

A LGPD E OS IMPACTOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

*Márcia Regina Negrisoni Fernandez Polettini**

1 INTRODUÇÃO

Em 2020, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei n. 8078/90, completa 30 anos de existência em nosso ordenamento jurídico. Uma legislação que sem dúvidas mudou a via dos brasileiros. Ao longo do tempo, muitas alterações ocorreram nas relações consumeristas, inclusive impulsionadas pelo avanço da internet, mas o CDC permanece atual, já que foi concebido prevendo a evolução da sociedade, de maneira vanguardista.

Na mesma linha de importância recebemos, com celebração, em nosso arcabouço normativo, a nova Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Lei n. 13.709/18, que entra em vigor no ano de 2021 em nosso país e que igualmente também deve mudar a vida dos cidadãos. Uma lei que é condição para o Brasil seguir dentro de uma economia global, já que é tendência dos países desenvolvidos terem as suas leis de proteção de dados.

*Advogada, Presidenta da OAB Bauru (gestão 2019-2021). Mestra em Direito e professora das Faculdades Integradas de Bauru- FIB.

A observância ao CDC e à LGPD é pressuposto essencial sobretudo para que as empresas evitem sanções que podem inclusive inviabilizar o negócio. Nesse sentido, o Direito do Consumidor ganhou um novo aliado.

Isso porque grande parte dos bancos de dados pessoais são constituídos por dados originários das relações de consumo.

Portanto, as previsões principiológicas da LGPD dialogam com as previsões do CDC, sendo inclusive a defesa do consumidor um dos fundamentos da Lei Geral de Proteção de Dados.

Neste artigo, será avaliado em que ponto a relação entre mercado e consumidor será modificada com essa nova legislação e como ambas garantem o consentimento para o uso dos dados pessoais e a privacidade.

2 PRINCÍPIOS CONVERGENTES DO CDC E DA LGPD

Em uma sociedade globalizada e conectada, o consumidor cada dia mais está atento e empoderado de seus direitos. E não é diferente quando o assunto é privacidade que, aliás é uma das grandes preocupações dos órgãos de defesa do consumidor no Brasil. Tanto que o Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor apoiou com afinco a sanção da LGPD.

Justamente nesse momento, quando se trata de privacidade, que as legislações convergem pela primeira vez.

Tanto o CDC quanto a LGPD garantem que o uso dos dados pessoais deve ser consentido, e são claros ao determinar a necessidade de comunicar ao consumidor sobre a coleta desses dados. Vejamos.

O artigo 43 do CDC trata sobre o acesso aos dados pessoais pelos consumidores, nos seguintes termos:

CDC

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

§ 1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

§ 2º A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.

§ 3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.

§ 4º Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.

§ 5º Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.

§ 6º Todas as informações de que trata o *caput* deste artigo devem ser disponibilizadas em formatos acessíveis, inclusive para a pessoa com deficiência, mediante solicitação do consumidor.

LGPD

Art. 7º O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses:

I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;

Nesse contexto, destacam-se 2 princípios comuns a ambas as legislações: os princípios da informação e da transparência.

2.1 PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO

Ambas as legislações trazem o direito do cidadão a ter informações claras e adequadas sobre o tratamento de seus dados pessoais.

O artigo 43 do CDC traz essa garantia de acesso às informações cadastrais, quando assegura ao consumidor o direito de ser notificado previamente à abertura do cadastro, tendo ainda o direito de corrigir informações inexatas.

Já o Art. 6º da LGPD determina que o tratamento do dado pessoal observe a boa-fé e o livre acesso aos titulares para consulta fácil e gratuita. Aliás, o livre acesso à informação relacionada aos dados pessoais é um direito básico da LGPD.

O consumidor poderá solicitar informações relacionadas à finalidade, forma e duração do tratamento dos dados pessoais em instituições de crédito como Serasa, por exemplo. E mais. Poderá exigir que, no prazo de 15 dias, seja feita a correção de dados desatualizados ou incompletos bem como a anonimização, bloqueio ou eliminação de dados excessivos ou desnecessários.

É comum que as instituições financeiras façam o cálculo do *score* com base em dados pessoais já constantes em cadastros de forma automática, sendo que o consumidor poderá requerer a revisão sempre que entender haver alguma inconsistência. Havendo descumprimento por parte da instituição ou empresa dessa exigência do consumidor, o mesmo poderá fazer uma denúncia perante a autoridade nacional de proteção de dados.

O direito de ser informado abrange ainda as situações de compartilhamento de dados com entes públicos. É o que diz o artigo 18, inciso VII da LGPD, *in verbis*:

Art. 18. O titular dos dados pessoais tem direito a obter do controlador, em relação aos dados do titular por ele tratados, a qualquer momento e mediante requisição:

VII - informação das entidades públicas e privadas com as quais o controlador realizou uso compartilhado de dados;

O dispositivo reforça a importância de que o titular tenha pleno conhecimento do tratamento de seus dados pessoais, bem como qualquer tipo de compartilhamento e extensão desse compartilhamento.

Já artigo 7º da LGPD complementa esse direito ao exigir o consentimento também para o compartilhamento dos dados.

Arremata a proteção ao consumidor em relação ao compartilhamento dos dados, o § 6º do artigo 18 ao dispor que:

§ 6º O responsável deverá informar, de maneira imediata, aos agentes de tratamento com os quais tenha realizado uso compartilhado de dados a correção, a eliminação, a anonimização ou o bloqueio dos dados, para que repitam idêntico procedimento, exceto nos casos em que esta comunicação seja comprovadamente impossível ou implique esforço desproporcional.

2.2 PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA

Previsto no artigo 6º, inciso VI da LGPD, o princípio da transparência revela o direito às informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial.

Princípio de extrema importância sobretudo na área da segurança da

informação, tema que está em alta devido aos escândalos de vazamento de dados e invasões telefônicas.

O CDC também traz a preocupação com a segurança, visando a proteger a vida e a saúde contra os riscos de produtos e serviços.

A entrada em vigor da LGPD traz o desafio de gestão da conformidade e da transparência, na qual as empresas terão que se adaptar a uma nova realidade.

Portanto, o princípio da transparência deve nortear toda e qualquer relação do controlador, responsável pelo tratamento de dados pessoais, com o titular dos dados, garantindo a este o direito de acesso aos seus dados pessoais. Por esse princípio também é garantido o dever de informar os critérios de tratamentos utilizados para finalidades informadas ao titular.

3 DIREITO DO CONSUMIDOR COMO FUNDAMENTO DA LGPD

A LGPD, em seu art. 2º, disciplina que a proteção de dados pessoais tem como um de seus fundamentos, a defesa do consumidor. E nesse sentido, não restam dúvidas de que a maior parte das relações jurídicas onde incidirá a LGPD, coincidirão com as normas protetivas do consumidor, como por exemplo, nas relações bancárias, serviços públicos, planos de saúde etc.

A lei faz do consumidor um verdadeiro protagonista nas decisões empresariais que envolvem o uso de seus dados, trazendo maior segurança ao mercado.

Uma das exigências que a lei trouxe às empresas é o dever de atendimento de todos os titulares de dados.

Há pouco tempo da entrada em vigor da LGPD as empresas devem se adequar às novas exigências, inclusive adaptar seus canais de atendimento ao consumidor (SAC) para também adequadamente atenderem a essa nova demanda.

Uma nova realidade que é muito bem-vinda, vez que os dados pessoais dos titulares devem ser amplamente protegidos e resguardados, já que são verdadeiras espécies de direitos fundamentais (DONEDA, 2011).

A LGPD torna-se, portanto, um mecanismo importante para proteção da privacidade dos consumidores

4 SANÇÕES

Diferentemente das sanções previstas na LGPD (art. 52 da Lei nº 13.709/2018), a violação dos direitos dos consumidores (Lei nº 8.078/90) pode constituir infração penal, tendo em vista que impedir ou dificultar o acesso do consumidor, bem como, deixar de corrigir ou lhe entregar informações a seu respeito, configura crime com pena de detenção ou multa, nos termos do artigo 72 e 73 do CDC:

Art. 72. Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros:
Pena Detenção de seis meses a um ano ou multa.

Art. 73. Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata:
Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Já para a LGPD, eventuais violações dos direitos dos titulares de dados pessoais devem ser comunicadas à ANPD (autoridade nacional de proteção de dados) que fará uma auditoria e poderá penalizar a empresa, conforme as sanções previstas no artigo 52, que são:

Art. 52. Os agentes de tratamento de dados, em razão das infrações cometidas às normas previstas nesta Lei, ficam sujeitos às seguintes sanções administrativas aplicáveis pela autoridade nacional:
I - advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;
II - multa simples, de até 2% (dois por cento) do faturamento da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou conglomerado no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração;
III - multa diária, observado o limite total a que se refere o inciso II;
IV - publicização da infração após devidamente apurada e confirmada a sua ocorrência;

- V - bloqueio dos dados pessoais a que se refere a infração até a sua regularização;
- VI - eliminação dos dados pessoais a que se refere a infração;
- X - suspensão parcial do funcionamento do banco de dados a que se refere a infração pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período, até a regularização da atividade de tratamento pelo controlador;
- XI - suspensão do exercício da atividade de tratamento dos dados pessoais a que se refere a infração pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período;
- XII - proibição parcial ou total do exercício de atividades relacionadas a tratamento de dados.

Verifica-se que as sanções previstas na LGPD possuem caráter administrativo e financeiro para as empresas, mas não envolve reflexos penais.

5 CONCLUSÃO

O tema proteção de dados pessoais ganhou uma enorme relevância em nossa sociedade atual, sobretudo em tempos de economia digital ou a chamada Revolução 4.0, onde os dados passam a valer mais do que petróleo. Tanto que motivou uma legislação europeia, a GDPR, que inspirou a nossa legislação no Brasil, a LGPD.

Também é uma área estratégica para a defesa e proteção do consumidor, a ponto de ter sido eleita como tema prioritário pelo Comitê de Política do Consumidor da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

No entanto, ainda é necessária uma maior atenção pelos consumidores brasileiros em relação à importância que o mesmo dá ao valor de sua privacidade e de seus dados, já que se comparado com os consumidores europeus, os brasileiros estão num estágio menos avançado, inclusive em termos legislativos, já que a LGPD é extremamente recente em nosso ordenamento.

Para as empresas, a entrada em vigor da LGPD também traz grande movimentação para a adequação a uma nova realidade, de forma semelhante à inquietação gerada quando da entrada em vigor do CDC há 30 anos atrás.

Temos a partir de 2021 duas legislações que, caminhando juntas se complementam, sempre a serviço do bom relacionamento entre mercado e consumo.

REFERÊNCIAS

BRASIL. *Lei 8.078/90*. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em 25 de maio de 2020.

_____. *Lei 13.709/18*. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em 25 de maio 2020.

CUEVA, Ricardo Villas Bôas. A insuficiente proteção de dados pessoais no Brasil. *Revista de Direito Civil contemporâneo*, São Paulo, v. 13, out.-dez. 2017.

COTS, Mario; OLIVEIRA, Ricardo. *Lei Geral de Proteção de Dados comentada*. 2.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

DONEDA, Danilo. A Proteção dos dados pessoais como um Direito Fundamental. *Espaço Jurídico Joaçaba*, v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011.

FRAZÃO, Ana. Fundamentos da proteção dos dados pessoais. Notas introdutórias para a compreensão da importância da Lei Geral de Proteção de Dados. In: TEPEDINO, Gustavo; FRAZÃO, Ana; OLIVA, Milena. *Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no Direito Brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 23-52.

MARQUES, Claudia Lima *et al.* *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4ª ed. São Paulo: RT, 2013.