

# A APLICABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS DE TECNOLOGIAS INTERATIVAS: O TRATAMENTO DE DADOS COMO MODELO DE REMUNERAÇÃO

---

*THE CONSUMER PROTECTION CODE ENFORCEMENT IN THE ELECTRONIC CONTRACTS  
OF INTERACTIVE TECHNOLOGIES: THE DATA PROCESSING AS A REMUNERATION MODEL*

**STHÉFANO BRUNO SANTOS DIVINO**

Mestrando do Programa de Pós-Graduação da Pontifícia  
Universidade Católica de Minas Gerais – PUC-MG.  
sthefanobloog@hotmail.com

Recebido em: 09.01.2018

Pareceres em: 04.06.2018 e 06.06.2018

**ÁREA DO DIREITO:** Consumidor

**RESUMO:** Partindo da análise do conceito de prestação de serviços e do conceito de remuneração trazidos pela doutrina e pelo Código Consumerista, exsurge-se a problemática do presente escrito: o CDC é aplicável nos contratos eletrônicos de tecnologias interativas? Para a construção da mudança paradigmática, o artigo objetivará demonstrar o tratamento de dados como forma de remuneração àqueles serviços e enquadrar esse molde contratual nas diretrizes protetivas do código consumerista. A metodologia utilizada será a de pesquisa bibliográfica, para a coleta de dados, e o método hermenêutico-concretizador, para argumentação. Ao final, conclui-se pela incidência do Código de Defesa do Consumidor nos contratos eletrônicos de tecnologias interativas em virtude de o prestador de serviços ser remunerado por meio da coleta e tratamento de dados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Código de Defesa do Consumidor – Redes sociais – Tecnologias interativas – Tratamento de dados – Remuneração.

**ABSTRACT:** Starting from the analysis of the concept of service rendering and the concept of remuneration brought by doctrine and the consumer code, comes-up the problem of this paper: is the CDC applicable in electronic contracts for interactive technologies? For the construction of paradigmatic change, the article will aim to demonstrate the treatment of data as a form of remuneration to electronic services and to frame this contractual mold in the protective guidelines of the consumer code. The methodology used for a data collection is the bibliographical research, and for the argumentation the hermeneutic-concretizing method. At the end, it is concluded by the incidence of the Consumer Protection Code in the electronic contracts of interactive technologies by virtue of the provider of services be remunerated through the collection and processing of data.

**KEYWORDS:** Consumer Protection Code – Social media – Interactive technologies – Data processing – Remuneration.

As considerações resultantes da metodologia de coleta de dados e do método hermenêutico-concretizador para a argumentação direcionam à satisfação da problemática e dos objetivos inicialmente pautados.

Durante o espectro argumentativo, foi possível enquadrar o tratamento de dados no conceito de remuneração indireta. A contraprestação fornecida pelo usuário do serviço – aparentemente gratuito – é a cessão de dados pessoais para geração de renda oriunda de anúncios publicitários para o fornecedor daquele. Partindo-se dessa premissa, demonstrou-se que existem as condições necessárias para configurar a existência de uma relação consumerista nos contratos eletrônicos de tecnologias interativas: habitual prestação de serviços; remuneração indireta; e prestação por uma pessoa física ou jurídica. Portanto, o problema de pesquisa e os objetivos foram consolidados.

Outra perspectiva proposta pelo artigo foi de colocarmos-nos diante da possibilidade de incidência da legislação brasileira, em especial o CDC, para tutelar a coleta e o tratamento de dados. Utilizando-se do art. 11, § 2º, da Lei 12.965/2014, essa aplicação será possível. Basta que o serviço que realize a coleta e o tratamento de dados seja ofertado ao público brasileiro para que a legislação pátria recaia e tutele essa relação jurídica.

Deve-se concluir que os meios interativos são capazes de modificar a capacidade de coleta e tratamento de informações e instituir uma nova mercadoria capaz de modificar as relações entre fornecedores e consumidores de bens e serviços. Informações podem ser vendidas, a critério de seu detentor, seguidas as diretrizes contratuais. Múltiplas questões e diversos problemas surgem nesse cenário. Logo, as regras sobre proteção de dados devem ser aplicadas em conjunto com o CDC, utilizando-se do diálogo das fontes, quando preenchidos os requisitos para tanto.

## 6. REFERÊNCIAS

- COLÔMBIA. *Ley Estatutaria 1581 de 2012 reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1377 de 2013: por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales*. Disponível em: [www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=49981]. Acesso em: 08.01.2018.
- FACEBOOK. *Política de Dados da Rede Social Facebook*. Disponível em: [//www.facebook.com/about/privacy/]. Acesso em 08.01.2018.
- MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo: Saraiva, 2014.
- MÉXICO. *Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares de 5 de julio de 2010*. Disponível em: [www.diputados.gob.mx/Leyes-Biblio/pdf/LFPDPPP.pdf]. Acesso em: 08.01.2018.

- MOZILLA. Cookies – *O que são e como excluir?* Disponível em: [<http://br.mozdev.org/firefox/cookies>]. Acesso em: 08.01.2018.
- RODOTÀ, Stefano. *A vida na sociedade da vigilância: a privacidade hoje*. Trad. Danilo Doneda e Luciana Cabral Doneda. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.
- UNIÃO EUROPEIA. *Directiva 95/46/CE do Parlamento Europeu e do Conselho*, 1995. Disponível em: [<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex:31995L0046>]. Acesso em: 08.01.2018.
- UNIÃO EUROPEIA, Agência dos Direitos Fundamentais. *Manual da Legislação Europeia sobre Proteção de Dados*. Luxemburgo: Serviço das Publicações da União Europeia, 2014. Disponível em: [<https://rm.coe.int/16806ae65f>]. Acesso em: 08.01.2018.
- UNIÃO EUROPEIA. *Regulamento 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho*, 2016. Disponível em: [<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32016R0679>]. Acesso em: 07.01.2018.
- VENUGOPAL, Aishwarya. *Facebook supera estimativa de lucro conforme venda de anúncios cresce*. *Época Negócios*. Disponível em: [<http://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2017/11/epoca-negocios-facebook-supera-estimativa-de-lucro-conforme-venda-de-anuncios-cresce.html>]. Acesso em: 08.01.2017.
- WACKS, Raymond. *Personal information: privacy and the law*. Oxford: Clarendon Press, 1989.
- WHATSAPP. *Política de Dados da Rede Social Whatsapp*. Disponível em: [[www.whatsapp.com/legal/#privacy-policy-information-we-collect](http://www.whatsapp.com/legal/#privacy-policy-information-we-collect)]. Acesso em: 08.01.2018.

## PESQUISAS DO EDITORIAL

### Veja também Doutrina

- A contratação eletrônica de aplicativos virtuais no Brasil e a nova dimensão da privacidade do consumidor, de Dennis Verbicaro e Ana Paula Pereira Martins – *RDC 16/369-391 (DTR\2018\12712)*;
- A tutela do consumidor nas redes sociais virtuais responsabilidade civil por acidentes de consumo na sociedade da informação, de Guilherme Magalhães Martins e João Victor Rozatti Longhi – *RDC 78/191-220 (DTR\2011\1573)*;
- O diálogo entre o Marco Civil da Internet e o Código de Defesa do Consumidor, de Laura Schertel Mendes – *RDC 106/37-69 (DTR\2016\22317)*; e
- ACP do MPDFT contra Facebook, por compartilhamento de dados privados de usuários (consumidores) com a utilização do aplicativo “Lulu” - prática abusiva e violação do direito à privacidade, de Paulo Roberto Binicheski e Leonardo Roscoe Bessa – *RDC 91/481-509 (DTR\2014\574)*.