

**XXIX CONGRESSO NACIONAL DO
CONPEDI BALNEÁRIO CAMBORIU - SC**

DIREITO DO CONSUMIDOR I

GUILHERME APARECIDO DA ROCHA

MARCELO NEGRI SOARES

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente: Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

D597

Direito do consumidor [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Guilherme Aparecido da Rocha; Marcelo Negri Soares. – Florianópolis: CONPEDI, 2022.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-596-6

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Constitucionalismo, Desenvolvimento, Sustentabilidade e Smart Cities

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Consumidor. XXIX Congresso Nacional do CONPEDI Balneário Camboriu - SC (3: 2022: Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



XXIX CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI BALNEÁRIO CAMBORIU - SC

DIREITO DO CONSUMIDOR I

Apresentação

O XXIX CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI, realizado em parceria com a Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, entre os dias 07 e 09 de dezembro de 2022, apresentou como temática central “Constitucionalismo, Desenvolvimento, Sustentabilidade e Smart Cities”. Diante disso, atuais e de muito relevo foram as discussões em torno da temática durante todo o evento, bem como nos Grupos de Trabalho e durante as apresentações de pôsteres.

Os trabalhos contidos nesta publicação foram apresentados como pôsteres no Grupo “DIREITO DO CONSUMIDOR”. Todos passaram previamente por, no mínimo, dupla avaliação cega por pares. Durante o evento, os trabalhos expostos foram novamente avaliados em dupla rodada, o que atesta a qualidade do conteúdo e promove ricas discussões sobre cada uma das pesquisas. A temática proposta agrupa pesquisas com teor inovador e diretamente relacionadas ao tema central do XXIX Congresso Nacional do CONPEDI. Foram apresentados resultados de pesquisas desenvolvidas em diversas instituições do país, que retratam parcela relevante dos estudos que têm sido produzidos na temática central do Grupo de Trabalho.

Importante destacar a qualidade dos trabalhos apresentados pelos pesquisadores que engrandeceram esse encontro e trouxeram diversidade e pesquisas acadêmicas de bastante relevo.

Espera-se, então, que o leitor possa vivenciar parcela destas discussões por meio da leitura dos textos. Agradecemos a todos os pesquisadores, colaboradores e pessoas envolvidas nos debates e organização do evento pela sua inestimável contribuição e desejamos uma proveitosa leitura!

Prof. Dr. Marcelo Negri Soares (Unicesumar)

Prof. Dr. Guilherme Aparecido da Rocha (Faculdade Galileu)

Venda casada pela sujeição dos consumidores à entrega de seus dados pessoais para acessar produtos e serviços

Henrico César Tamiozzo¹
Poliana Dequêch

Resumo

INTRODUÇÃO: Com o passar dos anos, a história da civilização humana foi marcada por diferentes fontes econômicas que potencializaram todas as revoluções industriais. Nos anos 80 e 90, a terceira revolução industrial foi caracterizada pelo aprimoramento técnico-científico da informática, robótica, telecomunicações, etc. A evolução não parou por aí, já que atualmente se experiencia a quarta revolução industrial, definida pela interconectividade e automação inteligente. Esta nova revolução trouxe inúmeros benefícios, mas também desafios, inclusive no campo jurídico. Um dos principais fatores que determinam a quarta revolução industrial é a capacidade de processamento de dados que as máquinas passaram a ter. Diante disto, os dados passaram a ter valor expressivo em todos os aspectos, tanto que se defende serem o novo petróleo, de importância ímpar na quarta revolução industrial. Na seara do direito do consumidor, em que dados de consumidores são fornecidos, coletados e processados a todo momento, e em grande parte de forma inconsciente, faz-se indispensável a análise do tema. Uma situação que tem sido vista com frequência é o fornecedor condicionar a coleta de dados pessoais nas suas vendas de produtos e serviços. Por exemplo, o consumidor apenas consegue comprar determinado produto caso forneça seu número de CPF, ou ceder seu e-mail e celular para acessar um serviço/informação em determinado aplicativo ou sítio eletrônico, entre diversas outras situações. Portanto, é necessário o debate acerca da licitude desta conduta, que em tese poderia configurar venda casada, prática abusiva estabelecida pelo Código de Defesa do Consumidor brasileiro.

PROBLEMA DE PESQUISA: O problema assinalado na presente pesquisa é sobre a legalidade da atuação das empresas que para entregar produtos e serviços ao consumidor condicionam a coleta de seus dados pessoais. Não seria isso uma nova modalidade de prática abusiva, que nos termos do Art. 39, inciso I, do CDCC, habitualmente nomeada como venda casada? Logo, questiona-se, é possível considerar venda casada quando o fornecedor condiciona sua prática comercial à entrega, por parte do consumidor, de um dado pessoal?

OBJETIVO: Primeiro se faz necessário compreender as práticas negociais ofertadas aos cidadãos na atual sociedade de consumo e, conseqüentemente, a importância dos dados pessoais na nova economia movida pela informação. Segundo, analisar o conceito de venda casada na sua interpretação clássica, como também à luz da sociedade atual e do fenômeno em questão. Por fim, diante da compreensão do cenário e compreensão da conduta abusiva, será possível verificar a possibilidade de enquadrar o condicionamento do fornecimento de dados pessoais nas práticas comerciais como uma conduta abusiva ou não, verificando se trata-se de uma venda casada.

MÉTODO: O método adotado é o sistêmico, proposto por

¹ Orientador(a) do trabalho/resumo científico

Maturana e Varela. As técnicas de pesquisa utilizadas são a documentação indireta por meio da pesquisa documental e bibliográfica. RESULTADOS ALCANÇADOS: Há uma abusividade suportada pelos consumidores que, na maioria das vezes, e inconscientemente, é condicionado a entregar seus dados pessoais sem necessidade. De início, é válido observar que o conceito clássico de venda casada, tal como disposto no inciso I, do Art. 39, do CDC/90, não se insere perfeitamente à exigência de dados pessoais como condição para o fornecimento de produtos e serviços. O texto somente identifica como prática abusiva o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço. Tudo bem que trata-se de rol exemplificativo, contudo, ao pesquisar a raiz desta abusividade, ou seja, as razões pelas quais a venda casada passou a ser vedada, é razoável considerá-la também nos presentes casos de condicionar o fornecimento de produto ou de serviço à coleta de dados pessoais do consumidor. Em outras palavras, é a prática de subordinação do consumidor a realizar aquilo que está além da sua vontade e necessidade, por interesses comerciais que só interessam ao fornecedor. A princípio, o consumidor só quer ter acesso ao produto ou serviço e nada mais. Entretanto, e na maioria das vezes de forma imperceptível, é levado a ceder seus valiosos dados pessoais para conseguir atingir essa finalidade. No problema debatido analisa-se de que modo e até onde isso pode interferir na licitude da prática, com base em exemplos práticos.

Palavras-chave: Direito do Consumidor, Dados Pessoais, Práticas Abusivas, Venda Casada

Referências

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 16 out. 2022.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

MARQUES, Claudia Lima, et al. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 5ª Ed. São Paulo: Thomson Reuters, 2016.

MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 7ª Ed. São Paulo: Thomson Reuters, 2018.

SCHWAB, Klaus. A quarta revolução industrial. Tradução Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016.