

## X SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA FACULDADE DE DIREITO DA FUNDAÇÃO ESCOLA SUPERIOR DO MINISTÉRIO PÚBLICO – FMP (2020)

### A LGPD NAS RELAÇÕES DE CONSUMO:

a tutela da proteção de dados pessoais e a crise do consentimento nos contratos de adesão celebrados pela internet à luz da lei geral de proteção de dados

Autor: Angela Ascoli

Orientador: Juliano Madalena

Instituição: Uniritter

Linha 02: Tutelas à efetivação dos direitos transindividuais

É comum as pessoas celebrarem contratos de adesão pela internet a todo momento, muitas vezes sem tomar conhecimento do seu teor, aceitando sem ler os “Termos de Uso” de sites e aplicativos. O advento de uma norma específica, qual seja, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), é de extrema importância para a regulamentação das medidas que devem ser adotadas no tratamento dos dados pessoais, sendo de grande relevância a adequação das empresas para que atuem em conformidade com a lei. Contudo, em que pese a intenção da LGPD seja proteger os dados pessoais, observa-se que o consentimento para o tratamento destes dados pode ser mitigado em diversas situações, inclusive no que tange as relações de consumo nos contratos digitais. Ou seja, observa-se uma crise no consentimento dos dados pessoais, podendo gerar um impacto no direito fundamental à privacidade e uma colisão de normas, com o Código de Defesa do Consumidor. O presente trabalho tem como objetivo avaliar a aplicabilidade da LGPD nas relações de consumo, em seu artigo 7, e compreender a forma que será coletado (ou não) o consentimento do consumidor para o tratamento dos seus dados pessoais. Com isso, busca-se analisar se a forma como se dá o consentimento atualmente, vem acompanhada da autonomia privada do consumidor, pela manifestação clara da sua vontade, com o objetivo de confirmar se os contratos digitais são, de fato, um negócio jurídico. Ainda, analisar-se-á a viabilidade de as prestadoras de serviços requererem o consentimento expresso para o tratamento dos dados pessoais, inclusive em contratos digitais de adesão. Isso tudo, verificando a incidência da norma anterior existente, o Código de Defesa do Consumidor. Ainda, utilizou-se de pesquisa empírica para verificar o conhecimento dos usuários acerca da matéria, com resultados preliminares que indicam que 95,7% dos entrevistados consideram importante proteger os seus dados, e 89,1% entendem os “Termos de Uso” como um contrato, contudo, 85,6% dos entrevistados, aceitam os “Termos de Uso” sem uma leitura do seu conteúdo, pois consideram o texto muito maçante e/ou confuso. Portanto, verifica-se que, se tratando de um contrato assinado sem a vontade e consentimento expresso do consumidor para o tratamento dos seus dados pessoais, não se pode considerar o objeto como um negócio jurídico, o que reforça a importância da adequação das empresas para o tratamento de dados pessoais, em *compliance* com a LGPD. Por fim, verifica-se a necessidade de as prestadoras de serviço alterarem a disposição dos “Termos de uso e consentimento”, talvez com a sua “*gamificação*”, apresentada de uma forma mais simples, clara e atrativa para o usuário, fazendo com que este efetivamente leia tais termos e registre o seu consentimento expresso para o tratamento de seus dados pessoais, perfectibilizando o negócio jurídico através da sua vontade expressa.

**Palavras-chave:** Lei Geral de Proteção de Dados. Contratos de Adesão. Direito do Consumidor. Direito à Privacidade. Direito Digital. Tratamento de dados pessoais. Teoria da Vontade.