuldade de interpretar aquilo que o CDC regrou especificamente. Este é um ponto." (NUNES, 2021, p. 52/53).

Com isso, verifica-se que as relações jurídicas quando se adentram as relações cíveis,

seja de compra e venda ou não, respondem exclusivamente sobre os princípios que estão reconhecidos dentro do direito civil, o que não ocorre na relação consumerista. Sendo que quando a relação é reconhecida pelo Código de Defesa do Consumidor, já se encontra disposto para estes diversos deveres do fornecedor perante o consumidor.

Com isso, reconhece-se que antes do Código de Defesa do Consumidor, o Código Civil que em época era o Código Civil de 1916, cujo texto fora alterado posteriormente em 2002. Sendo que o Código de Defesa do Consumidor surgiu aproximadamente na realização da renovação da troca da principal legislação civil, tendo uma legislação específica no ano 1990.

Desta forma, com o advento do Código Consumerista, estipulou-se diversos deveres ao fornecedor perante ao consumidor, sendo que este encontra-se em uma grande desvantagem perante o fornecedor. É importante destacar que com o advento do CDC, alguns requisitos tornaram-se inerentes para reger as relações consumeristas, como exemplo os princípios que são destacados no artigo 6º e nos seus incisos, sendo o princípio de proteção a vida, segurança, informação adequada, preservação do mínimo existencial, entre outros elencados.

A fim de melhor explicar o mencionado no artigo 6º e o seu inciso I, que reconhece o princípio da proteção a vida qualificado da seguinte forma no CDC.

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

Conclui-se portanto que chegar no ano de 1990, pouco tempo após a promulgação da recente, em época, Constituição Federal de 1988. Com isso, o surgimento do Código de Defesa do Consumidor, veio para confirmar os princípios já elencados na Constituição Federal, bem como esclarecer o previsto na Carta Magna de 1988, em seu artigo 5º, inciso XXXII, que menciona a proteção ao consumidor que deverá ser realizada pelo Estado. Estabelecendo assim princípios a fim de proteger esses grupos contra práticas que possam atentar contra sua proteção, segurança, informação, educação, patrimônio, entre outros.

1.3. Reconhecimento da relação de consumo e a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor.

O código do consumidor é claro ao trazer em seu texto quem figura como consumidor na relação de consumo. Com isso, o seu artigo 2º de uma forma sucinta define quem é consumidor trazendo o seguinte texto:

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.

É importante mencionar que a legislador se preocupou em trazer, além mencionar que o consumidor é uma pessoa física ou jurídica, que o consumidor é aquele que utiliza o produto ou serviço como destinatário final, deste modo, o consumidor deve ser de fato o indivíduo ou empresa que deverá realizar a utilização final do que está sendo realizado pelo fornecedor para seu próprio proveito.

Destaca-se conjuntamente que há uma discussão sobre a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor no tocante a pessoa jurídica, possuindo algumas restrições no que tange ao seu reconhecimento como consumidor em razão de não possuir um dos principais requisitos trazidos no CDC que é a insuficiência perante o fornecedor, havendo de certo modo uma maior especificidade para aplicação deste lei na proteção de pessoas jurídicas. Para melhor firma este entendimento, observa-se o julgado abaixo.

AÇÃO MONITÓRIA CONTRATO DE ABERTURA DE CRÉDITO EM CONTA
RELAÇÃO DE CONSUMO PESSOA JURÍDICA CONSUMIDORA LIMITAÇÃO
DOS JUROS 1 - A relação jurídica qualificada por ser 'de consumo' não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus polos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor) e de outro, um fornecedor. Mitigação da vulnerabilidade, de acordo com os precedentes do Superior Tribunal de Justiça. Diante disso, evidente a possibilidade de pessoa jurídica ser consumidora dos produtos e serviços bancários. 2 Aplica-se a Súmula Vinculante n. 7, inclusive para contratos anteriores à sua edição, em nome da uniformização da jurisprudência. Em caso de os juros remuneratórios não encontrarem prévia estipulação contratual devem ser aplicadas as taxas de mercado para as operações equivalentes. Juros que foram expressamente pactuados no contrato, em taxa menor do que aquela praticada pelo mercado em operações equivalentes na mesma época. RECURSO IMPROVIDO.⁵

Em contrapartida, o outro polo a compor a relação consumerista, é o fornecedor que encontra-se definido pelo artigo 3º do diploma legal consumerista, que traz o seguinte texto sobre o fornecedor podendo ser observado abaixo:

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,

⁵ (TJ-SP - APL: 91153102320088260000 SP 9115310-23.2008.8.26.0000, Relator: Maria Lúcia Pizzotti, Data de Julgamento: 16/12/2013, 20ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 07/01/2014)

salvo as decorrentes das relações de carácter trabalhista.

É importante destacar que o referido artigo acima define os atos que são realizados por pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira que realizam atividades com fins de empreendimento que realizam os referidos verbos mencionados no artigo, que são “*produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços*”.

Diante de tal fato, que ainda encontra uma generalidade, traz em seus dois parágrafos a classificação do que seria produto, apresentando características dos bens que seriam reconhecidos como produto. E conseqüentemente no outro parágrafo traz a classificação dos serviços que adentram a relação de consumo.

Para melhor evidenciar o elucidado acima, verifica-se o entendimento doutrinário sobre uma conceituação sobre o reconhecimento de fornecedores na relação de consumo. O autor Rizzato Nunes, em seu livro traz o seguinte conceito sobre o consumidor, afirmando os entendimentos acima mencionado.

"Não há exclusão alguma do tipo de pessoa jurídica, já que o CDC é genérico e busca atingir todo e qualquer modelo. São fornecedores as pessoas jurídicas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, com sede ou não no País, as sociedades anônimas, as por quotas de responsabilidade limitada, as sociedades civis, com ou sem fins lucrativos, as fundações, as sociedades de economia mista, as empresas públicas, as autarquias, os órgãos da Administração direta etc." (NUNES, 2021, p.229)

Diante do apresentado, torna-se claro que o Código de Defesa do Consumidor, se preocupou em trazer o entendimento sobre quais os requisitos de quem pode figurar no polo passivo da demanda e conseqüentemente quais atos que reconhecem o fornecedor em tal relação de consumo. Sendo que a falta de qualquer destes pressupostos caracteriza a não aplicação do referido texto de lei, enquadrando-se assim nos textos de leis gerais do Código Civil.

2 – EVOLUÇÃO DA SOCIEDADE E MEIOS DIGITAIS ATINENTES AO MERCADO CONSUMERISTA.

2.1. Aplicação da relações de consumos no ambiente do digital e do comércio eletrônico e reconhecimento da vulnerabilidade e novos deveres e obrigação trazidos pelo Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013.

Evidentemente com os avanços da quarta revolução industrial que se passa e com os impactos ocasionados pela pandemia de COVID-19, enfrentada nos anos de 2020 e 2021. As relações de consumo passaram a ter uma grande atuação no mercado digital. O consumo em sites de varejo começou a realizar-se de forma em massa, sendo que inclusive através de aplicativos de celular as pessoas conseguem realizar sua compra de mantimentos do mês.

Contudo ressalta-se que os fornecedores nesses segmentos não se isentam diante dos deveres que a legislação consumerista impõe e sim devem ter um maior cuidado com as relações a que estão submetidos.

Para melhor transparecer o elucidado acima, verifica-se o entendimento de que é importante trazer uma pesquisa para levantamento de informações estáticas concernente as formas de compra e relação de consumo trouxe que no ano de 2021 o e-commerce no Brasil teve um recorde de faturamento, sendo quase o valor R\$ 161 bilhões de reais, sendo este um aumento bem significativo perante o ano anterior, em que ainda havia uma certa instabilidade financeira diante altos pontos da pandemia, o aumento foi basicamente de 16,8% em relação do ano de 2020, conforme pesquisa realizada pela *NeoTrust*⁶, que é a empresa responsável por realizar este tipo de pesquisa no país. Além do mais, é importante ressaltar que o segmento que possui um maior aumento de procura e compra no e-commerce são materiais de escritório, informática e comunicação.

Agora fica o presente questionamento, como funciona os princípios mencionados acima no âmbito do comércio eletrônico? E quais os principais princípios que devem ser observados nesta relação?

A análise das questões acima elucidam que diante de toda a esfera digital atualmente possuir uma grande demanda, diversos tipos de violação a informação de pessoas e empresas ocorrem neste âmbito. Desta forma os fornecedores devem atentar-se exclusivamente para a segurança dos dados dos consumidores que são cedidos e também garantir uma conscientização dos consumidores da segurança de seus dados, garantindo assim que a relação de consumo possua uma maior cooperação do fornecedor na relação de consumo trazendo a devida proteção ao consumidor e conseqüentemente ensinando consumidor de medidas que podem ser realizadas por ele a fim de evitar fraudes.

Com isso é importante ressaltar e tornar claro que o CDC trouxe um capítulo exclusivo para as políticas nacionais para garantir ao consumidor uma maior proteção e evidenciando assim a vulnerabilidade deste perante os fornecedores.

Neste sentido no trabalho apresentado no livro *Direito do Consumidor na Sociedade de Informação*, no capítulo dois, de autoria dos mestres Cristiano Heineck Schmitt e Camila Possa de Oliveira, trazem que a vulnerabilidade é um ponto chave da relação de consumo. Uma vez que a principal premissa do referido Código consiste na proteção e reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor perante o fornecedor na relação, reconhecendo assim a desigualdade existente na relação consumerista.

Os mestres trazem em seu texto é uma questão interessante, dividem a vulnerabilidade em quatro tipos, a vulnerabilidade informacional, técnica, jurídica e fática. Contudo no presente

⁶ Empresa de pesquisa de dados concernente projeções do e-commerce, com dados reais dos maiores lojistas do comércio digital

texto, averigua-se somente a vulnerabilidade informacional (que é o pertinente ao tema), trazem o seguinte entendimento sobre.

"Sobre a vulnerabilidade informacional, considerando-se que, no século XXI, é na informação que se concentra o poder, cabe aos *experts* da cadeira de consumo, os fornecedores, adotar aparatos compensatórios que garantam uma simetria de dados entre eles e os consumidores. Assim, o direito do consumidor, largamente difundido ao longo do CDC, somente se verifica diante da concretização do dever do fornecedor em compartilhar aquilo que somente ele sabe acerca do produto ou do serviço."

Com isso, torna-se claro a responsabilidade do fornecedor perante ao consumidor de garantir que este saiba todas as informações atinentes ao produto que está comprando ou contratando. Devemos atentar-se agora para um ponto de que com a evolução da sociedade e principalmente do mercado de consumo, destaca-se que o fornecedor deve atentar-se a garantir uma proteção ao consumidor diante de toda a relação consumerista.

Melhor entendendo, o consumidor ao realizar uma transação com algum fornecedor na Rede Mundial de computadores, deverá sempre realizar o depósito de dados e informações pessoais no site do fornecedor e conseqüentemente alimentando o banco de dados do fornecedor. Assim, aumentando a sua vulnerabilidade perante este.

Estando evidente que o consumidor cedendo suas informações para realização de compra aumenta sua vulnerabilidade, a legislação brasileira não poderia ficar inerte perante estas relações que estavam acontecendo na sociedade. Com isso, é importante adentrarmos no que cerne o Decreto de 7.962 de 15 de março de 2013.

Apesar de ser uma legislação que veio bem anteriormente a pandemia e principalmente ao momento em que os dados dos consumidores ainda não sofriam grandes ataques com o costume atual, verifica-se que o presente decreto trata-se de um entendimento normativo a fim de proteger e regular a contratação de comércio eletrônico.

Partindo de tal premissa, verifica-se alguns entendimentos que são trazidos por este decreto que concerne sobre o referido artigo. Consistindo assim, na forma que o decreto do ano de 2013, já trazia a responsabilidade da proteção dos dados do consumidor pelo fornecedor. Sendo, inclusive, bem claro na proteção destes dados, observa-se os seguintes artigos.

Art. 4º Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá:

VII - utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor.

No mesmo aspecto do entendimento anterior, além do destaque da vulnerabilidade do consumidor perante a relação de consumo, bem como a sua vulnerabilidade sendo ampliada

diante da concessão de dados ao fornecedor. O artigo 4º do referido Decreto visou gerar uma responsabilização do fornecedor diante de algum possível vazamento de dados do consumidor, informando que é de responsabilidade do fornecedor o tratamento de dados do consumidor.

Partindo da mesma premissa, observa-se um outro ponto relevante dentro do Decreto que regula o contratação do comércio eletrônico, que é a devida informação ao consumidor, reconhecendo assim o dever de informação que também recaiu-se para o fornecedor, conforme reconhecido e estabelecido no artigo 2º do referido decreto, que trouxe em seu *caput* e incisos.

Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;

III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;

IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;

V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e

VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

Nesta toada, verifica-se que o artigo 2º do referido Decreto a fim de equiparar as relações entre as partes, têm como intuito garantir que todas as informações necessárias do fornecedor podendo o consumidor assim estar por dentro ao menos de informações básicas do consumidor para que se tenha uma propositura das demandas em juízo. Contudo, é evidente que há um reconhecimento de que o consumidor não possui qualquer equiparação e capacidade de armazenamento e processamento das informações que obtém como o fornecedor.

2.2 A Lei Nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), aplicação, princípios e matérias que abrangem a esfera consumerista e entendimentos sobre a aplicação do Marco Civil da Internet na relação de consumo e seus deveres.

Posteriormente ao Decreto 7.962 de 15 de março de 2013, ocorre a aplicação de um grande instituído em diversos segmentos do direito que foi a Lei de Nº 12.965 de 23 de abril de 2014 ou conforme também ficou cohecida Marco Civil da Internet. O intuito da referida lei, era

regular a forma que a *internet* funciona em nosso país e conseqüentemente não poderia apresentar obscuridade nas relações consumeristas.

Logo de início no artigo 3º do referido diploma legal já apresentado os princípios norteadores do tema, abrangendo os incisos abaixo prescritos.

Art. 3º A disciplina do uso da internet no Brasil tem os seguintes princípios:

II - proteção da privacidade;

III - proteção dos dados pessoais, na forma da lei;

V - preservação da estabilidade, segurança e funcionalidade da rede, por meio de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e pelo estímulo ao uso de boas práticas;

Ademais, o diploma legal acima mencionado, traz conjuntamente, definidamente a proteção que deve ser concedida ao consumidor durante o acesso a rede mundial de computadores. Tornando claro a vulnerabilidade do consumidor perante todo o seu acesso, a concessão de dados, e conseqüentemente a monitoração que é realizada a este durante o seu período de uso. O artigo 7º, inciso XIII, é cirurgico ao trazer.

Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos:

XIII - aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor nas relações de consumo realizadas na internet.

Com isso, resta evidente que o Marco Civil da Internet também possui como intuito, além de regular as formas de navegação da internet no Brasil, regular a maneira de como as relações de consumo devem prosseguir no âmbito do espaço virtual. Reconhecendo a aplicação do ordenamento jurídico vigente e suas disposições perante as relações de consumo que se procederem no âmbito da rede mundial de computadores. Possuindo a relação consumerista realizada no âmbito do comércio eletrônico, mais um diploma legal para que se tenha respaldo.

3 – ECLOSÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS E SUA INFLUÊNCIA NOS PRÍNCÍPIOS DE DIREITO CONSUMERISTA.

3.1. Ascensão da Lei Geral de Proteção de Dados e seus princípios concernente ao tratamento de dados

Posteriormente houve no Brasil a aprovação da Lei 13.709 de 14 de agosto de 2018, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados, trazendo matérias que consiste na proteção de dados dos usuários da rede mundial de computadores. É importante reconhecer que a LGPD têm como intuito garantir uma proteção do usuário perante toda a adição, sucessão e até mesmo cessão dos dados e informações que são concedidos aos bancos de dados.

Com isso é notório que o referido diploma legal se tornou um marco para o ordenamento jurídico vigente, trazendo a legislação que em época se fazia necessária. De certo modo, averigua-se que a referida lei também assegurou a aplicabilidade dos princípios que são estabelecidos na Constituição Federal. Para melhor entendermos o relacionamento entre os princípios norteadores do direito e a Lei Geral de Proteção de Dados é importante entendermos o que prescreve o autor Lucas Colombera Vaiano Piveto, em seu livro “*O Legítimo Interesse na Lei Geral de Proteção de Dados*”, trazendo o seguinte entendimento.

Fundados nesses pressupostos, e antes de adentrar-se à análise das bases legais de tratamento de dados pessoais, estão os princípios enraizados na Lei Geral de Proteção de Dados: finalidade, adequação, necessidade, livre acesso, qualidade dos dados, transparência, segurança, prevenção, não discriminação e responsabilização e prestação de contas (art. 6º)[...]

Os princípios almejam impor limitações ao tratamento de dados, assim como atribuir poder ao indivíduo para que poder controlar o fluxo de seus dados, já examinados em páginas anteriores são, expressamente, enunciados e, conseqüentemente, devem ser articulados com base em cada um dos princípios. (PIVETO, L.C.V., 2020, p. 105)

Com isso destaca-se novamente que um ordenamento jurídico que concerne sobre a segurança, e neste ponto exclusivamente sobre a proteção de dados dos usuários. Precisamente têm como principal ponto o arguido pelo autor que é a segurança, transparência, prevenção e prestação de contas.

O princípio da segurança é reconhecido evidentemente no próprio título da lei, no que tange ao princípio da transparência, o autor acima mencionado continuamente destaca-se em seu livro uma conceituação sobre o princípio da transparência, conforme pode ser verificado no ponto destacado abaixo:

O princípio da transparência empoderará o titular do dado, visto que todos os agentes de tratamento de dados pessoais devem garantir a eles informações claras, precisa e facilmente acessíveis acerca do procedimento, bem como os respectivos atores de tratamento, respeitados os sigilos comerciais e industriais. (PIVETO, L.C.V., 2020, p. 109).

E com essa conceituação chega-se a um ponto debatível. Atualmente verifica-se que mesmo tratando-se de um diploma legal que teve uma grande visibilidade e que conjuntamente trouxe uma legislação específica no que tange a transparência o número de usuários que não recebem uma orientação clara e precisa sobre a proteção de seus dados ainda é alta. Sendo que tais dados poderão inclusive ser verificados diante de uma pesquisa realizada com usuários das redes sobre o conhecimento das demandas que englobam a LGPD e CDC. Sendo certo que o princípio da transparência encontra-se estipulado em ambos diplomas legais.

Por fim e não menos importante, verifica-se o que traz o entendimento do mesmo autor sobre a princípio da prestação de contas, asseverando a seguinte compreensão.

O princípio da responsabilização e prestação de contas (accountability), preconiza a

necessidade de demonstração de comprovação, pelo agente de tratamento de dados pessoais (controlador ou operador), da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais. Vale frisar que esse princípio tem por fundamento principal a demonstração, por todos os agentes de tratamento, do emprego de medidas e boas práticas eficazes, da observância e do cumprimento das normas de proteção de dados pessoais, quando solicitado. (PIVETO, L.C.V., 2020, p. 109/110).

Diante do apresentado acima, verifica-se mais uma vez um ponto que é conseqüentemente deixado de lado por grande parte de fornecedores ao realizar o armazenamento de dados de seus usuários. Sendo a não observância de tal princípio uma possível afronta ao princípio da informação que é assegurado na Constituição Federal, em seu artigo 5º, XXXIII.

Sobre tal princípio, é importante destacarmos o seguinte entendimento jurisprudencial concretizando a vulnerabilidade do usuário/consumidor diante da falta de informação ou até mesmo pela informação levada de forma que não se torne suficiente para o entendimento do indivíduo, observa-se o entendimento trazido pelo Tribunal de Justiça do Paraná.

EMENTA: RECURSO INOMINADO. EMPRESA DE TELEFONIA. CONTRATAÇÃO DE PLANO EMPRESARIAL. ABERTURA DE CNPJ SEM A AUTORIZAÇÃO DA PARTE AUTORA. USO INDEVIDO DOS DADOS PESSOAIS DO AUTOR. falha no dever de informação. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO evidenciada. DANOS MORAIS COMPROVADOS NO CASO EM TELA. quantum indenizatório mantido. SENTENÇA mantida. RECURSO CONHECIDO E não PROVIDO. (TJPR - 2ª Turma Recursal - 0004628-55.2019.8.16.0160 - Sarandi - Rel.: JUÍZA DE DIREITO SUBSTITUTO FERNANDA BERNERT MICHIELIN - J. 14.02.2022)⁷

Além do mais, verifica-se que uma pesquisa realizada pela empresa Surfshark⁸, verificou que o Brasil foi o 4º país do globo a ter mais violação de dados de seus usuários somente 2º trimestre de 2022, conseqüentemente sendo o 1º da América do Sul, conforme bem anunciado no texto do site Convergência Digital⁹. Portanto, verifica-se que o princípio da transparência, prestação de contas cumulado com o princípio da segurança devem possuir um maior respaldo diante dos casos de violação de dados que são apontados.

4 – A VULNERABILIDADE DE DADOS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO.

4.1. O que é a Vulnerabilidade de dados e a responsabilidade do fornecedor de produtos ou serviços no tocante à perda de dados ou exposição de dados dos fornecedores.

Pois bem, dadas as circunstâncias acima mencionadas (concernente a

⁷ (TJ-PR - RI: 00046285520198160160 Sarandi 0004628-55.2019.8.16.0160 (Acórdão), Relator: Fernanda Bernert Michielin, Data de Julgamento: 14/02/2022, 2ª Turma Recursal, Data de Publicação: 14/02/2022)

⁸ Site da empresa disponível em <https://surfshark.com/pt-br/alert>.

⁹ <https://www.convergenciadigital.com.br/Seguranca/Vinte-e-cinco-contas-sofrem-violacao-de-dados-por-minuto-no-Brasil-60887.html?UserActiveTemplate=mobile>

vulnerabilidade e informação que lhe é devida). É preciso analisarmos o que é a vulnerabilidade dados, como já exposto em alguns capítulos anteriores, a palavra vulnerabilidade tem sua etimologia do *der do lat vulnerabilis+dade, como fr vulnérabilité*. Tendo como significado, segundo o dicionário Michaelis: *Qualidade ou estado do que é vulnerável. Suscetibilidade de ser ferido ou atingido por uma doença; fragilidade. Característica de algo que é sujeito a críticas por apresentar falhas ou incoerências; fragilidade.* (VULNERABILIDADE, 2022). Com base neste na tradução da palavra observa-se o último entendimento, com foco na palavra *fragilidade*.

Conforme explanado nos capítulos anteriores, sabe-se que na relação consumerista o Consumidor encontra-se em vulnerabilidade perante o fornecedor na relação. Deste modo, o próprio código de defesa do consumidor estabelece diversas medidas a fim de garantir que o Consumidor seja protegido diante de grandes violações desta relação de consumo.

Relembrando este entendimento, é importante mencionar o que é são dados digitais de cada indivíduo, sendo que a Lei Geral de Proteção de Dados trouxe em seu artigo 5º em seus incisos todas as nomenclaturas necessárias para um melhor entendimento do que a referida Lei se aplica. Trazendo o seguinte entendimento sobre os dado pessoal e dado anonimizado (dados de um alguém que não pode ser identificado).

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 a titular que não possa ser identificado, considerando a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis na ocasião de seu tratamento;

Com conceituação trazida pela LGPD, torna-se claro a importância deste em todo o âmbito eletrônico. Sendo que estes dados são informações pessoais de cada indivíduo podendo realizar as relações no âmbito consumerista. Contudo para melhor apresentar um conceito sobre o tema, é importante trazeremos o entendimento do autor Tarcísio Teixeira, em seu livro *Lgpd E E Commerce*, observa-se:

Assim, os dados pessoais poderiam ser classificados em diretos e indiretos: diretos quando as informações identifiquem diretamente a pessoa e indiretos quando a pessoa puder ser identificada pelas informações.

Frise que o titular de um dado é a “pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento” (LGPD, art. 5º, V). Pessoas jurídicas

de quaisquer espécies não são titulares de dados pessoais para efeitos da LGPD.

Uma vez o dado pessoal estar sujeito a tratamento, questão torna-se sujeita à aplicação da LGPD. De outro modo, os dados anonimizados não estão suscetíveis a esse regime jurídico, sendo que, conceitualmente, dado anonimizado consiste no “dado relativo a titular que não possa ser identificado, considerando a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis na ocasião de seu tratamento”. Trata-se, portanto, do dado pessoal que se tornou anônimo ou foi convertido em anônimo." (TEIXEIRA, 2021, p.394).

Neste sentido, nota-se a importância que os dados possuem nas relações de consumo principalmente no âmbito do Comércio Eletrônico. Sobre o Comércio Eletrônico o referido autor mencionado acima, também traz a sua conceituação.

Contudo, entendemos que o comércio eletrônico é uma expansão e sofisticação na forma de se divulgar e comercializar produtos e serviços, ou seja, é o comércio convencional realizado por meio de contratação à distância e uso da informática." (TEIXEIRA, 2021, p.47).

Deste modo, torna-se evidente a problemática da relação de consumo perante as transações realizadas. Com isso, verifica-se que ônus da informação, segurança e proteção dos consumidores neste âmbito recai-se para os fornecedores desta relação, conforme entendimento elencados no Código de Defesa do Consumidor, já explanados anteriormente.

Ademais, verifica-se que por tratar-se de um âmbito em que grande parte das pessoas não possuem um entendimento consolidado sobre o que pode ocorrer com o vazamento de suas informações na rede mundial de computadores, conforme pesquisa realizada, é demonstrado como o fornecedor possui uma grande responsabilidade de informar o consumidor sobre o uso destes dados.

Contudo para evitar um não amparo ao consumidor, os entendimentos jurisprudenciais tem tido a tendência de encaminhar a responsabilidade pela informação do que pode ocorrer com os dados de cada individuo para o fornecedor, uma vez que conforme o entendimento jurisprudencial, em relações de consumo o dever de informação sempre se recai para o fornecedor.

ADMINISTRATIVO. CONSUMIDOR. PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO. VÍCIO DE QUANTIDADE. VENDA DE REFRIGERANTE EM VOLUME MENOR QUE O HABITUAL. REDUÇÃO DE CONTEÚDO INFORMADA NA PARTE INFERIOR DO RÓTULO E EM LETRAS REDUZIDAS. **INOBSERVÂNCIA DO DEVER DE INFORMAÇÃO. DEVER POSITIVO DO FORNECEDOR DE INFORMAR.** VIOLAÇÃO DO PRINCÍPIO DA CONFIANÇA. PRODUTO ANTIGO NO MERCADO. FRUSTRAÇÃO DAS EXPECTATIVAS

LEGÍTIMAS DO CONSUMIDOR. MULTA APLICADA PELO PROCON. POSSIBILIDADE. ÓRGÃO DETENTOR DE ATIVIDADE ADMINISTRATIVA DE ORDENAÇÃO. PROPORCIONALIDADE DA MULTA ADMINISTRATIVA. SÚMULA 7/STJ. ANÁLISE DE LEI LOCAL, PORTARIA E INSTRUÇÃO NORMATIVA. AUSÊNCIA DE NATUREZA DE LEI FEDERAL. SÚMULA 280/STF. DIVERGÊNCIA NÃO DEMONSTRADA. REDUÇÃO DO “QUANTUM” FIXADO A TÍTULO DE HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS. SÚMULA 7/STJ. (grifo nosso).

Neste sentido é perceptível que mesmo que haja a aplicação do entendimento da proteção do consumidor elencado no Código de Defesa do Consumidor, é importante reconhecer que quando se trata da legislação no âmbito do comércio ainda há falta de uma legislação para melhor elencar o dever de informação do fornecedor no âmbito digital. Uma vez que grande parte dos consumidores das relações consumeristas não sabem o que é a violação de dados e também não possuem a compreensão do que realizar em caso de uma violação de dados.

4.2. Estudo de caso – atitudes que devem ser tomadas perante a violação de dados.

Em análise do que fora explanado anteriormente, é importante verificarmos nos casos práticos em como a possível informação do fornecedor perante suas responsabilidades perante seus próprios dados, podem gerar uma maior ciência do consumidor e consequentemente evitar que as violações de dados venham a ocorrer.

De certo, que há casos que os sites dos fornecedores podem estar infectados por um vírus conhecido como *Phishing*¹⁰, deste modo, as informações e todos os atos realizados em seu site ou plataforma podendo sofrer ataques de *crackers*¹¹

Com isso e para melhor esclarecer a ideia explanada de que a informação sobre a vulnerabilidade destes dados, bem como sobre o ensino necessário de maneiras de violação de dados que se faz necessária, é importante analisarmos a seguinte jurisprudência representando um caso em que houve uma violação de dados, comprovando que a discussão já chegou aos tribunais brasileiros. Observa-se:

PROTEÇÃO DE DADOS CADASTRAIS – Ação de obrigação de fazer c.c. indenização por dano moral – Alegado vazamento de dados pessoais da autora dos cadastros e sistemas da ré, os quais se encontram em poder de terceiros, que os vem utilizando mediante mensagens de texto e ligações telefônicas referentes a propagandas indesejadas, o que vem causando grande constrangimento, aborrecimento, angústia e perda da paz de espírito, que

¹⁰ Phishing é uma técnica de fraude online, utilizada por criminosos no mundo da informática para roubar senhas de banco e demais informações pessoais, usando-as de maneira fraudulenta. (PHISHING, 2022).

¹¹ inf perito em informática que usa seus conhecimentos para violar sistemas ou redes de computadores. (CRACKERS, 2022).

configuram dano moral indenizável - Pretensão de compelir a ré a apresentar as informações das entidades públicas e privadas com as quais realizou uso compartilhado de dados, bem como fornecer declaração clara e completa que indique a origem dos dados, a inexistência de registro, os critérios utilizados e a finalidade do tratamento, assim como cópia exata de todos os dados referentes à autora constantes em seu banco de dados, além de recolher os dados de todos os locais onde foram compartilhados sem autorização, sob pena de multa diária e, ainda, a notificação, por ofício, da Autoridade Nacional de Proteção de Dados Pessoais (ANPD), o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), a Fundação Procon-SP, a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), e o Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP), sobre a violação da LGPD e, por fim, a condenação da ré a fazer ampla divulgação da violação de dados em meios de comunicação e pagamento de indenização por danos morais – Providências administrativas que podem ser realizadas diretamente pela parte interessada em cada uma das entidades ou órgãos - Inexistência de direito da autora de obter informações genéricas relativas a universalidade de consumidores e, ainda, de solicitação prévia e escrita, diretamente à acionada, no tocante aos supostos dados cadastrais da acionante vazados por hackers (arts. 18, caput e § 3º, e 19, inc. II, da Lei nº 13.709/18)- Ação de hackers que inviabiliza ou dificulta a identificação do responsável pelo vazamento e, ainda, o recolhimento dos dados de todos os locais onde as informações pessoais teriam sido compartilhadas sem autorização, como pretende a acionante - Cumprimento pela ré da regra prevista no artigo 48, § 2º, I, da Lei nº 13.709/18 (comunicação no site da empresa de possível vazamento de dados pessoais) – A invasão por hacker em sistema de informática da ré com eventual obtenção de informações acerca de dados pessoais de seus consumidores é evento extraordinário e fortuito externo, eis que decorrente de ação criminosa cibernética praticada por terceiros totalmente desatrelada do serviço prestado pela acionada, o que afasta a alegação de defeito do serviço e a responsabilidade civil da ré por eventuais danos por eles suportados – Ausência de prova ou de indícios de inobservância do artigo 46 da Lei 13.709/18 ou de qualquer conduta ilícita que viabilize a indenização, nos termos dos arts. 42 e 43, inc. III, in fine, da Lei nº 13.709/18 e, ainda, de que dados cadastrais (especialmente os sensíveis – art. 5º, inc. II, da Lei supracitada) da autora não são sensíveis (artigo 5º, II, da Lei 13.709/18) da autora tenham sido vazados com a invasão dos hackers – Dano moral – Autora que não se desincumbiu do ônus da prova de que, em virtude do vazamento de seus dados pessoais, passou a receber mensagens indesejadas via celular, ligações de propaganda, e-mails indesejados ou boletos bancários falsos e, ainda, de efetiva exposição da imagem ou constrangimento, humilhação, dano a sua honra, a sua boa imagem ou que sua intimidade ou privacidade foram devassadas – Improcedência mantida – Litigância de má-fé não verificada – Multa afastada - Recurso provido em parte.¹²

¹² (TJ-SP - AC: 10005684620218260007 SP 1000568-46.2021.8.26.0007, Relator: Correia Lima,

É importante verificar que no presente caso a Recorrida, estava pleiteando danos morais perante o fornecedor em razão de ter tido os seus dados devidamente vazados por um terceiro através do site do fornecedor. Sendo os danos ocasionados o envio de mensagens para o telefone da Recorrida, propagandas, o que estaria gerando o aborrecimento da Recorrida. E ao final requereu que ao final a Recorrente para divulgar a violação de dados ocorrida a fim de que cada usuário que teve suas informações violadas tivesse ciência.

O entendimento do tribunal foi no sentido de que é uma obrigação da Recorrente ter que arcar com a divulgação da violação de dados que ocorrerá em seu site. Esclarecendo assim o dever de informação do fornecedor perante a violação de dados ocasionadas por terceiros. Contudo, tornou claro que o dano moral solicitado não merece ter a procedência devida, uma vez que como o caso foi gerado por uma violação ocasionada por um terceiro e assim um caso fortuito, o sentido é o de afastar a relação de consumo.

Assim não havendo o ônus probatório do fornecedor e consequentemente devendo a Recorrida ter que comprovar todo o dano moral sofrido, que no caso em tela, é presumível o mero aborrecimento da Recorrida.

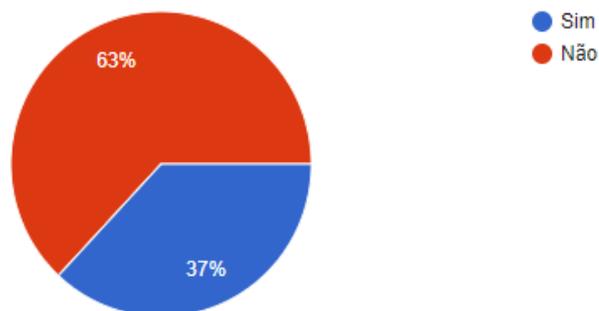
4.3. Pesquisa de Opinião realizada através da plataforma do Google Forms, concernente ao conhecimento de indivíduos sobre a vulnerabilidade digital e exposição de dados perante no tocante ao comércio eletrônico.

Para melhor realizar a compreensão do que foi mencionado acima e para uma compreensão melhor de como ainda nos dias atuais as pessoas não possuem um entendimento básico sobre a proteção de seus dados observa-se uma falta de legislação perante a responsabilização do fornecedor diante da proteção dos dados dos indivíduos no âmbito do comércio eletrônico.

Com isso, foi disponibilizado um formulário Google para 46 pessoas, através do link <https://forms.gle/FBVjABCc7zFNmHTE7>. No formulário foi realizado alguns questionamentos, destaca-se dois deles e alguns comentários dos indivíduos que responderam a pesquisa.

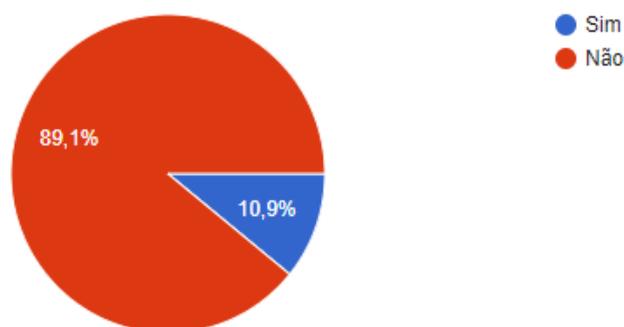
Um questionamento pertinente foi a seguinte pergunta “*você sabe o que é vulnerabilidade de dados do consumidor no Comércio Eletrônico?*” sendo que grande parte dos indivíduos que responderam não sabem do que se trata a vulnerabilidade digital. Conforme devidamente representado no gráfico abaixo:

Figura 1



O segundo questionamento que também teve uma grande importância foi a seguinte pergunta “*Você sabe quais medidas podem ser adotadas no âmbito do Direito do Consumidor quando ocorrer o vazamento de dados pelo fornecedor?*”, possuindo o seguinte resultado:

Figura 2



Conforme restou demonstrado grande parte dos consumidores além de não entenderem do que se trata a vulnerabilidade, conseqüentemente não imaginam como e quais as medidas que podem adotar para sanar algum problema que esteja enfrentando de violação de dados.

Além do mais para que haja o acesso a pesquisa completa, acessar através do link: <https://drive.google.com/file/d/1yCVimpiuYUslzWsZKIaMszPxARQ1L2t/view?usp=sharing>

CONCLUSÃO

Em suma, verifica-se que as relações de consumo é algo que sempre esteve presente nas evoluções das sociedades em todo globo, as políticas de trocas sempre estiveram presente na sociedade. Em conformidade com o que foi apresentado no decorrer do artigo, é notório que as relações de consumo sempre estiverão presentes em todo o globo. No Brasil é demonstrável a evolução da proteção ao consumidor no âmbito das relações consumeristas, não somente através da promulgação da Constituição Federal em 1988, como também com a ascensão do

Código de Defesa do Consumidor em 1990. Com isso, possuindo a relação de consumo uma legislação específica para estabelecer um parâmetro normativo nestas relações.

No tocante a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor, é demonstrável a sua conceituação de quais indivíduos e pessoas encontram abrangidas pela conceituação de consumidor, bem como aqueles que se encontram definidos como fornecedores. Demonstrando assim quando estará reconhecível a relação de consumo e as suas aplicabilidades.

Em seguida é possível notar em como essa relação *inter* indivíduos teve que ir acompanhando a sociedade da informação, que foi ganhando mais espaço, principalmente no mercado consumerista. Com isso, teve-se o Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013, que teve como intuito regular a forma de contratação e prestação de serviços do comércio eletrônico. Com isso gerando um impacto nas relações consumeristas desde 2013.

Posteriormente houve a promulgação da Lei 12.965 de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), que tinha como intuito estabelecer os direitos e deveres no âmbito da rede mundial dos computadores. Posteriormente houve o advento da Lei 13.709 de 14 de agosto de 2018, que estabelecia a conceituação do que são dados, da importância e como proceder referente aos dados que são disponibilizados pelos usuários na rede mundial de computadores.

Adentra-se portanto na problemática apresentada, atualmente grande parte das empresas e fornecedores não realizam o uso devido de seus recursos a fim de informar o consumidor sobre a relevância de seus dados e os cuidados que devem ser realizados ao estar diante de uma relação de consumo no Comércio Eletrônico.

Com isso, com a pesquisa realizada tornou-se claro que grande parte das pessoas realizaram transações através da *Web*¹³ e sequer sabiam do que trata-se a vulnerabilidade de dados, como realizar a proteção destes ou até mesmo as medidas cabíveis para sanar algum problema que venha a ocorrer neste âmbito.

Deste modo, torna-se claro que atualmente o Brasil possui a ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados), sendo que através dela deve-se haver o requerimento de imposição de políticas públicas a fim de tornar um conhecimento para os indivíduos da sociedade sobre as medidas de como se proteger diante de fraudes dentro do Comércio Eletrônico.

Além do mais é importante mencionar que no âmbito do Consumerista, deve haver uma medida legislativa com o intuito de imposição aos fornecedores de ensinar os consumidores a realizar a compra passo-a-passo, de uma forma de fácil compreensão, orientando inclusive ao consumidor realizar os passos corretos de uso de aplicativo bancário para efetuar o pagamento. Sendo que em tal ato encontra-se a grande vulnerabilidade dos consumidores.

¹³ Nome pelo qual a rede mundial de computadores internet se tornou conhecida a partir de 1991, quando se popularizou devido à criação de uma interface gráfica que facilitou o acesso e estendeu seu alcance ao público em geral.

Conclui-se portanto que atualmente uma falha na legislação no tocante ao dever de prestação de informação do fornecedor perante o consumidor, mesmo havendo legislação que denotem a presunção do princípio da informação, é necessária a imposição de políticas públicas regulatórias e constitutivas no tocante ao dever do fornecedor de prestar as informações necessárias aos consumidores, bem como o ensino dos membros da sociedade, através de cartilhas como exemplo, sobre a proteção de seus dados no comércio eletrônico e nas relações realizadas através da rede mundial dos computadores.

REFERÊNCIAS

TEIXEIRA, Tarcisio, IgpD e E-commerce / Tarcisio Teixeira. - 2. ed. - São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

PIVETO, Lucas Colombero Vaiano Piveto, O legítimo interesse na lei geral de proteção de dados/ Lucas Colombero Vaiano Piveto. – Rio de Janeiro : Lumen Juris, 2020. 186 p.

NUNES, Rizzatto, Curso de direito do consumidor / Rizzatto Nunes. – 14. ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2021. 976 p." (NUNES, 2021, p.0)

Direito do consumidor na sociedade da informação [recurso eletrônico]/Ana Cristina Couto Schwartz ... [et al.]; coordenado por Guilha Magalhães Martins, Fernando Rodrigues Martins, Lindojon Geronimo Bezerra dos Santos. – Idaiatuba, SP: Editora Foco, 2022. 304p.: ePUB.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

Código de Defesa do Consumidor. Decreto Presidencial nº 2.181, de 20 de março de 1997, Brasília, DF, 1997.

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, [2020]. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/114020.htm> Acesso em: 27 de set. 2022.

BRASIL. Marco Civil da Internet. Lei 12.964/14. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm> Acesso em: 27 set. 2022.

_____. Decreto 7.962, de 15 março de 2013. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm> Acesso em: 27 set. 2022.