

**UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL – UNISC
CURSO DE DIREITO**

Isabela Cristine Fidelis

**ABUSIVIDADE CONTRATUAL NA ERA DIGITAL: ASPECTOS JURÍDICOS E
REFLEXOS DA LGPD**

Capão da Canoa
2023

Isabela Cristine Fidelis

**ABUSIVIDADE CONTRATUAL NA ERA DIGITAL: ASPECTOS JURÍDICOS E
REFLEXOS DA LGPD**

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de Direito da Universidade de Santa Cruz do Sul para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador(a): Prof. Ms. Aline Burin Cella

Capão da Canoa

2023

AGRADECIMENTOS

A Deus, em primeiro lugar, por permitir que eu tivesse saúde e determinação para não desanimar durante a realização deste trabalho.

Rafael, meu amor, agradeço por estar sempre ao meu lado, por me dar apoio e ser o meu maior incentivador ao longo desta jornada. Sou imensamente grata por compartilhar risos, lágrimas e conquistas, e por ser o meu porto seguro em todas as ocasiões. Obrigada por todo o amor, companheirismo, cuidado e paciência (que foi muito necessária durante essa jornada)! Eu te amo!

Ao meu filho do coração Luriel, que sempre me ofereceu todo apoio através de (muito) café, torrada e amor nos momentos de concentração para a escrita deste trabalho. Saiba que todo esse esforço é por você e pela nossa família. Eu te amo!

Ao meu amado pai Paulo, que apesar de não estar mais neste plano, olha por mim de onde estiver. A pessoa que sou hoje é o resultado da tua presença e dos teus ensinamentos. Teu amor incondicional e teu exemplo de coragem e perseverança me inspiram todos os dias. Este trabalho é uma homenagem a você, meu pai, e é com gratidão e amor eternos que dedico a você cada conquista que alcancei e as que estão por vir.

À minha mãe Clair, que nunca mediu esforços para proporcionar o melhor para nós. Obrigada por todo o amor incondicional, apoio e encorajamento. Sou eternamente grata pelos seus conselhos e por ter me ensinado a nunca desistir dos meus sonhos. Tu és minha fonte de inspiração.

À minha irmã Monise, que sempre está ao meu lado, nos momentos bons e ruins, me apoiando e incentivando a ser uma pessoa melhor todos os dias. Obrigada por ser minha amiga, parceira e confidente.

Agradeço à minha família, parentes e amigos que de alguma forma contribuíram para que eu chegasse até aqui.

Quero agradecer às minhas colegas e amigas, Adriane e Livia, que estiveram presentes com palavras de encorajamento (algumas de origem duvidosa), acolhimento e apoio. Obrigada pela amizade e por todos os desabafos e momentos de descontração durante a minha vida acadêmica. Vocês são muito especiais!

Não poderia deixar de agradecer a todos aqueles que foram meus professores no decorrer desses cinco anos de faculdade que contribuíram com ensinamentos, conselhos, conversas e orientações. Sem vocês não seria possível chegar até aqui.

Por fim, também gostaria de expressar a minha sincera gratidão à minha querida professora orientadora Ms. Aline Burin Cella, cuja dedicação, conhecimento e orientação foram essenciais para a conclusão deste trabalho. Agradeço pela confiança depositada em mim, por acreditar no meu potencial, pelos *insights* valiosos e por toda ajuda ao longo deste processo. Obrigada!

RESUMO

Os contratos, no ordenamento jurídico brasileiro, são disciplinados pelo Código Civil e podem ser protegidos, em conjunto, pelo Código de Defesa do Consumidor quando houver uma relação de consumo. Em virtude do consumidor ser a parte mais vulnerável desta relação jurídica, é preciso um maior cuidado para que se evite possíveis abusos e/ou onerosidade excessiva nessas contratações. Com o avanço da tecnologia, a era digital se adaptou e apresentou novas formas de realizar negócios, incluindo os contratos. A preocupação em relação a essa nova sistemática gira em torno da proteção dos consumidores, seus dados e a inexistência de barreiras territoriais. Assim, a proteção de dados pessoais surge no contexto da sociedade da informação como uma forma de proteger a privacidade e a personalidade dos indivíduos diante dos potenciais riscos associados ao tratamento de dados pessoais. Partindo desse contexto, o presente trabalho, por meio de uma pesquisa dedutiva e bibliográfica, pretende abordar a abusividade existente nos contratos pactuados no meio digital através de uma análise sobre os aspectos jurídicos e os reflexos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, objetivando compreender a relação de abuso existente nestes contratos. Nestes termos, o problema a ser enfrentado consiste em verificar se as mudanças trazidas pela LGPD são capazes de proteger os usuários das cláusulas impostas nos contratos eletrônicos que podem ser consideradas abusivas. Dessa forma, para alcance da pesquisa bibliográfica, foram interpretadas doutrinas, artigos científicos publicados, jurisprudências e legislações específicas, como a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Para esse propósito, o trabalho inicia com um breve estudo sobre os contratos e as relações contratuais no Direito Civil brasileiro e no Código de Defesa do Consumidor, apresentando os princípios que regem as relações de consumo. Na sequência, trata da dinâmica das relações jurídicas e os contratos na era digital, apresentando as categorias de contratação eletrônica, os contratos de adesão e discorrendo sobre o marco inicial da proteção de dados contratuais. Por fim, aborda a aplicação da LGPD e a abusividade nos contratos digitais, discorrendo sobre os obstáculos enfrentados pela lei frente aos referidos contratos, concluindo-se que a referida legislação possui extrema importância no quesito proteção jurídica dos dados pessoais dos usuários em ambientes de compartilhamento intenso. Todavia, é necessário que sejam criados meios de

segurança para as relações contratuais no mundo virtual, especialmente quanto à garantia dos atos realizados. Já que a confiança é o alicerce de qualquer relação entre as pessoas e cumpre um papel essencial sobre as expectativas que são criadas entre as partes ao assumirem as obrigações ajustadas no contrato, estabelecendo assim um vínculo contratual. Isto porque a vulnerabilidade do consumidor nesse meio digital exige uma atuação efetiva dos órgãos de proteção e defesa do consumidor para coibir práticas abusivas e garantir a observância dos princípios da boa-fé, da vulnerabilidade e do equilíbrio nas relações de consumo.

Palavras-chave: Abusividade contratual. Contratos digitais. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

ABSTRACT

Contracts, in Brazilian legal order, are governed by the Civil Code and may be protected, jointly, by the Brazilian Consumer Protection Code when there is a consumer relationship. Because the consumer is the most vulnerable party in this legal relationship, greater care is needed to avoid possible abuses and/or excessive onerosity in these contracts. With the advancement of technology, the digital age has adapted and introduced new ways of doing business, including contracts. The concern regarding this new system revolves around the protection of consumers, and their data, and the inexistence of territorial barriers. Thus, the protection of personal data arises in the context of the information society as a way to protect the privacy and personality of individuals against the potential risks associated with the processing of personal data. Based on this context, this paper, using deductive and bibliographical research, intends to approach the abusive nature of contracts signed in the digital environment through an analysis of the legal aspects and the effects of the General Law of Personal Data Protection, aiming at understanding the relationship of abuse existing in these contracts. In these terms, the problem to be faced consists in verifying whether the changes brought by the LGPD are capable of protecting users from clauses imposed in electronic contracts that may be considered abusive. Thus, to reach the bibliographical research, doctrines, published scientific articles, jurisprudence, and specific legislation, such as the General Law of Protection of Personal Data, were interpreted. To this end, the work begins with a brief study of contracts and contractual relations in Brazilian Civil Law and the Brazilian Consumer Protection Code, presenting the principles that govern consumer relations. Next, it deals with the dynamics of legal relations and contracts in the digital era, presenting the categories of electronic contracts, the adhesion contracts and discussing the initial milestone of contractual data protection. Finally, it addresses the application of LGPD and the abusiveness in digital contracts, discussing the obstacles faced by the law concerning these contracts, concluding that this legislation is extremely important in terms of the legal protection of users' data in intense sharing environments. However, that means of security must be created for contractual relations in the virtual world, especially concerning the guarantee of the acts performed. Since trust is the foundation of any relationship between people and plays an essential role in the expectations that are created between the parties when they assume the obligations adjusted in the contract, thus

establishing a contractual link. This is because the consumer's vulnerability in this digital environment requires effective action from consumer protection and defense agencies to curb abusive practices and ensure compliance with the principles of good faith, vulnerability, and balance in consumer relations.

Keywords: Contractual abuse. Digital contracts. General Law of Personal Data Protection

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	AS RELAÇÕES CONTRATUAIS NO DIREITO CIVIL BRASILEIRO E CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	13
2.1	Conceito de contratos.....	13
2.2	Contratos no Código de Defesa do Consumidor	15
2.3	Princípios norteadores das relações contratuais e consumeristas	17
2.3.1	Princípio da vulnerabilidade do consumidor	17
2.3.2	Princípio da boa-fé	17
2.3.3	Princípio da equidade contratual	18
2.3.4	Princípio da transparência e o dever de informar	19
2.4	Práticas e cláusulas abusivas	19
2.4.1	Práticas abusivas	20
2.4.2	Cláusulas abusivas	21
2.5	Os desafios enfrentados pelas relações de consumo no meio digital...24	
3	CONTRATOS NA ERA DIGITAL	28
3.1	A dinâmica das relações jurídicas e os contratos digitais	28
3.1.1	Formas de contratação eletrônica	31
3.1.1.1	Contratos intersistêmicos	31
3.1.1.2	Contratos interpessoais	32
3.1.1.3	Contratos interativos	32
3.2	Contratos nas plataformas digitais.....	33
3.2.1	Contratos de adesão	34
3.2.1.1	Conceito e características	34
3.2.1.2	Termos de uso nas redes sociais	37
3.3	Marco inicial da proteção de dados contratuais	39
4	A APLICAÇÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E A ABUSIVIDADE NOS CONTRATOS DIGITAIS	42
4.1	Obstáculos enfrentados na aplicação da LGPD frente aos contratos digitais.....	42
4.1.1	Consentimento e privacidade	43
4.1.2	Falta de transparência	45

4.1.3	Responsabilidade civil sobre a proteção de dados pessoais dos consumidores	47
4.2	Confiança e vulnerabilidade	50
4.3	A violação do dever de informar.....	52
4.4	O uso indevido dos dados cadastrais	53
5	CONCLUSÃO.....	56
	REFERÊNCIAS	59

1 INTRODUÇÃO

Não há como negar que a nova era da tecnologia das informações revolucionou as relações humanas e a estrutura e organização da sociedade como um todo. Ocorre que, ao longo da vida, os indivíduos experimentam diversas situações em decorrência de suas necessidades que, por vezes, acabam por trazer consequências, gerando conflitos e crises que carecem de uma intervenção estatal através de normas que regulamentam seus comportamentos e instintos, visando reestabelecer o equilíbrio social.

Isto é, com o passar do tempo e a evolução de novas formas de organização social, o estabelecimento de regras e normas por parte do Estado tornou-se indispensável para garantir o equilíbrio e a justiça na sociedade.

Ao mesmo tempo, o comércio na era digital se expandiu rapidamente nos últimos anos, trazendo consigo novos desafios para as relações contratuais entre consumidores e fornecedores. Essas relações podem vincular as pessoas, fazendo com que elas possuam direitos e/ou deveres, uma em relação a outra, ou podem vincular pessoas a coisa, fazendo com que elas possam exercer um poder maior ou menor sobre esta.

A facilidade de acesso aos produtos e serviços oferecidos pelas plataformas online levou muitos consumidores a aderirem a contratos de adesão, elaborados unilateralmente pelos fornecedores, sem a possibilidade de negociação ou contestação dos termos constantes no documento. Além disso, a falta de transparência e clareza na linguagem utilizada nesses contratos tem gerado preocupações quanto à proteção dos direitos dos consumidores, porquanto representam a parte mais vulnerável da relação consumerista.

Isso porque, ao baixar um (in)ofensivo aplicativo, o usuário, no papel de consumidor, muitas vezes, concorda com os termos de uso e condições propostas pela plataforma digital sem ler atentamente as exigências, já que sem essa anuência não poderá desfrutar daquele serviço.

Entretanto, ao concordar com aquelas condições, nasce uma relação contratual, eventualmente, abusiva, pois o usuário, em razão de não deter o conhecimento específico para avaliar a exposição de risco, acaba cedendo à plataforma o direito de manipular os seus dados pessoais como quiser, violando direitos fundamentais quanto

a sua privacidade e intimidade, os quais são invioláveis nos termos da Constituição Federal.

No entanto, para fins de proteção ao lesado, será visto que esta relação se encontra amparada e protegida pelo Código de Defesa do Consumidor, Código Civil Brasileiro e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Nesse sentido, imprescindível um maior estudo acerca da abusividade existente nesses contratos digitais visando compreendê-los e reconhece-los e também para entender os reflexos que a Lei Geral de Proteção de Dados produzirá diante dessas situações, uma vez que tais abusos violam direitos fundamentais e afrontam princípios dispostos na legislação protecionista dos dados pessoais.

Partindo dessas circunstâncias, o presente trabalho aborda a abusividade existente nos contratos pactuados no meio digital através de uma análise sobre os aspectos jurídicos e os reflexos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, objetivando compreender a relação de abuso existente nestes contratos. Isso porque, buscou-se responder a problemática que consiste em verificar se as mudanças trazidas pela LGPD são capazes de proteger os usuários das cláusulas impostas nos contratos eletrônicos, as quais, eventualmente, são consideradas abusivas. Com esse intuito, utilizou-se como estratégia de pesquisa a abordagem dedutiva e a pesquisa bibliográfica explorando as legislações, obras jurídicas, doutrinas, decisões jurisprudenciais, artigos científicos publicados, periódicos e páginas da internet (sítio) no intuito de conferir maior credibilidade ao presente estudo.

Dessa forma, no primeiro capítulo, por meio de uma análise legislativa e bibliográfica, busca-se conceituar as relações contratuais frente ao direito civil brasileiro e ao Código de Defesa do Consumidor, pontuando os princípios norteadores dessas relações, as práticas e cláusulas abusivas e discorrendo sobre os desafios enfrentados pelas relações de consumo no meio digital.

O segundo capítulo, por seu turno, traz a análise dos contratos na era digital no que diz respeito a dinâmica das relações jurídicas e os contratos digitais e as formas de contratação eletrônica existentes, tendo como foco o de adesão e suas características, os quais são apresentados como termos de uso pelas redes sociais e, em razão disso, disserta-se acerca do marco inicial da proteção de dados contratuais.

Por fim, no terceiro capítulo, expõe-se os obstáculos enfrentados pela legislação de proteção de dados frente aos contratos eletrônicos, como a falta de transparência, consentimento e privacidade e, após, explora-se a abusividade nos contratos digitais

no que se refere a confiança e vulnerabilidade do consumidor, a violação do dever de informar e o uso indevido dos dados cadastrais pelas empresas.

O estudo do tema em questão é de grande relevância no cotidiano, frente aos novos desafios que a era digital trouxe em relação ao consumidor, visando contribuir para o debate sobre a proteção dos direitos dos consumidores na era digital e para o aprimoramento da legislação, bem como das práticas contratuais e consumeristas, uma vez que, diante essa nova realidade, o Direito se vê obrigado a evoluir com objetivo de proteger aqueles que são lesados e carecem de proteção: os consumidores.

2 AS RELAÇÕES CONTRATUAIS NO DIREITO CIVIL BRASILEIRO E CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Inicialmente, para melhor entendimento das relações contratuais em nosso ordenamento jurídico, é necessário explorar essas relações perante o Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor, objetivando compreender como essas duas áreas do Direito interagem e fornecem proteção aos consumidores nos negócios jurídicos.

No âmbito do direito civil, os contratos desempenham um papel fundamental na regulamentação das relações jurídicas entre as partes envolvidas, pois esses acordos estabelecem direitos e deveres recíprocos, sejam eles entre particulares ou entre fornecedores e consumidores. Por isso, é crucial entender o conceito de contratos e como eles funcionam dentro do contexto jurídico brasileiro.

Por outro lado, o Código de Defesa do Consumidor é uma importante legislação que visa proteger os consumidores em suas relações de consumo, uma vez que ele estabelece direitos e obrigações para ambas as partes e busca equilibrar o poder entre elas. Para tanto, no presente capítulo, serão abordados também os princípios norteadores dessas relações, os conceitos de práticas e cláusulas abusivas, bem como os desafios enfrentados no ambiente digital, onde as relações de consumo têm se intensificado.

2.1 Conceito de Contratos

Os contratos surgiram da necessidade do ser humano em se relacionar e expressar a sua vontade e traduzem-se como uma manifestação do seu próprio interesse. Consistem na principal fonte de formação de relação obrigacional entre as partes envolvidas e o Direito vêem para regular essa vontade humana de realizar negócios jurídicos e as resguardar das consequências, visto que, frequentemente, há a realização, modificação e extinção dessas relações no decorrer da vida.

A respeito do conceito de contratos, Gonçalves (2019, p. 22-23) explica:

O contrato é a mais comum e a mais importante fonte de obrigação, devido às suas múltiplas formas e inúmeras repercussões no mundo jurídico.

[...]

Segundo a lição de Caio Mário, o fundamento ético do contrato é a vontade humana, desde que atue na conformidade da ordem jurídica. Seu habitat é a

ordem legal. Seu efeito, a criação de direitos e de obrigações. O contrato é, pois, um acordo de vontades, na conformidade da lei, e com a finalidade de adquirir, resguardar, transferir, conservar, modificar ou extinguir direitos.

É um instituto jurídico de suma importância para os aspectos econômicos, sociais e jurídicos, sendo o principal mecanismo na circulação de riquezas e decorre da autonomia da própria vontade das partes. Essencialmente, o contrato visa assegurar a propriedade privada, no âmbito das relações patrimoniais disponíveis, onde as partes contratam e pactuam em conformidade com as suas pretensões, ou seja, elas realizam negócios jurídicos sobre aquilo que lhes pertence.

Na mesma linha de raciocínio, Tartuce (2019, p. 34) assevera acerca da real função do contrato

Em outras oportunidades este autor já expôs o entendimento pelo qual o contrato é hoje o instituto jurídico mais relevante para o Direito Privado. Isso porque o contrato exerce um papel importantíssimo, com vistas à circulação de riquezas, pois confere segurança às relações jurídicas. Porém, não é esse o seu papel principal. O seu fundamento é a perpetuação da vida humana, ou seja, o atendimento das necessidades da pessoa. A real *função* do contrato não é atender aos interesses do mercado, mas sim da pessoa humana!

Entretanto, com a evolução do ordenamento jurídico, atualmente, os contratos decorrem de uma visão coletivista, pois se fez necessário a intervenção estatal nesse sentido para que fosse garantido a formação desse negócio jurídico da maneira mais adequada, objetiva e transparente possível.

Em outras palavras, havendo um conflito entre o interesse particular e o coletivo, este prevalecerá, visto que existe elementos trazidos pela própria legislação que limitam essa liberdade negocial das partes no intuito de amenizar os reflexos sociais que possam ser produzidos.

E, consolidando esta reflexão, Gonçalves (2019, p. 26) propõe a seguinte definição da visão coletivista e intervenção estatal:

O Estado intervém, constantemente, na relação contratual privada, para assegurar a supremacia da ordem pública, relegando o individualismo a um plano secundário. Essa situação tem sugerido a existência de um dirigismo contratual, em certos setores que interessam a toda a coletividade. Pode-se afirmar que a força obrigatória dos contratos não se afere mais sob a ótica do dever moral de manutenção da palavra empenhada, mas da realização do bem comum.

Reale (1999) entende que para que haja a liberdade de contratar, esta necessita

estar atrelada à função social do contrato, estando baseada na prevalência dos valores coletivos sobre os individuais como a boa-fé e a probidade, pois, ainda que se trate de um princípio fundamental, é essencial à adequação das normas particulares à materialização ética da experiência jurídica.

Acerca da interpretação dos contratos, Tartuce (2019, p. 101-102) discorre:

Desse modo, os contratos devem ser interpretados de acordo com a concepção do meio social onde estão inseridos, não trazendo onerosidade excessiva às partes contratantes, garantindo que a igualdade entre elas seja respeitada, mantendo a justiça contratual e equilibrando a relação onde houver a preponderância da situação de um dos contratantes sobre a do outro. Valoriza-se a equidade, a razoabilidade, o bom senso, afastando-se o enriquecimento sem causa, ato unilateral vedado expressamente pela própria codificação, nos seus arts. 884 a 886. Por esse caminho, a função social dos contratos visa à proteção da parte vulnerável da relação contratual.

Ao considerar o contexto do contrato, é preciso analisar o interesse entre as partes para que seja possível protegê-las de cláusulas consideradas abusivas que poderão gerar uma nulidade da relação jurídica estabelecida.

2.2 Contratos no Código de Defesa do Consumidor

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) tem como base normativa o art. 5º, XXXII, da Constituição Federal que estabelece que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”, e entrou em vigor em 1991, trazendo profundas mudanças à ordem jurídica nacional, estipulando um conjunto sistemático de normas que interligou diferentes matérias por possuírem como suporte uma relação jurídica básica, caracterizada como uma relação de consumo, conforme Gonçalves (2019).

A proteção integral das relações de consumo deriva da premissa de que o consumidor é a parte mais vulnerável da relação, baseando-se que o outro detém um conhecimento maior sobre o fato ou a possibilidade de alcançar determinados objetivos com mais facilidade. Nesse aspecto, há a necessidade de restabelecer o equilíbrio na relação de consumo por meio do CDC que contém regras tidas como de ordem pública e de interesse social.

Nesse contexto, Gonçalves (2019, p.32) explica:

Partindo da premissa básica de que o consumidor é a parte vulnerável das relações de consumo, o Código pretende restabelecer o equilíbrio entre os protagonistas de tais relações. Assim, declara expressamente o art. 1º que

o Código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, acrescentando serem tais normas de ordem pública e de interesse social.

Pode-se dizer que essas normas fazem parte do direito privado, no entanto, têm foco no interesse público, sendo esse o motivo pelo qual as partes - fornecedor e consumidor – não podem as afastar pela autonomia privada.

E é em razão disso que “as normas do CDC são aplicáveis em todas as relações jurídicas de consumo e para essa relação existir é fundamental que haja em um dos polos um fornecedor e no outro um consumidor” (AQUINO, 2021, p.186).

Nunes (2018) conceitua que consumidor é a pessoa física ou jurídica que obtém um produto ou serviço para uso próprio sem a intenção de produzir outros produtos ou serviços, bem como aquele que obtém um produto ou serviço com a intenção de produzir outros produtos ou serviços, desde que estes, uma vez obtidos, sejam oferecidos regularmente no mercado de consumo, independentemente do uso e destino que o comprador lhes vai dar.

Já o fornecedor é aquele que fornece, de maneira direta ou indireta, bens ou serviços ao consumidor, independentemente de sua forma constitutiva, pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, conforme disposto no art. 3º do CDC.

Entretanto, no tocante ao fornecimento de serviços, a norma foi mais concisa em sua definição, pois mencionou apenas o critério do desenvolvimento atividades de prestação de serviços. Marques (2006, p.790) apresenta que o §2º do art. 3º indica que serviço consiste em “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração”, não esclarecendo se o fornecedor precisa necessariamente ser um profissional, bastando que a atividade seja habitual ou reiterada.

Dessa relação jurídica estabelecida entre consumidor e fornecedor, de forma escrita ou verbal, que tem como objeto um produto ou um serviço, resulta o contrato de consumo traduzindo-se em contratos de adesão, que são definidos pelo CDC, conforme preceitua Aquino (2021).

Logo, independentemente da espécie de contrato a ser pactuado entre os contraentes, Marques (2006) afirma que a convergência dos princípios entre o CDC e o CC é um ponto bastante positivo para o diálogo entre as normas existentes, dando preferência ao tratamento diferenciado às leis especiais, tal qual o CDC, e, ainda assim, respeitando a hierarquia dos valores constitucionais, através de coordenação e adaptação ao sistema para uma convivência de maneira coerente. Cumpre ressaltar

que, garantindo o diálogo entre as referidas normas, não há que se falar em retrocesso frente a proteção dos mais fracos nas relações contratuais, visto que é preciso respeitar os princípios do nosso ordenamento jurídico e proteger as relações contratuais.

2.3 Princípios norteadores das relações contratuais e consumeristas

O Direito se utiliza de várias fontes para dar uma resposta a pessoa que o invoca. Entretanto, as leis nem sempre são suficientes e, por isso, é que se utiliza das mais diversas fontes para chegar a essa resposta, como os princípios.

As relações contratuais e consumeristas são norteadas por diversos princípios que visam resguardar o melhor resultado do Direito, protegendo a parte mais fraca da relação e garantindo segurança jurídica aos direitos e deveres de cada uma das partes.

2.3.1 Princípio da vulnerabilidade do consumidor

O princípio da vulnerabilidade está previsto no art. 4^a, inciso I do Código de Defesa do Consumidor. É o reconhecimento da isonomia garantida pela Constituição Federal que diz respeito sobre a vulnerabilidade do consumidor, em razão de ser a parte mais fraca da relação de consumo. Para Nunes (2018), esta fragilidade decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico.

O primeiro aspecto está associado aos meios de produção e de ordem técnica, uma vez que o fornecedor é quem decide o que, quando e de que forma irá produzir, ficando o consumidor totalmente dependente do fornecedor e daquilo que ele produz.

Já o segundo aspecto está associado à ordem econômica, dado que, por via de regra, o fornecedor detém uma maior capacidade econômica frente ao consumidor.

2.3.2 Princípio da boa-fé

O princípio da boa-fé está previsto em duas oportunidades no CDC, no inciso III do art. 4^o dispõe sobre a harmonização dos interesses dos constituintes das relações de consumo e no art. 51, inciso IV como cláusula geral dos contratos, tendo como base a boa-fé e o equilíbrio.

Marques (2006, p. 799) afirma, genericamente, que “o princípio da boa-fé é o princípio máximo orientador do CDC.”

A boa-fé considerada pelo CDC é a boa-fé objetiva e traduz as regras de conduta que o fornecedor deve praticar no âmbito das relações de consumo, isto é, o dever de agir de maneira ética, com honestidade e lealdade, respeitando a legítima expectativa dos consumidores no intuito de determinar o equilíbrio das posições contratuais.

A respeito da boa-fé objetiva, Nunes (2018, p. 124) explica:

A boa-fé objetiva é, assim, uma espécie de pré-condição abstrata de uma relação ideal (justa), disposta como um tipo ao qual o caso concreto deve se amoldar. Ela aponta, pois, para um comportamento fiel, leal, na atuação de cada uma das partes contratantes, a fim de garantir o respeito ao direito da outra. Ela é um modelo principiológico que visa garantir a ação e/ou conduta sem qualquer abuso ou nenhum tipo de obstrução ou, ainda, lesão à outra parte ou partes envolvidas na relação, tudo de modo a gerar uma atitude cooperativa que seja capaz de realizar o intento da relação jurídica legitimamente estabelecida.

Logo, o princípio da boa-fé objetiva visa estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo, sendo coerente afirmar que a boa-fé e a equidade andam juntas.

2.3.3 Princípio da equidade contratual

Associado ao princípio da boa-fé objetiva previsto no art. 51, IV do CDC, o princípio da equidade visa a promoção do equilíbrio nas relações contratuais, tal qual, dos direitos e deveres das partes envolvidas, buscando alcançar a justiça contratual.

Marques (2006) assevera que o CDC introduziu normas imperativas, uma vez que proíbe o emprego de qualquer cláusula abusiva que garanta benefícios unilaterais ou exageradas para o fornecedor de bens ou serviços ou, ainda, que seja incompatível com a boa-fé e a equidade.

À vista disso, é vedado, nas relações de consumo, que uma parte obtenha vantagem manifestamente excessiva em desfavor da outra e, em razão disso, “foi atribuída a nulidade de pleno direito à cláusula que, em desfavor do consumidor, vem estabelecer obrigações iníquas, abusivas, que o coloquem em desvantagem exagerada”, conforme preconiza Silva (2003, p. 73).

Consequentemente, entende-se que a busca na consolidação do equilíbrio nas relações de consumo advém da proteção objetivada pelo CDC, que visa defender a parte mais frágil da relação através de um tratamento isonômico entre os envolvidos,

compreendendo assim, tratar de forma desigual os desiguais no limite de suas desigualdades, respeitando sempre a boa-fé e a equidade.

2.3.4 Princípio da transparência e o dever de informar

O princípio da transparência tem previsão expressa no *caput* do art. 4º do CDC e está atrelado ao dever de informar disposto no inciso III do art. 6º e art. 31 do mesmo Código e busca assegurar que o consumidor tenha acesso as informações claras e corretas sobre aquilo que ele está consumindo.

Isso se dá independentemente da fase negocial em que se encontre, uma vez que não se pode ser ocultada nenhuma questão inerente ao produto ou serviço que o mesmo esteja adquirindo, partindo do pressuposto que o consumidor possui um estrito conhecimento, possibilitando assim, uma relação contratual mais confiável e menos danosa entre os envolvidos.

Nunes (2018, p. 126) explica que:

[...]da soma dos princípios, compostos de dois deveres — o da transparência e o da informação —, fica estabelecida a obrigação de o fornecedor dar cabal informação sobre seus produtos e serviços oferecidos e colocados no mercado, bem como das cláusulas contratuais por ele estipuladas.

Portanto, para que o consumidor possa ter acesso às informações de forma correta, transparente e precisa, estas precisam ser redigidas em língua portuguesa e devem indicar as características, garantias e modos de utilização do produto, do serviço ou do contrato em vias de celebração, no intuito de traduzir previamente os direitos, obrigações e ônus que poderão ser suportados pelo consumidor como consequência da concordância das cláusulas contratuais estabelecidas.

2.4 Práticas e Cláusulas Abusivas

O Código de Defesa do Consumidor trouxe especificamente em sua redação a previsão das práticas e cláusulas abusivas objetivando impedir comportamentos e inclusões de cláusulas que afrontem os princípios norteadores das relações contratuais e consumeristas, submetendo os transgressores ao risco de ter que ressarcir o consumidor frente aos prejuízos que causar pela não observância desses dispositivos.

2.4.1 Práticas abusivas

O CDC trouxe um rol exemplificativo de práticas comerciais que são consideradas abusivas, como se verifica no art. 39. Consiste em práticas comerciais e comportamentos que são vedados ao fornecedor perante o consumidor, pois constitui abuso e afronta os princípios de defesa do consumidor.

O abuso de direito, segundo Nunes (2016), é definido como consequência da excessiva invocação de um direito que possa causar dano a outrem, ou seja, é a extrapolação dos limites de maneira que ofereça riscos ou prejuízos ao outro.

Dessa forma, considera-se prática abusiva aquele comportamento ou conduta que for constatada em qualquer fase, seja ela antes, durante ou após a relação jurídico-contratual celebrada, vinculando-se, portanto, à conduta reprimida pelo ordenamento jurídico, como estabelece Rosa (2021).

No tocante ao rol adotado pelo CDC, cumpre ressaltar que este é meramente exemplificativo e nesse sentido Nunes (2016, p. 403) leciona “as práticas que se pretendem coibir, e que lá são elencadas exemplificativamente, são mesmo abusivas”, visto que seria impossível abordar todas as práticas abusivas possíveis em apenas treze incisos.

O inciso I do art. 39 do CDC proíbe a conhecida “venda casada” que consiste em condicionar o fornecimento de um produto ou serviço à aquisição de outro produto ou serviço, os quais, o consumidor não tem interesse em adquirir, ou seja, “o fornecedor pretende obrigar o consumidor a adquirir um produto ou serviço apenas pelo fato de ele estar interessado em adquirir outro produto ou serviço.” (NUNES, 2016, p. 406).

Ademais, no inciso I ainda está previsto a vedação da limitação quantitativa sem justa causa, entretanto não caracteriza a recusa de atendimento às demandas do consumidor prevista no inciso II, salvo nas hipóteses de justa causa, que é vedada, pois configura uma prática comercial abusiva. Como bem lembra Nunes (2016, p. 408):

na hipótese do inciso I, pode haver limitação quantitativa naquela rara exceção de crise — na qual se justifica, inclusive, a intervenção estatal. Fora isso, vale a regra do inciso II, que proíbe a recusa incondicionadamente. Pode o consumidor comprar todas as mercadorias da prateleira, bem como exigir a venda da única peça em exposição na vitrina.

Destarte, resta claro que o fornecedor não pode escolher o consumidor com

quem pretende contratar, mesmo que haja riscos da atividade negocial, visto que faz parte dessa atividade ter alguns contratos mais vantajosos e outros nem tanto do ponto de vista daquele. Entretanto, questiona-se acerca dessa vedação às demandas do consumidor lhe dar o direito de adquirir todo o estoque do fornecedor e, em razão disso, o Supremo Tribunal de Justiça (BRASIL, 2005, <https://www.stj.jus.br/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/ITA?seq=518362&tipo=0&nreg=200301673051&SeqCgrmaSessao=&CodOrgaoJgdr=&dt=20051128&formato=PDF&salvar=false>.) firmou o seguinte posicionamento:

A falta de indicação de restrição quantitativa relativa à oferta de determinado produto, pelo fornecedor, não autoriza o consumidor exigir quantidade incompatível com o consumo individual ou familiar, nem, tampouco, configura dano ao seu patrimônio extramaterial.

Diante dos exemplos supramencionados, percebe-se que o CDC estabeleceu uma lista de práticas comerciais proibidas apresentando treze hipóteses suficientemente claras acerca do que são consideradas práticas abusivas, bem como ao trazer a expressão “dentre outras práticas abusivas” deixa claro que a lista é meramente exemplificativa, de maneira a prevenir que novos comportamentos ilícitos gerassem prejuízos aos consumidores em virtude de não estarem devidamente descritos pela lei, de acordo com Almeida e Lenza (2022). Ademais, cabe ressaltar que a proibição das práticas abusivas é absoluta e o próprio CDC disciplina essas condutas abusivas em outros artigos, além do 39, tais quais, 40, 41, 42, etc.

2.4.2 Cláusulas Abusivas

No mesmo viés da proibição das práticas abusivas, o inciso IV do art. 6º da lei consumerista traz a vedação expressa da formulação de cláusulas contratuais abusivas, uma vez que ofende ao princípio da boa-fé que se exige nas relações de consumo (ROSA, 2021).

Assim, para Marques (2006), a imposição dessas normas reduz o espaço da autonomia da vontade, visto que proíbe a estipulação de determinadas cláusulas que possam ser consideradas abusivas, sendo essa proibição inafastável pelas partes, de modo a proteger o consumidor, reestabelecer o equilíbrio, preservar a expectativa do consumidor visando, assim, compensar a vulnerabilidade fática deste.

As cláusulas abusivas são aquelas que colocam o consumidor em desvantagem nos contratos de consumo. O consumidor que se deparar com uma cláusula abusiva poderá recorrer ao Poder Judiciário para pleitear a sua nulidade e, conseqüentemente, livrar-se da obrigação nela prevista, nos termos do art. 51 do CDC.

Ocorre que o consumidor ao adquirir um produto ou serviço, em razão de ser a parte mais fraca, muitas vezes se depara com um contrato de adesão e não tem a oportunidade de discutir as cláusulas envolvidas no negócio, o que acaba ocasionando o aceite imediato ou a dissolução da relação jurídico-contratual, ficando em uma posição inferior em relação ao fornecedor.

Em relação aos contratos de adesão, dada as suas características, acabam se tornando um tipo bem favorável a inclusão de cláusulas abusivas, como leciona Aguiar Júnior (2000, p. 27):

A experiência tem mostrado que o contrato de adesão, com as suas condições gerais, tem servido para muitos abusos, e se impunha regramento mais específico para excluir ou diminuir o impacto de estipulações sobre multas e outros acréscimos devidos pela mora, eleição de foro quando significa negativa de acesso à defesa em juízo, perda das prestações pagas, dificuldades para a purga da mora ou para as providências tendentes à conservação do negócio, direito de prévia interpelação, limitação de responsabilidade, imposição de mais deveres a um do que ao outro etc.

Isto posto, entende-se que o consumidor está exposto constantemente, em virtude de sua fragilidade e, por conseqüência disso, acaba sofrendo danos maiores, ferindo assim o princípio da equidade, pois não pode haver o estabelecimento de cláusulas que visem proteger o direito do fornecedor e expor o consumidor a prejuízos (ROSA, 2021).

Além do abuso de direito, há a abusividade que, conforme conceitua Lisboa (2012, p. 246), consiste em um benefício desproporcional, estabelecido no conteúdo do pacto, em favor a uma das partes, quer seja o caso de elaboração conjunta dos dispositivos, quer seja de contrato pré-estabelecido “no contrato de adesão, invariavelmente o beneficiado é o predisponente”.

Por isso é que as cláusulas abusivas devem ser combatidas, pois ferem a ordem pública, os bons costumes e privam de todo efeito o ato ou sujeitam ao arbítrio de uma das partes (MARQUES, 2006).

O contrato pactuado com cláusulas abusivas pode ser considerado nulo e não produz efeitos no mundo jurídico, pois foram estipulados com violação das leis

imperativas, ou atentatórios da ordem pública e dos bons costumes. A existência de cláusula abusiva, incluída também as existentes em contrato de adesão, pode ser objeto de revisão por via judicial, mesmo após o cumprimento do contrato pela parte obrigada, conforme julgado pelo Ministro Relator Ruy Rosado de Aguiar Junior (BRASIL, 2001, <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/7966731>) no Recurso Especial nº 293.778/RS que segue:

Não é pelo fato de cumprir com a sua prestação prevista em contrato de adesão que o obrigado fica proibido de discutir a legalidade da exigência que lhe foi feita e que ele, diante das circunstâncias que avaliou, julgou mais conveniente e prudente cumprir, para depois vir a Juízo discutir a legalidade da exigência. Se não for assim, estará sendo instituída uma nova condição da ação no direito contratual: ser inadimplente. O princípio, se aceito, seria um incentivo ao descumprimento dos contratos, condição de acesso ao Judiciário. Além disso, submeteria o devedor à alternativa de pagar e perder qualquer possibilidade de revisão, ou não pagar e se submeter a todas as dificuldades que decorrem da inadimplência.

Por conseguinte, a cláusula abusiva tem por definição como sendo aquela que foi introduzida no contrato em total desarmonia com a legislação jurídica vigente e que afronta também os princípios que regem as relações jurídico-contratuais estabelecidas, especialmente, o da ordem pública, da boa-fé objetiva e dos bons costumes, tornando-se, assim, suscetíveis de revisão ainda que o obrigado tenha cumprido sua obrigação (ROSA, 2021).

A palavra cláusula deve ser compreendida como “todo e qualquer pacto ou estipulação contratual, escrito ou verbal, de todas as formas possíveis de fazerem nascer relações jurídicas de consumo.” (NUNES, 2018, p. 497)

Novamente, o CDC trouxe um rol de hipóteses previstas como abusivas em seu art. 51 de cunho exemplificativo, em razão da expressão contida “entre outras”, sugerindo a possibilidade de novos casos que caracterizem cláusulas abusivas específicas nas relações de consumo.

As relações de consumo estabelecidas no âmbito da era digital serão protegidas pelas mesmas regras previstas no CDC, ainda que este não tenha regulamentado de forma específica esse tipo de contratação. Entretanto, ainda que haja essa lacuna, os princípios que norteiam as relações consumeristas, tais quais, o de ordem pública e interesse social associados ao da boa-fé e da transparência, contemplarão os negócios jurídicos realizados no meio virtual.

Em razão dessa lacuna legislativa, é previsível que haverá a necessidade de

algumas adequações para maior entendimento dos aspectos de ordem técnica, de segurança, especialmente, da privacidade de dados além de outras medidas que possam tornar mais equânime a solução de eventuais e possíveis conflitos daí decorrentes.

Rosa (2021) ressalta que o simples fato de o consumidor ter a possibilidade de ler e conhecer previamente os termos no contrato não significa que, em havendo cláusulas abusivas, o consumidor nada possa fazer, pois, ainda que tenha aderido de forma consciente à relação jurídico-contratual, nem sempre é conhecido ou compreensível a escrita disponibilizada ou as informações repassadas frente as peculiaridades do próprio objeto do contrato. Por isso, se torna indispensável a transparência das informações disponibilizadas, acessíveis, e, especialmente, compreensíveis por seu destinatário final.

2.5 Os desafios enfrentados pelas relações de consumo no meio digital

Atualmente, os desafios enfrentados pelas relações de consumo estão associados a evolução constante das mídias que acabam por trazer diversos empecilhos para o mundo jurídico, incluindo a quebra de paradigmas, a velocidade com que as decisões são tomadas e a dificuldade em definir barreiras geográficas, gerando um grande obstáculo para efetiva implementação do Direito tradicionalista. Conforme conceitua Pinheiro (2021, p.101) “a globalização da economia e da sociedade exige a globalização do pensamento jurídico[...]”.

A verdade é que a internet acaba facilitando a vida das pessoas e, em razão disso, a era digital se adaptou e apresentou novas formas de realizar negócios, incluindo os novos contratos à distância no comércio eletrônico.

A preocupação em relação a essa nova sistemática gira em torno da proteção dos consumidores, uma vez que os contratos são realizados a distância, sem intervenção humana, e podem gerar um desequilíbrio contratual decorrentes da exposição do consumidor a riscos, bem como por ser a parte mais frágil desta relação.

Nesse sentido Miragem (2013, p. 481), expõe que “[...] o exame do fenômeno da Internet concentra-se, sobretudo, pela preocupação com a efetividade das normas jurídicas de direito positivo às relações da vida estabelecidas por intermédio da Internet”. Logo, se faz necessário proporcionar meios de segurança para as relações contratuais no mundo virtual, especialmente, quanto à autenticidade dos atos

realizados.

Para Pinheiro (2021) essa era digital moderna traz um novo desafio que é o equilíbrio da relação complicada que existe entre o interesse comercial, a privacidade e a responsabilidade. Isso porque, a cada dia que passa cresce o número de empresas que concorrem frente aos consumidores da Internet e, em decorrência disso, a publicidade virtual também, através do preenchimento de formulários e cadastros.

Em contrapartida, cresce também o nível de conscientização dos consumidores no que toca à possibilidade de aplicação do CDC atual nas questões referentes a utilização de informações daqueles para fins comerciais, trazendo uma série de penalidades para quem as pratica.

Ocorre que, atualmente, as informações e dados pessoais relativos ao usuário passaram a ter valor financeiro no mundo cibernético, criando um conflito entre o direito de acesso ao conteúdo e a proteção da privacidade. No mesmo sentido Pinheiro (2021, p. 153) questiona

Atualmente, uma pessoa pode comprar coisas, trocar, usar serviços gratuitos, tudo isso pagando com sua informação. Mas será que ela está pagando mais do que devia? Qual o limite? Cabe ao Estado delimitar algumas regras para evitar abusos, mas será que ele é capaz de fato de garantir seu cumprimento, que depende de infraestrutura e recursos de terceiros, estes entes privados?

Para Baggio (2022) não há dúvidas que a internet trouxe grandes avanços para as relações de consumo, entretanto, novos problemas também surgiram nos últimos anos e requerem soluções jurídicas. Em complementação a isso, Lorenzetti (2006, p. 92) alega que estes problemas se referem:

à desumanização do contrato, à imputabilidade da declaração de vontade, que reflete em sua forma e validade, na distribuição de riscos da declaração de vontade realizada online, na formação de consentimento, na definição do local e do momento da celebração, nos diferentes graus de utilização do meio digital.

A vulnerabilidade do consumidor nessas relações de consumo digitais tende a chamar mais atenção, pois acentua a ocorrência de abusos por parte dos fornecedores e, conseqüentemente, os danos em relação aos consumidores acabam aumentando drasticamente. São compras que nunca chegaram, propaganda enganosa acerca de produtos que não condizem com a realidade, promessas

inatingíveis e mentirosas, cobrança de valores abusivos, em síntese, os fornecedores estão sempre se reinventando e superando a capacidade do legislador em criar mecanismos para coibir tais abusividades (BAGGIO, 2022).

Marques (2012) defende que o consumidor, ao utilizar o comércio eletrônico, torna-se hipervulnerável porque este mercado introduz dois novos elementos nas relações de consumo dos contratos em massa, sendo o espaço e a virtualidade. O espaço está amplamente conectado ao fator da vulnerabilidade por conta que despersonaliza ainda mais o contrato e permite uma banalização de sua intencionalidade. E introduz a virtualidade, pois o imaterial não se limita apenas ao fazer prestacional e comportamentos de boa-fé, tais quais, a informação, cuidado e cooperação, mas também o próprio contrato, na linguagem virtual, e os vícios.

Diante disso, entende-se que o comércio eletrônico é um local propício às práticas abusivas dos fornecedores que instituem desafios específicos encarados pelos consumidores e se diferenciam daqueles vivenciados no mundo real, justificando assim o conceito de hipervulnerabilidade.

Acerca desse conceito, aponta Marques (2012, p.143):

Como usuário da *net* sua capacidade de controle fica diminuída, é guiado por *links* e conexões, em transações ambigualmente coordenadas, recebe as informações que desejam lhe fornecer, tem poucas possibilidades de identificar simulações e jogos, de proteger sua privacidade e autoria, de impor sua linguagem. Se tem uma ampla capacidade de escolher, sua informação é reduzida (extremo déficit informacional), a complexidade das transações aumenta, sua privacidade diminui, sua confiança e segurança parecem desintegrar-se em uma ambiguidade básica: pseudossoberania do indivíduo/sofisticação do controle!

Esse cenário contratual demonstra-se extremamente problemático e a partir daí surgem os novos desafios para os operadores do Direito, uma vez que as técnicas de contratação em massa acabaram por encontrar um solo fértil para se fundirem e unirem ao contrato de adesão, das condições gerais dos contratos, *marketing* agressivo, entre outras características, como dispõe Canto (2015). Além disso, estes contratos são formulados em uma linguagem de difícil compreensão, com muitos termos técnicos e de leitura demorada o que vai contra os princípios consumeristas, como o da transparência e do dever de informar.

Em virtude disso é que surgem as dificuldades do legislador em proteger a parte mais frágil dessas relações, visto que, constantemente, é bombardeado com as famosas técnicas invisíveis aos olhos do consumidor, tal qual, *metatag* e *cookies*, que

acabam por manipula-lo ou induzi-lo a um endereço indesejado, dado que o internauta permite que rastreiem seus cliques.

No que tange aos chamados cookies, Baggio (2022) alerta que estes têm por finalidade a criação de um banco de dados pelo site de *e-commerce* onde constarão as preferências do consumidor possibilitando o envio de publicidades direcionadas a seus interesses.

Ademais, essa captação de informações e dados pessoais dos internautas acaba gerando insegurança e os expõe a diversos riscos, por isso se torna tão importante a garantia do direito à informação e a proteção desses dados que revelam a parte mais sensível de uma pessoa. Isso porque diversos serviços gratuitos são pagos com o uso de informações dos usuários, entretanto, "deve deixar claro para qual finalidade as informações serão usadas e por quanto tempo, afinal, não pode ser para sempre, como um cheque em branco, mesmo após o usuário já ter deixado de ser cliente do serviço." (PINHEIRO, 2021, p.175).

Em razão dessa preocupação é que foi criada a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) com a finalidade de instituir parâmetros e diretrizes de uso, coleta, manuseio, armazenamento, tratamento e compartilhamento desses dados, devendo ser observado o princípio da boa-fé e da transparência.

Conclui-se que se faz necessária a definição, com urgência, de normas que regulamentem as relações de consumo e contratos nessa era digital, seja por meio de leis nacionais ou até mesmo de tratados/convenções internacionais, de modo a superar esses desafios e transformar o mundo eletrônico em um local mais seguro para as partes hipossuficientes e vulneráveis.

3 CONTRATOS NA ERA DIGITAL

Após o estudo e a análise de argumentos e conceitos importantes acerca dos contratos e das relações de consumo, com foco nas práticas e cláusulas abusivas e os desafios enfrentados no meio digital, o presente capítulo tem por objeto a análise dos contratos de massa neste meio, através do estudo da dinâmica das relações jurídicas e os contratos digitais, inclusive, os das plataformas sociais e o marco inicial da proteção dos dados contratuais.

Tópicos estes que serão fundamentais para compreensão, debate, entendimento da problemática, no intuito de que se atinja o objetivo da presente pesquisa.

Ante a questão dos desafios enfrentados no mundo digital estão os contratos de massa, sendo aqueles que são reconhecidos e elaborados unilateralmente pelo fornecedor de bens ou serviços, sem a participação do consumidor.

Na atualidade, esses contratos se tornaram ainda mais comuns, especialmente em plataformas online, onde as empresas estabelecem suas próprias regras e condições para o uso de seus serviços, fazendo com que os consumidores não possam negociar ou contestar os termos impostos caso optem por utilizá-los.

Importante ressaltar que o tipo mais comum dos contratos de massa é o de adesão que, conforme conceitua Nunes (2016), são utilizados quando uma das partes – geralmente a empresa - oferece os termos do contrato a outra parte - normalmente o consumidor - em um formato de "tudo ou nada". Isso significa que o consumidor pode aceitar o contrato como está ou recusá-lo completamente, não havendo outra possibilidade, retirando, assim, a capacidade de negociar as cláusulas do contrato.

3.1 A dinâmica das relações jurídicas e os contratos digitais

É inegável que o avanço tecnológico tem gerado novas demandas sociais que precisam ser tratadas no âmbito jurídico. Afinal, as soluções jurídicas devem acompanhar a evolução da sociedade e da tecnologia, e é por isso que novas regras e leis específicas são elaboradas para lidar com questões relacionadas à tecnologia da informação.

Por exemplo, com o aumento do comércio eletrônico, fez-se necessário estabelecer regras específicas para proteger os consumidores que compram produtos

ou serviços online, uma vez que estão ainda mais expostos e suscetíveis. Da mesma forma, a proteção de dados em meios eletrônicos é uma preocupação crescente, e a legislação precisa ser atualizada para lidar com questões de privacidade e segurança.

Além disso, a elaboração de novas regras e leis também pode envolver a alteração de diplomas legais já existentes, como os códigos já existentes, para incluir disposições específicas relacionadas à tecnologia da informação.

Nesse sentido, Santolim (2005, p. 12) afirma que:

A percepção sobre a existência de novas demandas sociais, resultantes da utilização cada vez mais intensa da tecnologia da informação, por certo conduz a novas soluções jurídicas, particularmente com a elaboração de novas regras, seja em diplomas legais já existentes (alteração nos códigos já existentes, por exemplo), seja pela produção de leis específicas, quanto ao documento eletrônico, o comércio eletrônico, à proteção de dados em meios eletrônicos ou a proteção do consumidor no comércio eletrônico.

Esse cenário mostra-se favorável às relações jurídicas que ocorrem de forma quase que instantânea, crescendo exponencialmente a cada minuto ou até mesmo fração de segundos, sendo multiplicadas em números que beiram o incalculável devido a imensidão e rapidez desse mundo da tecnologia.

Importante lembrar que as relações jurídicas são estabelecidas por meio de acordos entre as partes, sejam elas pessoas físicas ou jurídicas e, diante do surgimento dos contratos digitais, a dinâmica dessas relações mudou consideravelmente, tornando-se mais ágil e eficiente, atraindo o interesse da sociedade como um todo em razão do seu baixo custo e do seu alcance em potencial. Destaque-se que essa nova era contratual, ou seja, a transição do tradicional para a atualidade decorre do avanço da sociedade de consumo.

Para Marques (2012) a sociedade de consumo, com seu sistema de produção e distribuição em grande quantidade, tem levado a uma personalização e desmaterialização do comércio jurídico. Nesse contexto, os métodos de contratação em massa, ou padronizados, têm se tornado cada vez mais comuns em quase todas as relações contratuais entre empresas e consumidores.

Ademais, os contratos eletrônicos conquistaram tal notoriedade devido a facilidade que trouxeram através da utilização de forma rápida que cumpre com a velocidade que os negócios realizados via internet exigem e, por essas razões é que o direito deve evoluir de forma progressiva e em sintonia, no intuito de resolver as questões e conflitos que surgirem nesse segmento, conforme preceitua Rosa (2021).

Lorenzetti (2006) conceitua o contrato eletrônico como um tipo de transação que ocorre por meios digitais, em que as declarações de vontade são manifestadas através de um computador, podendo ser estabelecido por meio da oferta pública de produtos ou serviços em um site, e a aceitação por parte do consumidor se dá por meio de um simples clique.

Pode-se dizer que os contratos eletrônicos são considerados um tipo de contrato atípico, porquanto não são regulados por uma lei específica, e a liberdade de contratar e o princípio da autonomia da vontade são elementos indispensáveis. Por conta disso, é preciso ter cautela por ambas as partes envolvidas no que se refere à elaboração das normas contratuais e das cláusulas, pois deve-se garantir que elas não contrariem os princípios gerais do direito, os bons costumes e as normas de ordem pública.

Segundo Pinheiro (2021) para que se entenda sobre os contratos digitais é necessário compreender, em primeiro lugar, sua terminologia, em segundo, definir objetivamente as responsabilidades das partes, em terceiro, deve-se ter cuidado com o tipo de informação veiculada online e com a definição da responsabilidade por sua veracidade e atualização e, em quarto, é essencial incluir uma cláusula arbitral no contrato, já que celeridade, expertise, especialidade e sigilo são essenciais na solução das questões de Direito Digital.

Esses contratos estão interligados ao comércio eletrônico e, em razão disso, o cuidado deve ser redobrado, pois esse tipo de comércio desconhece fronteiras e extrapola os limites das jurisdições de diversas nações, além de constituir uma das modalidades de contratação a distância.

Cumprido esclarecer que os contratos eletrônicos se apresentam de duas formas, sendo elas, os contratos-tipo e contratos específicos. Os contratos-tipo, de acordo com Pinheiro (2021), são aqueles em que todas as cláusulas são impostas por uma parte à outra sem que haja a possibilidade de discussão das cláusulas isoladamente e nos contratos específicos a elaboração é feita caso a caso; dependendo do status dos contraentes ou do objeto do contrato, prevalecendo uma modalidade ou outra.

Entretanto, esses contratos apresentam características peculiares que determinam a imprescindibilidade de aprofundar questões que, normalmente, não são aplicadas aos contratos tradicionais.

Nesse sentido, Pinheiro (2021, p.1009) elenca as características:

- a) necessidade de indicação clara das responsabilidades de todos os participantes da cadeia de relações envolvida, principalmente porque a Internet privilegia as relações em rede, com vários coparticipantes e especial atenção nos direitos do consumidor final;
- b) estabelecer uma política de informação clara;
- c) política de segurança e privacidade;
- d) cláusula de arbitragem;
- e) territorialidade, estabelecendo os limites geográficos de ação de cada envolvido;
- f) relação dos parceiros envolvidos no negócio;
- g) no caso de os produtos transacionados envolverem tecnologia, estabelecer as responsabilidades por upgrades e obsolescência.

Os operadores do direito têm demonstrado um interesse crescente em diversos aspectos relacionados à contratação eletrônica, como a formação de contratos por meios digitais, sua conformidade com o Código de Defesa do Consumidor, a aplicação dos contratos eletrônicos em plataformas digitais, entre outros tópicos que serão discutidos adiante.

3.1.1 Formas de contratação eletrônica

É importante enfatizar que, através do contrato eletrônico, é possível estabelecer incontáveis relações jurídicas de toda natureza, similar aos de contratos, de adesão ou não, já existentes. A mudança está na forma em que se concretiza, dado que “depende de elementos de tecnologia da informação, como computador, sistema de computação, sistema de múltipla comunicação, como internet, inclusive sua modalidade móvel, entre outros, para sua viabilidade” (ROSA, 2021, p.121).

Nesse viés, Rossi (2000) adota o modelo que divide as formas de contratação eletrônica em três categorias: contratações intersistemáticas, contratações interpessoais e contratações interativas, as quais serão detalhadas a seguir.

3.1.1.1 Contratos intersistêmicos

Os contratos intersistêmicos são aqueles pactuados via internet, sem ação humana, através de sistemas e aplicativos preparados para esta finalidade, valendo-se do meio digital como ponto convergente de vontades preexistentes, de forma automatizada.

Da mesma forma, Rosa (2021, p. 121) complementa que “não se impõe qualquer modalidade de ação do ser humano, ou seja, pode-se qualificá-lo como uma das

hipóteses em que se admite pelo silêncio como forma de anuência."

Esta modalidade de contrato prevalece entre pessoas jurídicas, predominantemente, para relações comerciais de atacado, em virtude dos sistemas, de forma automática, processarem pedidos de compra e saída de produtos, fazendo com que a operação comercial seja mais rápida e os custos operacionais sejam reduzidos, conforme preconiza Lima (2009).

Além do mais, este tipo de contratação requer a interligação das partes de forma sistêmica e não pessoal, através de equipamentos eletrônicos conectados à internet, com o objetivo de atender aos moldes programados previamente.

3.1.1.2 Contratos interpessoais

Os contratos interpessoais são aqueles em que, antes da contratação eletrônica, há uma comunicação através do meio digital, seja através de e-mails, sistemas de mensagem instantânea, como o *WhatsApp*, e até mesmo salas de conversação, como os *chats*, para que as partes possam interagir e formarem um consentimento contratual, havendo relação de vontades entre os envolvidos para os fins a que se dispuseram, sendo celebrado tanto por pessoas físicas quanto jurídicas.

No entanto, não existe limites quanto aos possíveis contratantes em razão de sua celebração abarcar pessoas físicas e jurídicas. Por isso Rosa (2021) afirma que é indispensável que haja ferramentas eletrônicas de comunicação com o intuito de viabilizar as tratativas pré-formalização contratual nos termos e vontades dos envolvidos.

Diferentemente dos intersistêmicos, nos contratos interpessoais não há a formação da relação contratual através de sistemas pré-programados e sim pela própria atuação da vontade humana, sendo que toda negociação, do início ao fim, é realizada através dos meios eletrônicos, não se restringindo à exteriorização e/ou execução como na forma de contratação anterior.

3.1.1.3 Contratos interativos

Os contratos interativos são aqueles em que há uma comunicação estabelecida entre uma pessoa e um sistema pré-programado, sendo a habitual contratação através de sites.

Pinheiro (2021) os descreve como aqueles em que são resultados de uma relação de comunicação entre uma pessoa e um sistema previamente programado, sendo a forma mais usual de contratação utilizada pelo *e-commerce*, em que a manifestação de vontade se dá com o clique do mouse.

Não obstante, Barbagalo (2000) adverte que este é o modo de contratação via computador mais peculiar. Através desse meio de utilização ocorre a interação de uma pessoa com um sistema de informações eletrônicas disponibilizado por outra pessoa, sem que esta esteja conectada ou tenha conhecimento imediato da conclusão do contrato. Esse é o exemplo mais frequente de realização de contratos pela Internet, por meio da *World Wide Web*, onde são realizadas compras de produtos ou contratação de serviços através de acesso a websites, compostos por páginas eletrônicas.

Através dessa interação, o programa auxilia no processo de formação de vontades ao indicar os campos a serem preenchidos e os dados a serem informados, além de direcionar o internauta para os cliques necessários para manifestar sua aceitação. Dessa forma, o programa expressa a vontade de contratar do ofertante e interage com o ofertado para estabelecer o vínculo contratual.

3.2 Contratos nas plataformas digitais

Com o avanço da sociedade e, em particular, da economia global, impulsionada pela rápida industrialização e ampliação das relações contratuais, o conceito clássico de contrato tem cedido lugar a novas modalidades de contratação que se adequam à realidade contemporânea de forma mais dinâmica e ágil.

O estudo do Direito está intrinsecamente ligado às necessidades dos indivíduos em seu contexto histórico. Em razão da globalização e da revolução industrial e tecnológica, houve uma descaracterização das relações contratuais em favor de uma sociedade de massa que assume uma sistemática baseada em demandas repetitivas e um consumismo imediatista. Como resultado, o contrato de adesão teve ênfase como uma das maneiras de possibilitar uma resposta com rapidez e baixo custo às novas relações jurídicas de consumo.

Para Gonçalves (2014), essa é uma exigência da economia de massa, uma vez que os contratos impessoais e padronizados (contratos-tipo ou de massa) não mais se coadunam com o princípio da autonomia da vontade. Dessa forma, a fim de

resguardar a supremacia da ordem pública, o Estado intervém nessas relações contratuais privadas, fazendo com que o individualismo fique abandonado em segundo lugar. Ainda, entende-se que tal situação sugere a existência de um dirigismo contratual, em certos setores, os quais tem interesse a toda a coletividade. Sendo assim, é possível afirmar que a obrigatoriedade dos contratos não é mais avaliada apenas com base no dever moral de cumprir a palavra empenhada e sim pela ótica da busca pela realização do bem comum.

3.2.1 Contratos de adesão

Os contratos de adesão derivam das relações jurídicas massificadas e é através deles que se efetiva o negócio jurídico, no qual uma das partes preestabelece as cláusulas que o compõe sem que a outra possa se opor, ou seja, sem negociação, se limitando a aceita-las ou recusa-las.

Gomes (2007) explica que para uniformidade do tratamento contratual nas relações de massa ou em série, tornou-se comum o novo processo de formação de tais negócios jurídicos que consiste na elaboração das cláusulas por um dos envolvidos para aceitação global do outro. São as chamadas condições gerais dos contratos mais conhecidas pela expressão: contrato de adesão.

3.2.1.1 Conceito e características

Nos contratos de adesão não há liberdade para que as partes convençionem, dado que são excluídas todas as oportunidades de debate e acordo entre as partes, pois o contratante se restringe ao aceite ou recusa das condições e cláusulas impostas.

O CDC estabelece o contrato de adesão em seu artigo 54 ao expressar que:

Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

Ou seja, o contrato de adesão é caracterizado pela aceitação, sem a possibilidade de livre discussão, de cláusulas pré-estabelecidas por uma das partes,

o que pode ser considerado uma imposição da vontade de um contratante sobre o outro.

Gomes (2007) defende que essa característica pode ser vista como uma deformação da estrutura tradicional de contrato, sendo fundamental analisar sua estrutura, já que em um contrato de adesão uma das partes deve concordar integralmente com o conteúdo previamente definido da relação jurídica, manifestando seu consentimento apenas pela adesão às cláusulas estabelecidas.

O legislador se preocupou em estabelecer algumas regras aplicáveis a esse tipo de contrato, no intuito de resguardar o interesse do consumidor e, portanto, trouxe a seguinte redação nos §§1º ao 4º do referido artigo 54:

§ 1º A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato.

§ 2º Nos contratos de adesão admite-se cláusula resolutória, desde que a alternativa, cabendo a escolha ao consumidor, ressalvando-se o disposto no § 2º do artigo anterior.

§ 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor.

§ 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

Além disso, Gomes (2007) ensina que o contrato de adesão possui características importantes, como a predeterminação unilateral, a uniformidade, a rigidez e a posição de vantagem.

A predeterminação unilateral se refere a estipulação das cláusulas que são realizadas previamente a qualquer negociação. Na verdade, a mera uniformidade não é adequada para classificar um contrato como sendo de adesão, visto que é essencial que essas cláusulas uniformes sejam estabelecidas unilateralmente tão somente por uma das partes.

No que tange a uniformidade, entende-se que a intenção do contratante é alcançar, de forma abrangente, a mesma disposição contratual por parte do maior número de contratantes, visando a eficiência de suas atividades e a segurança das relações estabelecidas.

Quanto a rigidez dos contratos de adesão tem-se que, além de serem previamente estabelecidas de forma uniforme, as cláusulas pré-determinadas não podem ser objeto de renegociação, sob o risco de perderem sua natureza característica.

E, acerca da posição de vantagem, também reconhecida como superioridade material, embora a expressão “superioridade econômica” seja amplamente utilizada, a concepção de “superioridade material” é considerada mais adequada, uma vez que é com base nessa desigualdade fática que o proponente das cláusulas pode impô-las aos interessados, figurando como parte hipossuficiente da relação o aderente frente as cláusulas estabelecidas.

Assim sendo, entende-se que, nessas condições em que não se torna possível a discussão das cláusulas impostas, é suprimida a autonomia de vontades das partes do clássico *pacta sunt servanda*.

Outrossim, Gonçalves (2017) refere que não é difícil observar a falta de equilíbrio de poder econômico entre as partes contratantes, o que gera uma grande problemática, na qual as cláusulas dos contratos de adesão são ditadas unilateralmente por grandes empresas, sejam elas de direito público ou privado, muitas vezes detentoras de monopólios de direito ou de fato, como fornecimento de água, gás, eletricidade, linhas telefônicas, ou pertencentes a setores onde a concorrência oferece condições contratuais idênticas.

Em outras palavras, o fornecedor formula os termos do contrato de forma unilateral, e o consumidor, que é a parte contratual mais vulnerável, tem apenas a opção de aderir ou declinar as condições pré-estabelecidas integralmente, sem possibilidade de negociá-las.

Dessa forma, pode-se pensar que a bilateralidade negocial, sendo ela uma característica fundamental dos contratos, é ofendida pela supressão da liberdade negocial, pois tornaria o consumidor indefeso diante do abuso econômico ao qual é submetido, sem ter acesso aos mecanismos adequados para cessar essa prática prejudicial.

Por outro lado, segundo Azevedo (2009), com a evidência dessa unilateralidade na formulação das normas contratuais, pode-se argumentar que o contrato de adesão aparenta não ter uma manifestação bilateral de vontade, já que apenas uma das partes estaria expressando sua vontade, entretanto, esse argumento não seria válido, uma vez que o contratante que adere também está manifestando, de forma expressa ou tácita, seu consentimento às cláusulas e condições pré-estabelecidas.

Todavia, ainda que haja impactos negativos para a parte mais fraca da relação jurídica, é inegável que os contratos de adesão possuem uma dinâmica amplamente favorável em termos de aplicabilidade em um mercado que busca atender a uma

sociedade massificada de forma ágil e com redução dos custos. Essa modalidade contratual é extensamente utilizada no dia a dia, tanto por empresas privadas quanto pelo Poder Público, e é especialmente útil na oferta de produtos e serviços eletrônicos, em razão da sua capacidade de atendimento a uma grande quantidade de pessoas de forma simultânea.

Na visão de Rosa (2021) cabe ao consumidor, que esteja frente a tal situação, se, ainda assim, tiver interesse no produto ou serviço, aderir às condições e cláusulas que foram definidas previamente pelo fornecedor. Contudo, há situações em que o consumidor se depara com contratos de “tudo ou nada” no meio digital, sendo utilizados, comumente, em sites de relacionamento interpessoais, os denominados termos de uso.

3.2.1.2 Termos de uso nas redes sociais

Inegável o fato de que a internet está cada vez mais presente na sociedade contemporânea, fazendo parte da vivência humana e fornecendo ferramentas mais rápidas e eficientes. É importante destacar que assim como o comércio, os contratos também se renderam a esta era digital e, atualmente, os contratos eletrônicos são uma espécie de negócio a distância ou entre ausentes que se concretiza através da internet, conforme ressalta Diniz (2005).

Nesse contexto, deve-se dar a devida ênfase às mídias sociais que permitem que os usuários criem e compartilhem conteúdos variados como fotos, mensagens de texto, vídeos e áudios publicamente. Entretanto, não se pode obter perfeição em tudo e, para que seja possibilitada tais interações ao usuário, se faz necessário que, ao realizar o cadastro para acesso às plataformas digitais, assine digitalmente uma declaração que leu e aceita as condições impostas pelo fornecedor para liberação do cadastro.

Comumente conhecidos como “Termos de Uso”, “Condições de Uso”, “Termos de Serviço” ou ainda “Termos de Uso e Política de Privacidade”, estes termos, independentemente da nomenclatura escolhida pela plataforma, representam contratos e neles estão contidas as bases legais para regular a relação entre os usuários e o provedor de serviços online.

Nesse sentido, Quadros e Marcon (2014, p. 69) chama atenção:

para que o usuário faça sua adesão e torne-se integrante de alguma rede social é preciso fazer um cadastro com seus dados pessoais, além de autorizar os Termos de Uso e as Políticas de Privacidade desse ambiente, disponíveis em *links* que encaminham, na maioria das vezes, para uma nova página com textos muito extensos e minuciosos, onde constam todos os deveres e as obrigações de conduta dentro daquele ambiente.

Isto porque os termos de uso são frequentemente redigidos de forma técnica e com uma linguagem complexa, podendo levar os usuários a uma situação de vulnerabilidade devido à falta de compreensão do texto.

Em outras palavras, o uso de terminologia técnica, que é difícil de ser compreendida por pessoas sem conhecimento especializado, pode resultar em uma situação em que os usuários se encontram em desvantagem excessiva, uma vez que não conseguem compreender completamente as nuances específicas contidas nos termos de uso da plataforma digital.

Os referidos documentos são padronizados e não permitem negociações, sendo impostos a todos que quiserem aderir à rede, ou seja, são definidos unilateralmente pela plataforma digital, se enquadrando como contratos de adesão. A utilização desse tipo de contrato possibilita a oferta de produtos em escala mundial, levando a uma redução de custos associados à negociação e às responsabilidades.

Há dois contratos por adesão mais conhecidos atualmente no meio digital, tais quais, os “*click-wrap agreements*” e os “*browse-wrap agreements*”. A diferença entre os dois está relacionada à forma como o consentimento do usuário é obtido. O termo “*click*” refere-se a pressionar uma tecla do computador ou usar o cursor para selecionar uma opção na tela, enquanto o termo “*browse*” remete à ideia de navegar, de uma página para outra.

Acerca dos dois tipos de contratos, Carneiro (2018, p.27) esclarece que:

Nos “*click-wrap agreement*” ou “contratos de clique”, os termos do contrato ou os meios para acessá-lo são exibidos previamente para o utilizador, que tem a opção de aceitá-los mediante um clique num botão virtual que indique sua concordância. Já nos “*browse-wrap agreements*”, as cláusulas contratuais são disponibilizadas por meio de um *hiperlink* no rodapé da página do site, com pouca visibilidade, e incluem cláusulas que vinculam o usuário sem sua aceitação expressa, que é presumida pelo mero acesso ao site ou utilização do serviço.

Não obstante, ainda que as redes sociais sejam gratuitas, para ser concedido acesso a elas é necessário realizar o cadastro, onde deverá informar dados como nome, data de nascimento, sexo, número de telefone, entre outros. Após, solicita-se

ao usuário o aceite ou não dos termos de uso e da política de dados, através de um contrato nos moldes supramencionados. No entanto, nesse momento surge um problema, pois, na ânsia de utilizar a rede social, o usuário acaba por não ler cuidadosamente os textos demasiadamente longos e de difícil compreensão, fazendo como que ele desconheça o monitoramento de suas informações e atividades, bem como a proteção que está sendo dispensada aos seus dados mais sensíveis, situações estas que são permitidas devido a sua anuência.

3.3 Marco inicial da proteção de dados contratuais

A proteção de dados tem relação ao direito à privacidade, sendo este um direito tutelado pelo ordenamento jurídico brasileiro, tendo previsão no art. 5º, inciso X da Constituição Brasileira de 1988, tratando-se de um direito fundamental indisponível. Ademais, além da Constituição Federal, há outras normas legais como o Código Civil, o Código de Defesa do Consumidor e o Marco Civil da Internet que versam sobre a proteção de dados, ainda que não seja de forma específica e detalhada.

Ocorre que com o avanço da tecnologia e a inexistência de barreiras territoriais, juntamente com a falta de regulamentação e a mínima intervenção do Estado, a internet passou a ser um local perigoso em relação a parte mais sensível dos usuários: os dados. Não demorou muito para que as pessoas tivessem acesso aos conteúdos despejados indiscriminadamente na rede pelos usuários e, só assim, é que a sociedade se atentou para os riscos dessa prática. Rapidamente, houve uma usurpação de informações sigilosas da vida privada dos usuários utilizando-se para tirar proveitos com fins econômicos.

Segundo Mendes (2014), a proteção de dados pessoais surge no contexto da sociedade da informação como uma forma de proteger a privacidade e a personalidade dos indivíduos diante dos potenciais riscos associados ao tratamento de dados pessoais. Afinal, seu objetivo não é apenas proteger os dados em si, mas sim as pessoas que são titulares desses dados.

As informações pessoais são uma espécie de linha tênue entre as pessoas e a sociedade, uma vez que a personalidade de um cidadão pode ser gravemente violada com a divulgação indevida de informações armazenadas sobre ele, causando sérios danos nas esferas morais e patrimoniais. Logo, por fazerem parte dos direitos de personalidade, tais informações merecem respaldo jurídico objetivando, assim,

assegurar a liberdade e igualdade.

Sarlet (2020) defende que, em resumo, a proteção de dados refere-se à proteção da pessoa humana, especialmente em relação ao livre desenvolvimento de sua personalidade e à garantia de sua autodeterminação informacional.

Por essa razão, tornou-se necessário criar um instrumento normativo específico para aumentar os níveis de proteção concedidos aos indivíduos que estão sujeitos, de forma consciente ou não, à exposição de informações relacionadas aos seus interesses políticos, culturais, econômicos e sociais. E, então, em 14 de agosto de 2018, a Lei nº 13.709, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, mais conhecida como LGPD foi criada.

A LGPD busca estabelecer padrões e diretrizes para o uso, coleta, armazenamento e compartilhamento de dados pessoais, tanto no meio físico quanto digital, por pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado. Além do mais, o texto é bem claro ao indicar que o tratamento deve ser realizado com base na boa-fé e nos seguintes princípios: finalidade, adequação, necessidade, livre acesso, qualidade dos dados, transparência, segurança, prevenção, não discriminação, responsabilização e prestação de contas.

O espírito da norma, de acordo com Soler (2021), é salvaguardar o direito à proteção de dados, compreendido como um meio de efetivar a proteção dos direitos fundamentais à liberdade, à privacidade e ao livre desenvolvimento da personalidade, conforme estabelecido em seu artigo 1º. Além disso, o artigo 2º reforça esses pontos ao relacionar os fundamentos da norma com base nos direitos fundamentais, destacando os direitos mencionados anteriormente, e levando em consideração o princípio da autodeterminação informativa.

Cumprido ressaltar que a referida norma visa prevenir e mitigar os riscos de qualquer atividade, evitando a ocorrência de atos ilícitos ou danos aos titulares de dados pessoais, entretanto, em razão da natureza dos direitos protegidos, tem-se que não seria adequado esperar apenas uma atuação repressiva, visto que não garantiria uma proteção efetiva das pessoas.

Pinheiro (2021, p.896) discorre sobre a importância da LGPD:

Com a Lei n. 13.709/2018 inaugurou-se um novo marco legal brasileiro para as instituições privadas e públicas. Isso porque a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, ou LGPD, discorre acerca da proteção dos dados pessoais dos indivíduos em qualquer relação que envolva o tratamento de informações que possam ser enquadradas como dados pessoais, ou seja, que estejam

relacionadas a uma pessoa natural identificada ou identificável e que sejam tratadas em qualquer meio ou suporte, seja por pessoa jurídica ou por pessoa física.

A LGPD, embora busque sistematizar a problemática relacionada ao tratamento de dados pessoais e estabelecer um arcabouço normativo para essa disciplina, não se limita apenas a absorver elementos já presentes na nossa ordem jurídica, uma vez que introduz diversos novos elementos que por si só causam um impacto significativo. A consolidação em uma normativa foi apenas o primeiro passo, pois a LGPD traz uma série de institutos próprios da proteção de dados, bem como novos direitos para os titulares, inclusive, a lei considera elementos que levam em conta o risco nas atividades de tratamento de dados pessoais.

Em razão das modificações profundas trazidas, a referida lei é tida como uma lei complexa de alto impacto, dado que instituiu diversos procedimentos específicos e reafirmou princípios já abordados pela Constituição Federal e Marco Civil da Internet.

Isto porque a proteção de dados pessoais atua em conformidade com princípios constitucionais, como o direito fundamental à privacidade, à intimidade e à inviolabilidade dos dados pessoais e, nesse sentido, é importante abordar com maior ênfase o princípio da privacidade, pois ele é o fundamento principal da elaboração da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Além disso, tem-se que a exposição do consumidor na era digital ultrapassa barreiras que a normativa ainda não consegue controlar diretamente e, para que essas barreiras não fossem ultrapassadas, se fez necessário uma série de regramentos, inclusive a estipulação de multas para quem viesse a tratar de forma incorreta estes dados tão sensíveis.

Para uma compreensão aprofundada da relevância do tema abordado nesta pesquisa, que trata da abusividade contratual na era digital, em contraposição ao objetivo dessa normativa, é imprescindível o aprofundamento quanto a ausência de transparência, a violação dos dados cadastrais e os obstáculos quanto a efetivação da LGPD.

4 A APLICAÇÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E A ABUSIVIDADE NOS CONTRATOS DIGITAIS

Como brevemente abordado no capítulo anterior, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais foi criada com o objetivo de regulamentar e proteger os dados pessoais e sensíveis das pessoas naturais no Brasil, impondo diversas obrigações e regras às empresas e instituições que lidam com esses dados, incluindo aquelas que utilizam contratos digitais em suas operações. Com a crescente adoção de tecnologias digitais, houve um aumento nos contratos celebrados de forma eletrônica, o que torna de grande relevância a importância de entender como a LGPD se aplica a essas relações.

Todavia, há muitos obstáculos enfrentados pela Lei frente a esta nova sistemática de contratação no que se refere ao tratamento dos dados sensíveis, como a coleta, uso e compartilhamento, bem como em relação a abusividade existente devido à falta de transparência nas informações disponibilizadas ao público consumidor e a violação dos dados cadastrais, entres estes que serão explanados ao longo do presente capítulo.

4.1 Obstáculos enfrentados na aplicação da LGPD frente aos contratos digitais

Inicialmente, é inegável o fato de que a LGPD refletiu e trouxe consequências para todas as relações sociais e jurídicas, em ambiente online e físico, impactando também nas formalizadas por meio de contratos. Dito isso, o legislador teve cuidado em criar normativas que se adequassem a nova realidade, conforme se verifica no *caput* do art. 1º da supracitada norma, estabelecendo que a lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, dando a devida ênfase para o cenário atual, em razão das relações interpessoais e os negócios jurídicos que são cada vez mais digitais.

Para Samaniego (2021), é indiscutível que a elaboração de contratos, independentemente da sua natureza, envolve o processamento de dados pessoais e, em certos casos, até mesmo de dados pessoais sensíveis, de tal modo que a LGPD estabelece a necessidade de adaptação das cláusulas contratuais, a fim de permitir que esses instrumentos possam continuar a ser utilizados como meio de garantir o cumprimento das normas, sem deixar de lado a proteção da privacidade dos titulares

dos dados. Importante destacar que os contratos são um recurso significativos, também no âmbito da proteção de dados, uma vez que estabelecem os limites de responsabilidade decorrentes de possíveis prejuízos acerca do tratamento.

Antes da criação da lei em questão não existia uma regulamentação específica sobre as condutas ilegais e abusivas cometidas pelas empresas em relação a proteção e segurança dos dados dos consumidores, além daquelas previstas no CDC. Por isso, as alterações ocasionadas pela LGPD no Brasil, obriga que os contratos, em geral, que tratam de qualquer forma de processamento de dados pessoais, diretamente ou indiretamente, incorporem e sigam os princípios e normas presentes na Lei.

Com a entrada em vigor da LGPD, os contratos de adesão foram diretamente afetados, posto que um dos princípios fundamentais trazidos pela lei é o consentimento do titular dos dados, conforme preconiza Pereira (2021). Isso porque, como já explanado anteriormente, esse tipo de contrato traz um consentimento de forma forçada, pois não permite alteração de suas cláusulas impositivas e abusivas, fazendo com que o contratante se depare com uma negociação “tudo ou nada”.

Tal imposição afronta a figura do consentimento trazida no art. 7º, I da lei, a qual dispõe que o tratamento de dados somente poderá ocorrer com o expreso consentimento do titular dos dados e considera-se consentimento, segundo o art. 5º, XII da lei, desde que manifestado livremente, informado e inequívoco em que o titular está de acordo com o tratamento dos seus dados pessoais para um fim definido.

4.1.1 Consentimento e privacidade

A proteção de dados pessoais é um tema que tem ganho cada vez mais relevância nos dias atuais, considerando a crescente quantidade de informações que são armazenadas e compartilhadas digitalmente, sendo fundamental a sua salvaguarda para garantir a privacidade dos indivíduos, tendo em vista que essas informações podem ser utilizadas de maneira indevida por terceiros. Para isso, o consentimento se mostra como um mecanismo importante para que o indivíduo possa exercer controle sobre as suas informações pessoais, o que é essencial para a proteção da autonomia privada do cidadão.

Acerca do consentimento e a proteção de dados pessoais, Mendes (2014, p.99) explica:

Sabe-se, contudo, que o consentimento, aplicado ao tema da proteção de dados pessoais, apresenta diversas dificuldades, devendo ser tratado com cautela em razão dos seguintes aspectos:

- i) o problema da eficácia do consentimento no tratamento de dados pessoais, em face da possibilidade do não consentimento de o indivíduo acarretar a sua exclusão do mercado de consumo e da sociedade;
- ii) o problema da violação da proteção de dados pessoais, após o tratamento ter sido consentido pelo titular dos dados;
- iii) a questão do consentimento aplicado ao tratamento dos dados sensíveis.

Tal problemática ganha destaque frente a complexidade dos termos de uso apresentados pelas plataformas digitais, que muitas vezes dificultam a sua compreensão pelos usuários, gerando, assim, um consentimento genérico ou até mesmo um vício de consentimento, o que é expressamente vedado pela LGPD. Portanto, conforme discorre Pinheiro (2021), é garantido ao usuário o direito de escolher não compartilhar suas informações pessoais e de optar por não permitir o uso desses dados pelas empresas, assim como é assegurado o direito da empresa de escolher não aceitá-lo como cliente. Contudo, caso o usuário não esteja ciente e não concorde com os termos e políticas da empresa, ele não poderá continuar utilizando os serviços oferecidos.

No mesmo sentido colacionam Feigelson e Siqueira (2019, p.68):

Nesse ponto, vale mencionar que, em se tratando de contratos, a figura dos termos de uso torna-se corriqueira para a proteção de dados no tocante de *e-commerce*. Os negócios jurídicos estipulados pelos termos de uso com políticas de privacidade são estabelecidos entre a comunidade digital e seus usuários, vinculando-se esses ao cumprimento de todas as previsões dispostas no instrumento. Entretanto, para que o termo de uso seja válido, é necessário que esse seja levado ao consentimento do usuário que manifesta a sua vontade em aceitar. Por meio da aceitação, aperfeiçoa-se o vínculo contratual. Logo, enquanto no mundo físico o contrato se firma por meio de assinatura, no mundo virtual esse se concretiza por meio de um clique no checkbox, em um *link* ou via formulário online. Tendo em vista que, em qualquer negócio é preciso a regulamentação das atividades do contratado e contratante, o termo de uso é uma forma de definir a maneira como a empresa se relacionará com seus consumidores. Assim sendo, o uso e a disponibilidade dos dados pessoais pela empresa podem ser limitados por esse instrumento particular, concebendo-se os direitos e responsabilidades da organização frente ao titular das informações.

À vista disso, é cristalino que a relação jurídica havida entre as partes é desigual e há um evidente desequilíbrio em relação ao usuário, pois este não tem conhecimento pleno das consequências que está vinculado ao concordar com um contrato de adesão, permitindo, muitas vezes, que seus dados mais sensíveis sejam manipulados e tratados de forma inadequada.

Outrossim, o respeito à privacidade é um dos fundamentos trazidos no art.2º, I da LGPD que é um grande desafio para sua aplicação, pois, na visão de Pinheiro (2021), a proteção deste direito fundamental tem um custo e também gera um ônus ao usuário final que se demonstra satisfeito com a perspectiva de realizar o “pagamento” do serviço gratuito com os seus dados.

Acontece que, através desse repasse de dados, a empresa é obrigada a informar, de forma expressa e objetiva, ao seu cliente como irá utilizá-los, já que, além de ser uma obrigação legal imposta pela LGPD, a transparência e a clareza na informação ajudam a estabelecer a confiança entre a empresa e o cliente. Atualmente, com a facilidade de transmissão de dados, é comum que, ao conceder permissão através de um clique, uma quantidade significativa de informações seja solicitada e armazenada em bancos de dados.

De acordo com Neto (2022), o tratamento dos dados pessoais do contratante é realizado por algoritmos de inteligência artificial presentes em diversos endereços da internet, como sites, aplicativos e redes sociais. Esses algoritmos buscam identificar tendências pessoais de gosto, consumo e inclinação política do usuário para entregar publicações, conteúdos e propagandas mais relevantes e atrativas. Esse processo tem como objetivo melhorar a experiência do usuário na internet, mas também pode gerar uma impressão de que os aparelhos eletrônicos "conhecem" o usuário.

Dessa forma, não resta dúvidas que ao acessar esses sites, fornecer os seus dados pessoais e aceitar a política de privacidade e/ou termos de uso, o usuário acaba renunciando o seu direito à privacidade em troca do acesso ao conteúdo, estabelecendo uma relação jurídica em que, muitas vezes, desconhece as consequências e permissões que acabara por conceder.

4.1.2 Falta de transparência

A LGPD traz o princípio da transparência como um dos seus princípios norteadores elencado no rol do art. 6º, mais especificamente no inciso VI, a fim de salvaguardar o direito do titular ao acesso a informações claras, precisas e acessíveis sobre o tratamento dos seus dados pessoais. Sabe-se que, nas contratações celebradas por meio digital, a transparência, que decorre do princípio da boa-fé, deve ser plenamente observada, porquanto é muito comum que se use aspectos extremamente complexos e técnicos, o que viola veemente o dever de transparência

das informações.

Conforme visto anteriormente, é imprescindível que o contrato seja celebrado de forma cautelosa, incluindo a forma como é redigido, devendo incluir uma linguagem de fácil acesso, as características e condições dos produtos ou serviços ofertados e os seus reflexos na pós contratação. Segundo Rosa (2021), a omissão desses dados essenciais interfere diretamente na decisão final do consumidor acerca da anuência da contratação, havendo um ponto crítico perante a carência de verdade e de clareza das condições expostas, o que acaba por contaminar a relação jurídica e torná-la abusiva.

Assim sendo, é relevante destacar que na ausência de transparência quanto à utilização e processamento de dados, a coleta dessas informações deve ser considerada nula. Do contrário, o titular dos dados estaria sujeito a uma violação de sua privacidade e sem possibilidade de tomar medidas para reverter tal situação.

Mendes (2014) sustenta que o compartilhamento de dados pessoais é um assunto complexo e controverso quando se considera os princípios de proteção de dados e defesa do consumidor. Isso se deve ao fato de que os riscos associados à coleta e ao processamento inadequado de dados podem se multiplicar exponencialmente se essas informações forem repassadas a terceiros. Isso pode levar a uma representação imprecisa do consumidor na sociedade, gerada em graves violações de sua liberdade e igualdade de acesso aos bens de consumo.

Afinal, a falta de transparência na transferência de dados pessoais se torna uma problemática frente a sociedade. Embora os usuários saibam que suas informações estão sendo compartilhadas digitalmente, muitas vezes não conseguem identificar as conexões entre as informações e suas consequências.

Ademais, o legislador claramente se preocupou quanto à transparência no que diz respeito a maneira que os dados pessoais serão utilizados, trazendo no art. 9º, §1º da LGPD a previsão de que o consentimento será inválido se as informações fornecidas ao titular forem enganosas ou abusivas, ou se não forem apresentadas previamente de forma transparente, clara e inequívoca.

Nesse sentido explica Bioni (2020, p.191):

É importante destacar que a LGPD: a) ao dispor a respeito do princípio da transparência, correlaciona-o diretamente à prestação de “informações claras, precisas e facilmente acessíveis”; e b) prevê ser o consentimento nulo caso não haja esse resultado ótimo esperado: a transparência. Portanto, informação e transparência são elementos normativos imbricados em virtude

da tamanha correspondência entre eles, havendo um teste de eficiência do primeiro para com o segundo, com o resultado ótimo do dever-direito de informar.

O princípio da transparência é enfatizado na LGPD devido à importância que é dada à troca de informações com o titular dos dados durante todo o processo de tratamento. A clareza das informações é fundamental e não deve ser excessivamente técnica, pois é necessário que pessoas de diferentes níveis culturais possam compreender facilmente do que se trata a informação correspondente. É fundamental que o titular dos dados entenda o que acontecerá com seus dados após o tratamento. A transparência não diz respeito apenas aos dados antes e depois do tratamento, mas também aos agentes envolvidos no processo, como o controlador e o operador.

A título de informação, os controladores e operadores são denominados pela norma como os agentes de tratamento de dados pessoais e estão previstos no Capítulo VI, Seção I, sendo pessoas ou empresas que colaboram com o processo de tratamento dos dados, possuindo atribuições legais bem definidas. Pinheiro (2022) conceitua que o controlador se refere à pessoa física ou jurídica responsável por receber os dados pessoais dos titulares, seja por meio de consentimento ou por exceções previstas em lei. Por outro lado, o operador se refere à pessoa física ou jurídica que realiza o tratamento de dados pessoais com base em contrato ou obrigação legal.

Por fim, muitos usuários de aplicativos da internet, diariamente, realizam contratos eletrônicos sem ter plena consciência de que estão concordando com os termos e condições de uso impostos pelas empresas de forma abusiva e sem qualquer possibilidade de negociação. Tal atitude faz com que estejam expostos a diversos riscos, sobre os quais não concordariam se tivessem lido com atenção todas as condições previstas, o que chama atenção a necessidade de se promover maior transparência nas relações jurídicas dessa natureza.

4.1.3 Responsabilidade civil sobre a proteção de dados pessoais dos consumidores

Como visto anteriormente, a crescente coleta, tratamento e compartilhamento de dados pessoais por empresas tem gerado uma grande preocupação em relação à privacidade e proteção desses dados. Nesse contexto, surge a responsabilidade civil

das empresas em caso de danos causados por violação à privacidade e proteção de dados pessoais dos consumidores no intuito de garantir a segurança e a privacidade dessas informações em um ambiente digital cada vez mais complexo.

Capanema (2020) disserta que a responsabilidade por violação da proteção de dados decorre do exercício da atividade de proteção de dados, em que haja o descumprimento da legislação, qual seja, a LGPD. Ainda, pode-se dizer que a proteção de dados é um microssistema com normas presentes em diversas leis, tendo a LGPD como a sua base estrutural. Em analogia ao conceito de “legislação tributária” do art. 96 do CTN, o referido microssistema não abarca apenas as leis de proteção de dados, mas também as normas administrativas regulamentares que serão deliberadas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados ou outras entidades competentes.

A respeito da proteção dos dados pessoais, Bioni (202, p.104-105) explica:

Sendo a proteção do consumidor e a dignidade da pessoa humana erigidas como princípios da ordem econômica pela Constituição Federal (art. 170, caput e inciso V, da Constituição Federal) que conformam a livre-iniciativa, mostra-se ainda mais pertinente o diagnóstico dessa dupla faceta de leis gerais de proteção de dados pessoais, especialmente para se cumprir com o que foi programado em termos de ordem econômica pelo texto constitucional. A LGPD internaliza constitucional. As suas disposições preliminares enunciam que a disciplina da proteção de dados pessoais tem como objetivo proteger os direitos fundamentais e o livre desenvolvimento da personalidade (art. 1º), repetindo-os como um dos seus fundamentos ao lado do desenvolvimento econômico-tecnológico e da inovação (art. 2º). A LGPD estabelece, portanto, uma dialética normativa de conciliação entre todos esses elementos. O principal vetor para alcançar tal objetivo é fraquear ao cidadão controle sobre seus dados pessoais. Essa estratégia vai além do consentimento do titular dos dados, pelo qual autorizaria o seu uso. Tão importante quanto esse elemento volitivo é assegurar que o fluxo informacional atenda às suas legítimas expectativas e, sobretudo, não seja corrosivo ao livre desenvolvimento da sua personalidade. É a combinatória desses elementos de que se trata a autodeterminação informacional.

A LGPD trouxe, em seu art. 42, a previsão acerca da responsabilidade de caráter solidário para o controlador e o operador quanto a obrigação de reparação dos danos que causarem a outrem, sejam eles de cunho patrimonial, moral, individual ou coletivo, no exercício da atividade de tratamento dos dados pessoais, em decorrência da violação a referida lei.

Ao fim e ao cabo, o objetivo da legislação de proteção de dados é garantir a segurança dos dados pessoais dos usuários, e o dispositivo em questão está diretamente relacionado a esse propósito. Ele estabelece a responsabilidade dos

operadores dessas informações, que devem adotar medidas cautelosas em todos os procedimentos para evitar qualquer violação à lei, pois, em caso de descumprimento, deverão arcar com as consequências e danos causados aos usuários.

Aliás, cumpre ressaltar que os princípios contratuais previstos no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor seguem vigentes e dialogam com os princípios trazidos pela LGPD, logo, o usuário ao firmar um contrato digital deve agir de boa-fé e não tirar proveito de sua vulnerabilidade, concordando com os termos apresentados para, em momento posterior, declarar que são nulos e abusivos em razão de ser a parte hipossuficiente da relação.

De outra banda, para garantir sua boa-fé na condição de fornecedor de serviços e produtos, a empresa deve apresentar suas condições e termos de forma acessível e objetiva. Demonstrar que foram adotadas medidas necessárias para que os titulares tenham conhecimento de todas as condições, restrições, direitos e obrigações envolvidas é fundamental, uma vez que a empresa poderá ser responsabilizada por qualquer dano ou evento prejudicial que tenha causado.

Acerca da responsabilidade dos provedores de internet, Leonardi (2005) explica que, ao prestar serviços, os provedores estão sujeitos a diversas condutas jurídicas que obedecem ao cumprimento de determinados regramentos, independentemente da existência de restrições e/ou excludentes de responsabilidade presentes em seus contratos. Além disso, embora tenham a liberdade de definir em seus contratos quais tipos de conteúdo podem ser armazenados em seus servidores ou ofertado a terceiros, assim como quais providências adotará na hipótese de violação dos termos, os usuários também têm a liberdade de contratar tais serviços, escolhendo dentre empresas que colaboraram ou não com a divulgação de conteúdos questionáveis ou prejudiciais, respeitando sempre as normas de ordem pública.

Indiscutivelmente, a LGPD foi criada para reforçar que, em caso de vazamento de dados, considera-se acidente de consumo e falha na prestação dos serviços, entretanto, como bem lembra Oliveira (2021), sabe-se que em alguns contratos não há a possibilidade de negociação das cláusulas, como nos contratos de adesão e, é em razão disso que se deve analisar os riscos da contratação antes, assim como os impactos que poderão ser gerados deste contrato para o usuário.

4.2 Confiança e vulnerabilidade

Indiscutivelmente, a confiança é o alicerce de qualquer relação entre as pessoas e cumpre um papel essencial sobre as expectativas que são criadas entre as partes ao assumirem as obrigações ajustadas no contrato, estabelecendo assim um vínculo contratual. A razão da contratação, desde que seja razoável e de boa-fé, faz parte da relação contratual, protegendo as expectativas legítimas dos consumidores.

Marques (2006) entende que, atualmente, a sociedade se depara com uma nova crise do contrato e da confiança, que tem sua base na crescente cultura tecnológica de consumo virtual. A oferta de produtos e serviços e a contratação à distância por meio virtual apresentam desafios, como a despersonalização e desmaterialização das relações comerciais, além da desterritorialização, atemporalidade e falta de confiança dos consumidores no comércio eletrônico.

Nesse viés, Rosa (2021) assevera que a sociedade passou por um processo evolutivo marcado pela massificação do consumo, que resultou na criação dos contratos de adesão como forma de atender às necessidades de uma atividade econômica dinâmica. Essa mudança trouxe benefícios ao consumidor, ampliando as opções de consumo, entretanto, também consolidou a falta de poder de decisão do consumidor em relação às cláusulas contratuais impostas unilateralmente pelos fornecedores.

Isto posto, é notório que nessa nova era das relações jurídicas digitais os consumidores enfrentam riscos cada vez maiores e isso se deve, em grande parte, à dificuldade de identificar o fornecedor real, bem como aos aspectos técnicos envolvidos nessa realidade contratual, que é formalizada através de aplicativos e sites. Como resultado, os negócios jurídicos formalizados nesse meio virtual e impessoal acaba por criar um ambiente com muitas ameaças ao consumidor, tal qual a inclusão e proliferação de cláusulas abusivas nos contratos digitais.

De acordo com Lorezenti (2004), os direitos básicos dos consumidores estão enfrentando grandes ameaças no contexto das contratações eletrônicas, tais quais, a necessidade de proteção igual ou maior do que a oferecida em outras áreas do comércio, a disseminação de cláusulas abusivas nos contratos eletrônicos, o direito à informação, ao conselho e à educação, a proteção contra práticas que violam a competitividade, o direito à segurança, à proteção contratual, ao ressarcimento, à transmissão da proteção e ao acesso à justiça.

Em razão disso é que a confiança encontra-se intimamente ligada à segurança, pois é necessário que o consumidor confie na relação jurídica que está sendo estabelecida para com ele e nas condições as quais estão sendo ofertadas de forma clara e transparente, observado o princípio da boa-fé que deve prevalecer nas relações de consumo.

Isto é, a segurança percebida pelo consumidor ao estabelecer relações jurídicas no mundo digital é fundamental para a confiança nesse tipo de transação. Sem segurança, não há confiança estabelecida.

Acerca da evolução do comércio digital Lorenzetti (2004) expressa que a internet oferece mais opções de interação com outros indivíduos (ampliação subjetiva), amplia as categorias de produtos e serviços disponíveis (ampliação objetiva), permite a compra de bens personalizados (desmassificação segmentada) e reduz o tempo de escolha (tempo real), tudo isso com uma redução considerável nos custos de transação em favor do consumidor.

Sendo assim, diante dessa era digital e das contratações de forma eletrônica, é preciso ter cuidado redobrado quanto as cláusulas abusivas que são incluídas pelos fornecedores aproveitando-se da confiança do consumidor.

Nesse sentido, Rosa (2021) faz um alerta:

No mundo digital, com a hiper massificação das relações de consumo, não se pode olvidar que a propagação da abusividade avança na mesma ou maior proporção que a própria adesão a esse novo meio de aquisição de produtos e serviços, deixando o consumidor, certamente, mais vulnerável.

A internet é estruturada com uma arquitetura que utiliza tecnologia avançada para coletar e processar dados em sistemas interconectados, por isso, os programas que seguem informações se convertem em poderosas ferramentas de identificação do perfil eletrônico do usuário.

Dessa forma, a sociedade interconectada pela rede mundial de computadores fornece seus dados pessoais de diversas formas, como nome, e-mail, número de telefone e informações de cartão de crédito a cada página da web que visita.

No entanto, essas informações pessoais acabam, muitas vezes, sendo comercializadas a terceiros sem o conhecimento do usuário que consentiu com tal prática através de cláusulas completamente abusivas e impostas a ele nos termos e condições de uso.

É evidente que o consumidor se torna inúmeras vezes mais vulnerável no comércio eletrônico do que no físico, uma vez que não há garantias absolutas de que o meio escolhido para realizar uma transação seja seguro e proporcione tranquilidade e conforto tanto durante quanto após a contratação.

4.3 A violação do dever de informar

Como visto anteriormente, a informação de forma clara e objetiva é um fator indispensável para a tomada de decisão segura do consumidor, pois o dever de informação está correlacionado ao princípio da transparência, estando presente em diferentes legislações, como o CDC, a LGPD e o Código Civil. O dever de informação visa fornecer ao titular dos dados uma avaliação segura sobre a relação jurídica, informando os riscos e benefícios da contratação para que possa tomar uma decisão consciente resguardando o seu melhor interesse.

Ocorre que, ainda que a informação seja essencial para garantir a confiança e segurança nas relações de consumo no ambiente digital, muitos usuários concordam com as condições de uso e política de privacidade sem ler os termos desses contratos digitais, expondo a risco vários de seus direitos fundamentais, tais como privacidade, acesso à justiça e a proteção de dados pessoais. Ademais, muitos desses contratos são extensos, com uma linguagem técnica e de difícil compreensão, contrariando ao direito à informação previsto no art. 6º, III do CDC.

Ademais, Marques (2004, p.32) ressalta que:

Assim, se o consumidor faz um *click* para abrir o contrato, isto não pode ser interpretado como se ele estivesse aceitando a oferta, ou que o contrato se perfectibilizou. Deve ser possível ler o contrato e mesmo o imprimir, sem o concluir, pois o contrato é informação para o consumidor e é o direito de escolha deste último que está em jogo. O abuso da 'ordem' de impulsos eletrônicos, ou da ordem de telas abertas é justamente o de somente informar o conteúdo do contrato quando este já está aceito, ou de somente permitir baixá-lo (download), quando o consumidor já se tornou contratante.

Entretanto, o fato de o usuário só ter acesso ao conteúdo do contrato após o aceite forçado é considerado uma prática abusiva, isso porque, ao analisar os termos de uso presentes em diversas plataformas online, pode-se observar uma grande variação nas condições estipuladas, algumas, inclusive, podem ser consideradas ilegais e abusivas, como a coleta e venda indiscriminada de dados pessoais dos

usuários e a vedação de ajuizamento de ações judiciais.

A polêmica questão que paira sobre o assunto é: Se o consumidor tivesse pleno conhecimento das obrigações a serem assumidas e seus reflexos jurídicos antes de aceitá-las, será que isso influenciaria no seu consentimento?

Rosa (2021) defende que, se há omissão em relação aos dados essenciais, há violação ao dever de transparência nas informações e ofensa ao princípio da boa-fé, uma vez que, se a omissão decorrer de uma atitude proposital, presume-se que se dita ou exposta de forma inteligível seria bem provável que o consumidor não consentiria.

Ocorre que a utilização do comércio eletrônico implica em desafios para a proteção do consumidor devido à distância física, ao caráter imaterial do ambiente virtual, à possibilidade de contratação atemporal e internacional. Marques (2004) explica que essas particularidades dificultam a aplicação dos meios tradicionais de proteção aos direitos do consumidor, como o direito à informação detalhada, a possibilidade de rescisão sem justificativa e direito de arrependimento, a garantia legal de produtos e serviços, o estabelecimento de prazos para o cumprimento das obrigações por parte dos fornecedores, o combate a cláusulas abusivas, a proteção de dados pessoais e da privacidade.

Por fim, o objetivo é fornecer informações concretas e precisas para que o consumidor possa avaliar suas opções e decidir se vale a pena assumir os riscos de uma contratação, especialmente aquelas realizadas em ambiente virtual. Aliás, quanto mais claras forem as informações, mais fácil e rápido será o processo de tomada de decisão que levará à concessão (ou não) do consentimento. Apesar do dever de informação/transparência estar expressamente previsto no CDC, ele está implícito em todos os instrumentos legais, pois deriva do princípio geral da boa-fé objetiva e deve ser observado em todas as relações contratuais, principalmente, nos contratos de adesão amplamente utilizados nas plataformas digitais.

4.4 O uso indevido dos dados cadastrais

Infelizmente, o uso indevido e a violação dos dados cadastrais constituem um tema de extrema relevância e que gera uma grande preocupação, principalmente, quando o assunto é as contratações no meio digital. Isso se dá em razão da existência de possíveis cláusulas que permitem a troca de arquivos de dados, cessão,

armazenamento ou compartilhamento destes pelos fornecedores.

Como já demonstrado, as empresas comumente franqueiam o acesso aos seus produtos e serviços mediante o repasse de dados pessoais e sensíveis como forma de pagamento, impondo aos usuários às suas condições por meio de contratos de adesão. Dessa forma, o usuário é obrigado a preencher diversas lacunas com informações, em sua maioria, sensíveis, sobre a sua personalidade e hábitos de vida, a fim de que seja traçado um perfil de consumo e seja possível monetizar estes dados, entretanto, muitos deles são completamente desnecessários para o objetivo específico do negócio contratado.

Acerca das cláusulas contratuais que permitem a coleta e uso dos dados pessoais, Rosa (2021) ressalta que:

Cláusulas dessa natureza, integrantes de um contrato de adesão, apesar de ter havido eventual anuência genérica pelo consumidor, contudo, sem opção para alterá-las, dada sua natureza, implica, de certo modo, em abusividade, pois viola um princípio maior, o da privacidade assegurado pela Constituição Federal.

A coleta legítima de dados pessoais está diretamente conectada à obtenção do consentimento do consumidor ou a uma autorização legal, desde que o usuário seja conhecedor desta. Mendes (2014) ensina que o consentimento somente terá eficácia em relação à finalidade a qual foi concedida, portanto, para qualquer propósito diferente é necessária uma nova autorização expressa de consentimento do usuário.

A exemplo disso, tem-se as redes sociais que se utilizam dos termos de uso e política de privacidade para legitimar a coleta de informações dos usuários. Em geral, esses documentos afirmam que não há venda de dados dos usuários para terceiros, mesmo que esses dados sejam usados internamente para fornecer conteúdo personalizado aos usuários. Nesse contexto, a plataforma Twitter (2018, p.6/7) expõe a forma como utiliza os dados coletados:

A receita de publicidade nos permite prestar suporte e melhorar nossos serviços. Nós podemos utilizar as informações descritas nesta Política de Privacidade para ajudar a tornar nossa publicidade mais relevante para você, para medir sua eficácia e para ajudar a reconhecer seus dispositivos para podermos fornecer anúncios a você dentro e fora do Twitter. Nossos parceiros de publicidade e afiliadas compartilham conosco informações como ID do cookie do navegador, ID do dispositivo móvel ou hash criptográfico de um endereço de e-mail, assim como dados demográficos ou de interesse e conteúdo visualizado ou ações tomadas em um site ou aplicativo. Alguns de nossos parceiros de

publicidade, especialmente nossos anunciantes, também nos permitem coletar informações similares diretamente de seu site ou aplicativo ao integrar nossa tecnologia de publicidade.

Santos (2020) explica que, ao considerar as cláusulas presentes nos termos de uso das redes sociais, pode-se observar que seu teor amplo e genérico pode contribuir para possíveis abusos na utilização das informações coletadas. Isso porque muitos desses contratos justificam a coleta de dados com a finalidade de melhorar a experiência do usuário, sendo comum que essas informações sejam utilizadas para fins comerciais.

Em relação a utilização desses dados com o intuito de permitir uma melhor experiência ao consumidor, Mulholland (2018) afirma que, embora o processamento de grandes bases de dados, por meio de técnicas computacionais cada vez mais avançadas, pode levar a análises probabilísticas e resultados eficientes, por outro lado, afetam os interesses de uma parcela específica da população e acabam retirando a capacidade de autonomia do indivíduo e seu direito de acesso a bens e serviços, bem como a certas políticas pública

Dessa forma, entende-se que é essencial proteger juridicamente os dados pessoais dos usuários, especialmente em um ambiente de compartilhamento intenso como as redes sociais que adotam as contratações em massa como forma de regular suas ações, a fim de preservar o direito à privacidade e privacidade do indivíduo.

5 CONCLUSÃO

Os contratos desempenham um papel fundamental na sociedade, uma vez que são a principal forma de estabelecer relações obrigacionais entre as partes. Eles surgem da necessidade humana de expressar vontades e interesses e o direito civil atua como um instrumento para regular e proteger essas relações.

A visão contemporânea os envolve em uma perspectiva coletivista, na qual a intervenção estatal é necessária para garantir a formação dessas relações jurídicas de maneira justa e transparente.

Para isso são utilizados princípios, tais quais, o da vulnerabilidade do consumidor, da boa-fé objetiva, da equidade contratual e da transparência, buscando assegurar informações claras e corretas ao consumidor, promovendo uma relação contratual mais equilibrada, evitando que sejam formuladas cláusulas abusivas e permitindo que a parte vulnerável tome decisões conscientes.

Nesse sentido, o estudo dos contratos no ordenamento jurídico brasileiro nos permite compreender a sua importância, visto que é a interação entre o Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor que reforça a necessidade de garantir a justiça e a equidade nas relações de consumo.

Com a evolução das mídias digitais e a velocidade das transações eletrônicas o Direito tradicional necessitou adaptar as normas protecionistas frente a esta nova realidade, a fim de contemplar questões técnicas, de segurança e privacidade de dados. Isso porque a transparência e a compreensibilidade das informações disponibilizadas também são fundamentais nesse ambiente cibernético.

Ademais, a transição do corriqueiro contrato para essa modalidade eletrônica decorre do avanço da sociedade de consumo e da tecnologia, onde as declarações de vontade são manifestadas através de um computador e o documento é elaborado de forma unilateral pelo fornecedor, sem a participação do consumidor.

No entanto, o contrato de adesão é caracterizado pela aceitação sem a possibilidade de negociação das cláusulas previamente estabelecidas por uma das partes. Essas cláusulas são elaboradas, geralmente por grandes empresas, e impostas aos consumidores que têm apenas a opção de aceitar ou recusar integralmente os termos.

Ocorre que, no contexto da era digital, esse tipo de documento comumente conhecido como "Termos de Uso", "Condições de Uso" ou "Termos de Serviço"

merecem devida atenção, pois regulam a relação entre os usuários e os provedores de serviços online, geralmente redigidos em linguagem técnica e complexa.

Dessa forma, esses termos podem deixar os usuários em situação de desvantagem excessiva devido à falta de compreensão do texto e a impossibilidade de negociação das cláusulas, ficando restritos a decisão de aderi-las ou recusá-las.

Um dos desafios enfrentados pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais nos contratos digitais é justamente o consentimento, pois é um dos elementos fundamentais na relação contratual e a lei estabelece que o tratamento de dados só pode ocorrer com a autorização expressa do titular. Todavia, quando é consentido sem plena consciência das implicações envolvidas, pode levar a um aceite genérico ou até mesmo viciado.

A proteção da privacidade também é um desafio, já que muitos usuários renunciam a esse direito em troca do acesso aos serviços digitais. A falta de transparência na forma como os dados pessoais são utilizados e compartilhados é outra questão problemática. A LGPD estabelece o princípio da transparência, mas muitas vezes as informações são apresentadas de forma complicada, violando este dever.

A falta de clareza na transferência de dados pessoais está ligada ao fato dos usuários não conseguirem entender as conexões entre as informações e suas consequências. E, como forma de tentar prevenir que isso ocorra, a referida lei prevê que o consentimento será inválido se as explicações dadas ao titular forem enganosas ou abusivas, ou se não forem apresentadas de forma transparente, clara e inequívoca.

Outrossim, a confiança está intrinsecamente ligada à segurança e, para que os consumidores confiem nessas relações, entretanto, diante da dificuldade de identificar fornecedores reais e aos aspectos técnicos envolvidos nas transações virtuais, isso acaba lhes colocando em posições desfavoráveis.

Além disso, o legislador, ao criar a LGPD, se preocupou com o uso indevido dos dados cadastrais, já que diversas empresas coletam dados pessoais dos usuários como forma de pagamento em troca do acesso ao conteúdo e muitas vezes compartilham ou vendem esses dados sem o consentimento do usuário. Entretanto, cumpre ressaltar que cláusulas contratuais que permitem a coleta e uso de dados pessoais podem ser consideradas abusivas se violarem o direito à privacidade.

Dessa forma, embora haja diversos desafios para a efetiva aplicação da legislação protecionista frente a essa nova modalidade contratual, foi possível concluir

que o legislador previu uma gama variada de mecanismos para coibir situações como o consentimento forçado, a falta de transparência nos termos de uso, a renúncia à privacidade em troca de serviços e a falta de clareza na transferência de dados pessoais, prevendo, inclusive, sanções para aqueles que descumprirem as normas estabelecidas.

Ademais, além do Código de Defesa do Consumidor, não havia uma legislação específica que abordasse as práticas ilegais e abusivas das empresas em relação à proteção e segurança dos dados dos consumidores. Como consequência, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais revolucionou quando passou a exigir que os contratos em geral, que envolvam qualquer forma de processamento de dados pessoais, incorporem e sigam os princípios e normas estabelecidos na referida lei.

Por fim, para que as medidas sejam plenamente eficazes, é de extrema importância e necessidade a conscientização dos consumidores acerca dos seus direitos e a colaboração e transparência das empresas. Dessa forma, será possível conciliar as comodidades proporcionadas pelos contratos de adesão e os direitos conquistados com dificuldade que estão positivados pelo ordenamento jurídico brasileiro.

REFERÊNCIAS

AGUIAR JÚNIOR, R. R. de. Projeto do código civil: as obrigações e os contratos. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, n. 775, p. 18-31, maio. 2000.

ALMEIDA, F. B. D.; LENZA, P. **Direito do Consumidor Esquematizado**®. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://bibliotecadigital.saraivaeducacao.com.br/epub/790037?title=Direito%20do%20consumidor%20esquematizado%C2%AE>. Acesso em: 15 set. 2022.

AQUINO, L. G. de. **Teoria Geral dos Contratos**. Belo Horizonte: Expert, 2021.

AZEVEDO, Álvaro Villaça. **Teoria geral dos contratos típicos e atípicos**: curso de direito civil. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BAGGIO, A. C. **E-commerce**: o avanço tecnológico e as relações consumidor-fornecedor. Curitiba, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/203251/pdf/0?code=V0Mkt9sFayW9fKUTa83nD6EB3nT2Wkc3YBiOdn5t+h8SAYdBvbYT1Ho02rZglcA+XMeQsOydiQnbY7viGUV0zQ==>. Acesso em: 18 set. 2022.

BARBAGALO, Erica Brandini. **Contratos eletrônicos: contratos formados por meio de rede de computadores peculiaridades jurídicas da formação do vínculo**. Tese (Mestrado), Universidade de São Paulo Faculdade de Direito. São Paulo: USP-SP, 2000.

BESSA, L. R. Manual de direito do consumidor. 4.ed.rev., atual. e ampl. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2012.

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de Dados Pessoais**: a função e os limites do consentimento. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

BOMBASSARO, A. O impacto da era digital na gestão de contratos. **Revista Jus Navigandi**, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 24, n. 6018, 23 dez. 2019. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/78559>. Acesso em: 06 jul. 2022.

BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [2022]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 20 jul. 2022.

BRASIL. **Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República, [2022]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm. Acesso em: 20 jul. 2022.

BRASIL. **Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, [2019]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 20 jul. 2022.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial 293.778/RS**. Rel. Ministro Ruy Rosado de Aguiar, 4ª Turma, DJU de 20.8.2001, julgado em 29.5.2001, Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/7966731>. Acesso em: 18 set. 2022.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial 595.734/RS**. Cuida-se de recurso especial, interposto por J B DE C V, contra acórdão do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. [...] Recorrente: J B DE C V. Recorrido: C C E I LTDA. Relatora: Min. Nancy Andrighi, 28 de novembro de 2005. Disponível em: https://www.stj.jus.br/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/ITA?seq=518362&tipo=0&nreg=200301673051&SeqCgrmaSessao=&CodOrgaoJgdr=&dt=20051128&formato=PDF&s_alvar=false. Acesso em: 18 set. 2022.

CANTO, R. E. do. A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico: reconstrução da confiança na atualização do Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2015.

DONEDA, Danilo. Da privacidade à proteção de dados pessoais: fundamentos da Lei Geral de Proteção de Dados. 2. ed. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2019.

DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro. **Teoria das Obrigações Contratuais e Extracontratuais**. vol. III, 21 ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005.

FEIGELSON, Bruno; SIQUEIRA, Antonio Henrique Albani. **Comentários à Lei Geral de Proteção de Dados: Lei 13.709/2018**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. p. 68.

FILHO, R. P.; GAGLIANO, P. S. **Novo Curso de Direito Civil - Contratos**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://bibliotecadigital.saraivaeducacao.com.br/epub/788825?title=Novo%20curso%20de%20direito%20civil%20-%20contratos>. Acesso em: 11 jul. 2022.

GONÇALVES, C. R. **Direito Civil Brasileiro**, volume 3: contratos e atos unilaterais. 16. ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

LEONARDI, Marcel. **Responsabilidade Civil dos Provedores de Serviços de Internet**. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2005. Disponível em: <http://leonardi.adv.br/wpcontent/uploads/2011/04/mlrcpsi.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2023.

LIMA, A.; D. S.; BARONOVSKY, T. **LGPD para Contratos**. São Paulo: Saraiva, 2021. *E-book*. Disponível em: <https://bibliotecadigital.saraivaeducacao.com.br/epub/775181?title=LGPD%20para%20contratos>. Acesso em: 11 jul. 2022.

LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. **Validade e obrigatoriedade dos contratos de adesão eletrônicos (shrink-wrap e click-wrap) e dos termos e condições de uso (browse-wrap): - Um estudo comparado entre Brasil e Canadá**.

Tese (Doutorado), Universidade de São Paulo Faculdade de Direito. São Paulo: USP-SP, 2009.

LISBOA, Roberto Senise. **Contratos difusos e coletivos**: a função social do contrato. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

LORENZETTI, R. L. Comércio eletrônico. Tradução: Fabiano Menke. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2006.

MARQUES, C. L. Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2004.

MARQUES, C. L. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais. 5.ed.rev., atual. e ampl. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2006.

MENDES, L. S. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor** - Linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. E-book. Disponível em:
<https://bibliotecadigital.saraivaeducacao.com.br/epub/581064?title=Privacidade,%20prote%C3%A7%C3%A3o%20de%20dados%20e%20defesa%20do%20consumidor%20-%20Linhas%20gerais%20de%20um%20novo%20direito%20fundamental>. Acesso em: 30 abr. 2023.

MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 4. ed. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2013.

MIRAGEM, B. Responsabilidade por danos na sociedade de informação e proteção do consumidor: desafios atuais da regulação jurídica da internet. **Revista do Consumidor**, São Paulo, v. 18, n. 70.

MULHOLLAND, Caitlin. Dados pessoais sensíveis e a tutela de direitos fundamentais: uma análise à luz da lei geral de proteção de dados (lei 13.709/18). **Revista Dir. Gar. Fund.**, Vitória, v. 19, n. 3, p. 167 set./dez. 2018. Disponível em: 57 <http://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/1603>. Acesso em: 20 abr. 2023.

NUNES, R. **Curso de Direito do Consumidor**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

PEDRO NETO, James Euzébio. **Contratos digitais e LGPD no âmbito empresarial**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Fundação Educacional do Município de Assis, Assis Disponível em:
<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1911400396.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2023.

PINHEIRO, P. P. **Direito Digital**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2021. *E-book*. Disponível em:
<https://bibliotecadigital.saraivaeducacao.com.br/epub/764044?title=Direito%20digital>. Acesso em: 11 jul. 2022.

PINHEIRO, P. P. **Proteção de dados pessoais**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2022. E-book. Disponível em: <https://bibliotecadigital.saraivaeducacao.com.br/epub/803384?title=Prote%C3%A7%C3%A3o%20de%20dados%20pessoais>. Acesso em: 30 abr. 2023.

QUADROS, Amanda Maciel de; MARCON, Karina. Os conceitos de público e privado nas redes sociais e suas implicações pedagógicas. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá, n. 160, p. 68-77, set. 2014. Disponível em: <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/24485>. Acesso em: 30 mar. 2023.

REALE, Miguel. **O Projeto do novo Código Civil**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

ROSA, JORGE CHAGAS. **Abusividade Contratual na Era Digital sob a Ótica do Código de Defesa do Consumidor: aspectos teóricos, práticos e reflexos da LGPD**. 1. ed. Belo Horizonte: Dialética, 2021. E-book. Disponível em: <https://play.google.com/books/reader?id=NtYiEAAAQBAJ&pg=GBS.PP1&hl=pt-PT&printsec=frontcover>. Acesso em 22 de jul. 2022.

ROSSI, M. D. Aspectos legais do comércio eletrônico: contratos de adesão. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 36, 105-129, out./dez. 2000.

SANTOLIM, C. V. M. Os princípios de proteção do consumidor e o comércio eletrônico no direito eletrônico. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 14, n. 55, p. 53-84, jul./set. 2005.

SANTOS, G. D. **Contratos de adesão em plataformas digitais como obstáculos Para efetivação da lei geral de proteção de dados pessoais**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/23223/1/GDS030420.pdf>. Acesso em: 07 maio. 2023.

SARLET, Gabrielle Bezerra Sales. Notas sobre a proteção dos dados pessoais na sociedade informacional na perspectiva do atual sistema normativo brasileiro. In: LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (Org.) **Comentários à Lei Geral de Proteção de Dados: Lei n. 13.709/2018, com alteração da Lei n. 13.853/2019**. São Paulo: Almedina, 2020. E-book.

SEBASTIÃO, M. P. D. A. Proteção aos dados do usuário de serviços digitais pela LGPD e as cláusulas abusivas na política de privacidade. **Cadernos Jurídicos da Faculdade de Direito de Sorocaba**, [s.l.], v. 3, n. 1, p. 107–120, 2022. Disponível em: <https://www.fadi.br/revista/index.php/cadernosjuridicos/article/view/92>. Acesso em: 15 ago. 2022.

TARTUCE, F. **Direito Civil: teoria geral dos contratos e contratos em espécie**, v. 3.14. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

TEIXEIRA, T. **Direito Digital e Processo Eletrônico**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2022. E-book. Disponível em:

<https://bibliotecadigital.saraivaeducacao.com.br/epub/781922?title=Direito%20Digital%20e%20Processo%20Eletr%C3%B4nico>. Acesso em: 11 jul. 2022.

TWITTER, Inc. **Política de Privacidade**. Disponível em:

https://cdn.cms-twdigitalassets.com/content/dam/legal-twitter/site-assets/privacy-page-gdpr/pdfs/PP_EN_Q22018-PDF-April_PT.pdf. Acesso em: 07 maio. 2023.