

## Relatório de Viagem

Participamos, no dia 15/03/2017, em Berlin, do evento “**Building a digital world consumers can trust**”, promovido pelo governo da Alemanha, enquanto presidente do G20. Como grupo que reúne as principais economias industrializadas e emergentes do mundo, o G20 se ocupa de temas atuais e relevantes, que afetam toda a economia e vida mundial. Juntos, o grupo representa quase dois terços da população da Terra, mais de quatro quintos do PIB global e três quartos do comércio mundial.

A Alemanha escolheu "Moldar um mundo interconectado" como slogan da Presidência do G20, sendo que a sua agenda baseou-se em três pilares: Construir a resiliência - melhorar a sustentabilidade - assumir a responsabilidade. O objetivo de melhorar a sustentabilidade para o futuro inclui aproveitar as oportunidades proporcionadas pelas tecnologias digitais, que são tidas como um dos principais motores do crescimento económico e do desenvolvimento social.

Nesse contexto, e com o objetivo de se desenvolver todo o potencial oferecido pela revolução digital, a confiança do consumidor é fundamental. Ao mesmo tempo, princípios fundamentais como o livre fluxo de informações, privacidade, proteção de dados e segurança de dados são de suma importância.

Todos esses aspectos foram abordados no evento intitulada "Construir um mundo digital que os consumidores podem confiar".

O evento foi organizado conjuntamente pelo Ministério Federal da Justiça e Protecção do Consumidor (BMJV), a Federação das Organizações Alemãs de Consumidores (vzbv) e a Consumers International (CI), e contou com a presença de representantes do governo, organizações internacionais, associações de consumidores, indústria e academia, reunindo mais de 300 participantes – representantes de vários países e segmentos.

Nos vários painéis foi destacada a importância maior de assuntos como:

- Marco regulatório – necessário para o empoderamento dos consumidores, a quem devem ser assegurados os padrões máximo de proteção, com base nos ordenamentos mais evoluídos e padrões propostos pela ONU;
- Condutas empresariais responsáveis – o tratamento justo dos consumidores deve fazer parte das políticas normais de governança e da cultura dos ‘fornecedores digitais’;
- Acesso e Inclusão – deve-se buscar e garantir o acesso à internet com qualidade, e preços módicos aos consumidores, para que mais pessoas possam se beneficiar da economia digital;
- Transparência e visibilidade – informações sobre produtos, provedores, processos e direitos de consumidores devem ser claros e acessíveis, a garantir que os usuários entendam as consequências de suas atividades on-line, estimulem a confiança e a tomada de decisão;
- Uso Leal e clareza de titularidade – muitos produtos disponíveis na rede são licenciados aos consumidores, que devem ter clareza de informação acerca do produto, e suas condições de uso, bem como deve haver respeito aos direitos do usuário/consumidor, devendo ser claramente identificado o fornecedor responsável por assegurar os direitos do consumidor;

- Educação digital e alertas – mais que a proteção legal e regulatória, as atividades on-line devem assegurar a existência de um canal efetivo para a apresentação e a solução de problemas, devendo ser especialmente considerados os consumidores com necessidade especiais e hiposuficientes;

- Segurança – é fundamental no ambiente onde o consumidor participa, de uma ampla gama de atividades, incluindo os pagamentos e seus registros, proteção contra usos abusivos e fraudes, de seus dados. Usuários devem ser integralmente ressarcidos por qualquer prejuízo que lhes seja causado. Os fornecedores devem primar pela proteção de informações e dados, nos níveis mais elevados da tecnologia, devendo adotar as melhores práticas, como, por exemplo, a privacidade como regra, em seu sites e aplicativos ('security by design').

- Proteção de Dados e Privacidade - o fluxo de dados é fundamental na economia digital. Consumidores devem poder exercer controle sobre o uso de seus dados e preferências de privacidade, para que não recebam publicidade invasiva. O uso dos dados deve ser compatível com a razão da coleta, e pelo prazo adequado. No caso de algoritmos deve ser transparente as suas implicações e não devem ser discriminatórios.

- Queixas e reparações – deve ser assegurado no meio on-line em nível não inferior aos demais meios de comercialização. Devem ser previsto meio de endereçamento de queixas de modo efetivo, a custos baixos, rápidos e descomplicados. Deve ser previsto o acesso a um mecanismo independente de solução, no caso de não ser resolvido o problema internamente. Os entes reguladores devem estabelecer mecanismos de solução de disputas que considerem as relações transfronteiriças.

- Competição e escolha – mercados competitivos devem ser estimulados de modo a oferecer opção de escolha aos consumidores, com estímulo à inovação e competição. Deve ser estimulada a interoperabilidade e compatibilidade de dispositivos, permitindo a comparação pelos consumidores, bem como a portabilidade de dados entre distintos fornecedores.

### **Nossas observações:**

- Os tópicos acima listados sintetizam adequadamente os principais aspectos ou elementos que devem contribuir para o aumento da confiança dos consumidores on-line, ponto-chave para o desenvolvimento da economia digital.

- Podemos dizer que muitas dessas práticas e obrigações impostas aos fornecedores já se encontram positivadas na legislação brasileira, devendo, contudo, ter sua prática estimulada.

- Como recomendação, seria interessante o CGI promover eventos que tratem do assunto, educando os usuários e empresas para o atingimento dos padrões mais elevados de atuação e segurança on line.

Abril de 2017.

Luiz Fernando Martins Castro