

A PROTEÇÃO DE DADOS E A DEFESA DO CONSUMIDOR: AUTONOMIA PRIVADA FRENTE À PRIVACIDADE

DATA PROTECTION AND CONSUMER PROTECTION:
PRIVATE AUTONOMY IN FRONT OF PRIVACY

PEDRO ANDRADE GUIMARÃES FILHO¹

ARIÊ SCHERREIER FERNEDA²

MIRIAM OLIVIA KNOPIK FERRAZ³

RESUMO

Em meio aos avanços da Internet a avistamos repaginando relações e abrindo novas perspectivas comerciais. Neste contexto, a defesa do consumidor, que remonta às bases constitucionais de 88, cristalizadas pelo Código de Defesa do Consumidor, se vê desafiada a contemplar novos modelos de negócios desenvolvidos dentro da internet, sobretudo dentro da temática da Proteção de Dados. Neste passo serão analisadas duas legislações específicas sobre matéria Digital: inicialmente o Marco Civil da Internet e, após, a Lei Geral de Proteção de Dados, com o intuito de trazer conceitos chaves para identificar elementos consumeristas dentro destes dispositivos, bem como compreender de que modo ambos os diplomas legais operam para garantir a proteção do consumidor na temática da proteção de dados, considerando principalmente a autonomia privada dos usuários. Para tanto, a pesquisa foi desenvolvida por meio do método dedutivo e exploratório, lastreado na revisão bibliográfica e análise comparada de legislações. Pretendeu-se demonstrar, por fim, a importância da autonomia privada em face de eventuais violações de direitos fundamentais, como a privacidade, bem como o abuso no tratamento de dados pessoais.

Palavras-chave: Código de Defesa do Consumidor. Marco Civil da Internet. Lei Geral de Proteção de Dados.

ABSTRACT

In the midst of advances in the Internet, we can see it reviving relationships and opening new commercial perspectives. In this context, consumer protection, which dates back to the constitutional foundations of 1988, crystallized by the Consumer Protection Code, is challenged to contemplate new business models

- 1 Mestrando em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. E-mail: pedro_a_guimaraes@hotmail.com
- 2 Graduada em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Membro do Grupo de Estudos de Análise Econômica do Direito. Pesquisadora de Iniciação Científica 2019-2020. E-mail: ariefernedaxx@gmail.com.
- 3 Doutoranda em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná - Brasil (bolsista PROSUP), Mestre e Graduada em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná - Brasil. Especialista em Direito Constitucional pela Academia Brasileira de Direito Constitucional. Editora Adjunta da Constituição, Economia e Desenvolvimento: Revista da Academia Brasileira de Direito Constitucional. Coordenadora Adjunta do Grupo de Estudos em Análise Econômica do Direito da Pontifícia Universidade Católica do Paraná- Brasil. Professora da Universidade Positivo, UNIFACEAR e FAE (Lae Experience) . Advogada. E-mail: m.okf@hotmail.com.

Como citar esse artigo/How to cite this article:

GUIMARÃES FILHO, Pedro Andrade; FERNEDA, Ariê Scherreier; FERRAZ, Miriam Olivia Knopik. *A proteção de dados e a defesa do consumidor: autonomia privada frente à privacidade*. Revista Meritum, Belo Horizonte, vol. 15, n. 2, p. 38-52, Maio/Ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.46560/meritum.v15i2.7749>.

developed within the internet, especially within the theme of Data Protection. In this step, two specific legislation on Digital Matters will be analyzed: initially the Civil Framework of the Internet and, later, the General Data Protection Law, in order to bring key concepts to identify consumer elements within these devices, as well as to understand how both legal acts operate to guarantee consumer protection in the area of data protection, considering mainly the users' private autonomy. For this, the research was developed through the deductive and exploratory method, supported by the bibliographic review and comparative analysis of legislation. Finally, it was intended to demonstrate the importance of private autonomy in the face of possible violations of fundamental rights, such as privacy, as well as abuse in the processing of personal data.

Keywords: Consumer Protection Code. Civil Framework of the Internet. General Data Protection Law.

1. INTRODUÇÃO

À luz da contemporaneidade, celebrados trinta anos de sua edição, está bastante claro que a Constituição Brasileira de 1988 foi promulgada de modo a se tornar a pedra angular de um Estado de forte caráter social, na medida em que elege a cidadania e a dignidade da pessoa humana como fundamentos da República Federativa do Brasil.

Nesta toada, inegável a preocupação especial do legislador constituinte em aspectos correlatos ao Direito do Consumidor, sendo objeto de análise específico em mais de um ponto do texto constitucional, com especial atenção ao arrolamento do tema junto ao rol de Direitos Fundamentais elencados junto ao corpo do art. 5º, em seu inc. XXXII (BRASIL, 1988).

Não obstante o reconhecimento material da envergadura e peso desempenhado pela questão consumerista, igualmente manteve-se em mente a necessidade imperativa da edição de uma codificação específica para abordar e contemplar a temática, fato verificável junto ao art. 48 dos Atos das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), o qual previu um prazo exíguo para a edição de uma legislação específica para contemplar matéria de consumo.

Assim, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei n. 8.078, foi editado em 1990, concebido em consonância com o viés protetivo e com enfoque humano, tônica emanada pelo texto constitucional (BRASIL, 1990). Ademais, o CDC é introdutório a uma série de conceitos base que norteiam a inteligibilidade específica das relações consumeristas, assinalada a inserção de conceitos claros de fornecedor e consumidor, além de reconhecer a vulnerabilidade deste segundo grupo enquanto princípio geral que permeia toda a sistemática do Direito do Consumidor no Brasil.

Mostra-se, portanto, elemento imperativo para compreender a legislação consumerista a observância de sua incidência em concreto, consubstanciada com uma análise contemporânea da sociedade em que atua, com o escopo de contemplar as alterações de modelos de negócios desempenhados por fornecedores.

Neste passo, novos modelos de negócio surgem de modo contínuo, operando e monetizando novas atividades econômicas, embaladas pelos avanços tecnológicos – e das novas possibilidades de auferir lucro. Disso decorrem relações de consumo disruptivas, quando comparadas ao consumo clássico: para além de venda de um produto, o consumidor se torna o produto.

É o caso observado em toda indústria movida pela mineração de dados, cuja presença é quase onipresente nos ambientes digitais, formatando uma indústria bilionária operacionalizada por meio da abertura da privacidade e a captura dos dados pessoais de usuários – que são, em igual medida, consumidores.

O peso da questão atinente à proteção, gestão e tutela de dados não passou despercebida do legislador, que editou diplomas específicos para abordar a intersecção entre o Direito e a Internet, quais sejam, num primeiro momento, o Marco Civil da Internet, Lei n. 12.965/2014, e, numa segunda oportunidade, a Lei Geral de Proteção de Dados, Lei n. 13.709/2018 (BRASIL, 2018).

Tendo isso em vista, o artigo foi desenvolvido com base no método dedutivo e exploratório, lastreado na revisão bibliográfica e análise comparada de legislações e subdivide-se em duas partes principais, referentes (i) à aplicação do CDC em ambiente digital e o seu diálogo com o MCI e a LGPD; e (ii) a proteção do consumidor em ambiente digital, considerando a sua autonomia privada.

Como as legislações específicas que abordam a internet, ao exemplo do Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção de dados, dialogam com o Código de Defesa do Consumidor? São instrumentos complementares, capazes de garantir a defesa das relações consumeristas em meio digital no que toca, especialmente, à proteção de dados?

2. O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR EM AMBIENTE DIGITAL: MARCO CIVIL DA INTERNET E A PROTEÇÃO DE DADOS

Muito embora seja de conhecimento geral as alterações substantivas que a internet vem promovendo na sociedade brasileira nos últimos anos, com reverberações nos campos sociais, econômicos e políticos, é importante notar que o ambiente digital não se encontra, em absoluto, alijado da competência e da jurisdição brasileira.

Tal compreensão empreende entender a internet sob as lentes jurídicas, sobretudo no que toca as relações humanas entre sujeitos dentro da grande rede de computadores, independente de especificidades ou objetivos desta interação. Da mesma forma que a Constituição da República emana e vincula sujeitos e atos em território brasileiro desde 1988, sua jurisdição atinge a totalidade do ambiente digital compreendido no Brasil.

Deste modo, torna-se completamente possível, ainda que totalmente repreensível, impingir direitos de terceiros no ambiente digital. Nota-se, ainda, que a criminalidade não tardou a florescer dentro da internet, tanto em escala global quanto no Brasil, incluindo práticas abusivas de natureza consumerista.

Trata-se de uma decorrência natural da digitalização das relações, fruto do aumento gradiente do número de pessoas com acesso à grande rede de computadores (CARDON, 2012, p. 22). Insta ressaltar, pois, que a digitalização da sociedade brasileira ocorre em duas mãos: tanto no aumento no número de usuários, frisando-se, por exemplo, que entre os anos

de 2016 para 2017 houve um aumento de 69,3% para 74,9% de pessoas com acesso à internet (BRASIL, 2017, p. 5); assim como aumento da relevância, da presença e do volume de transações que ocorrem na rede, também chamadas de *e-commerce*, o qual designa a compra ou venda de bens ou serviços, a qual é "conduzida por meio de redes de computadores e métodos especificamente concebidos para a recepção ou efetuação de pedidos." (OECD, 2011, p. 72)

A respeito da figura do consumidor em meio digital, é possível constatar que este já se encontra digitalizado, ou seja, ainda que não realize a transação através da internet, "isso não quer dizer que a forma de coletar informações sobre bens e serviços já não ocorra de modo maciço pela web". Isto é, com o advento do Código de Defesa do Consumidor brasileiro, observa-se o amadurecimento das relações de consumo e do próprio consumidor (PINHEIRO, 2018, p. 157).

Muito embora a Constituição da República, o Código de Defesa do Consumidor e a legislação dispersa tenham aplicação em ambiente digital, a realidade cotidiana e a dificuldade de aplicação da legislação clássica conduziu o legislador ao debate acerca de uma carta legislativa específica para contemplar questões atinentes ao ambiente digital, sob todos os seus ângulos: trata-se do Marco Civil da Internet (MCI), Lei 12.965/2014.

Por ser originado em razão da necessidade de atualizar o composto legal brasileiro no tocante às questões relacionadas com a internet, com frequência o MCI é considerado como a "Constituição da Internet Brasileira", por trazer uma longa lista de definições de ordem técnica bidimensional, jurídica-computacional, além de apresentar toda a gama de princípios que regulam as atividades digitais no Brasil.

Nota-se ainda que, pelo fato do MCI ser a primeira legislação de cunho específico de regulação da internet, e corroborando com sua faceta "constitucional" sobre a temática, seu corpo de artigos não se digna a detalhar especificidades sobre tais matérias, mas preocupa-se, especialmente, em traçar fundamentos gerais que deram ensejo à construção jurídica subsequente.

Assim, o art. 2º do referido diploma apresenta a base de fundamentos que disciplinam a internet no Brasil. Em seu inc. V, por sua vez, faz menção explícita à defesa do consumidor, ao disciplinar que o uso da internet no Brasil tem como fundamento o respeito, inclusive, à livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor.⁴

Em sequência, o art. 3º elenca a base de princípios que esteiam e disciplinam o uso da internet no Brasil, destacando-se o seu potencial diálogo com atividades econômicas desempenhadas por fornecedores no ambiente digital, garantindo sua operação, mas delimitando a responsabilidade.⁵

Percebe-se, portanto, a partir da análise da aludida legislação, que os elementos voltados ao Direito do Consumidor não passaram à revelia do legislador quando da edição do Marco Civil da Internet, em três pontos fundamentais: (i) reconhece-se como fundamento a defesa do consumidor em ambiente digital; (ii) reconhece-se a responsabilidade e a res-

4 Art. 2º A disciplina do uso da internet no Brasil tem como fundamento o respeito à liberdade de expressão, bem como: [...] V - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor (BRASIL, 2014).

5 Art. 3º A disciplina do uso da internet no Brasil tem os seguintes princípios: [...] VI - responsabilização dos agentes de acordo com suas atividades, nos termos da lei; [...] VIII - liberdade dos modelos de negócios promovidos na internet, desde que não conflitem com os demais princípios estabelecidos nesta Lei (BRASIL, 2014).

ponsabilização dos agentes, fato que, combinado com uma leitura consumerista, indica a incidência de responsabilidade civil objetiva e solidária de fornecedores na internet; e (iii) condiciona modelos de negócios na internet à observância dos princípios da Lei.

Neste íterim, cabe pontuar o diálogo existente entre o CDC e o MCI, na busca de uma eficiência funcional do ordenamento jurídico a partir de uma normatividade constitucional, na medida em que o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor, nos termos do art. 5º, XXXII, da Constituição da República. Ademais, pontua-se que o âmbito de aplicação das regras do CDC abrange, inclusive, as transações realizadas na internet.

Tendo isso em vista, ao se tratar de processamento de dados pessoais de consumidores na internet aplicam-se o CDC e o MCI, considerando que o dever de proteção deve envolver várias dimensões, conforme destaca Laura Mendes (2016):

dever de interpretação conforme a Constituição, de modo a se levar em conta a vulnerabilidade do consumidor e a sua necessidade de proteção; dever de atuação administrativa para a proteção do consumidor; dever de desenvolvimento de uma arquitetura regulatória para a efetividade dessa proteção.

Nesse sentido, tal análise se torna palpável ao trazer à luz questões envolvendo proteção de dados pessoais, com elementos atinentes aos direitos de personalidade, sobretudo nas espécies intimidade e privacidade, cuja garantia remonta à matriz constitucional. Assim, considerando que a intimidade e a privacidade foram postas, de modo claro e imediato, em rota de colisão com as práticas de tratamento de dados, o legislador chancelou sua defesa no Marco Civil (KRETSCHMANN; WENDT, 2018, p. 22).

Ademais, é notável a atenção despendida no Marco Civil para o tópico de Proteção de Dados, a qual não foi estrita, mas sistemática, a tratando em diversos momentos, além de ter toda a secção II direcionada ao contemplo da temática.⁶ Destaca-se, por oportuno, a especial relevância da tratativa dada pelo art. 7º do MCI, o qual dispõe sobre os direitos do usuário e estabelece que o acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania.⁷

Outrossim, o rol de direitos do usuário de internet possui uma relação íntima com aspectos do Direito do Consumidor, sendo possível identificar convergência de direitos digitais e consumerista, principalmente junto ao inc. VIII do aludido dispositivo, com uma clara remissão ao Direito de Informação, consagrado pelo Código de Defesa do Consumidor.

Por sua vez, o art. 43 do CDC já expressava a preocupação acerca da proteção de dados pessoais, ao dispor que o consumidor deve ter acesso às "informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes" (BRASIL, 1990).

6 Da Proteção aos Registros, aos Dados Pessoais e às Comunicações Privadas.

7 Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos: [...] VII - não fornecimento a terceiros de seus dados pessoais, inclusive registros de conexão, e de acesso a aplicações de internet, salvo mediante consentimento livre, expresso e informado ou nas hipóteses previstas em lei; VIII - informações claras e completas sobre coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de seus dados pessoais, que somente poderão ser utilizados para finalidades que: a) justifiquem sua coleta; b) não sejam vedadas pela legislação; e c) estejam especificadas nos contratos de prestação de serviços ou em termos de uso de aplicações de internet; IX - consentimento expresso sobre coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, que deverá ocorrer de forma destacada das demais cláusulas contratuais; X - exclusão definitiva dos dados pessoais que tiver fornecido a determinada aplicação de internet, a seu requerimento, ao término da relação entre as partes. Essalvadas as hipóteses de guarda obrigatória de registros previstas nesta Lei.

Nada obstante, a introdução de um debate de natureza jurídica positivada entre o universo jurídico e a internet se deu por meio do advento da Lei n. 12.965/14, a qual trouxe princípios e fundamentos para disciplinar a temática. Entretanto, tópicos específicos, como a Proteção de Dados, foram abordados em linhas gerais, delegando sua regulamentação à edição de Lei Específica, nos termos do art. 3, inc. III, do MCI.

Ademais, o MCI, por não se tratar de uma de uma lei geral de proteção de dados, não abrange questões como transferência internacional de dados, vazamento de dados, dados anonimizados, dentre outros tópicos (VIOLA; ITAGIBA, 2017, p. 19). Assim, somente em 2018 foi editada a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Lei 13.709/2018, com o intuito de dar continuidade para as questões introduzidas pelo MCI, trazendo para o ponto focal a regulamentação das práticas de captura, armazenamento, guarda e tratamento efetivo de dados.

Vislumbra-se, ainda, que a edição da LGPD cumpriu os requisitos apontados pela Organização das Nações Unidas, junto à *United Nations Guidelines for Consumer Protection* (2016), no sentido de que se recomenda que as “empresas devem proteger a privacidade dos consumidores por meio de uma combinação do controle apropriado, segurança, transparência e mecanismos de consentimento relacionados à coleta e ao tratamento de dados pessoais”. Referida lei, portanto, representou um fortalecimento dos direitos individuais e coletivos dispostos no CDC.

Desse modo, em relação à proteção do consumidor, a LGPD a retoma enquanto fundamento, nos mesmos termos adotados pelo MCI. Seus efeitos e implicações assumem contornos mais práticos, na medida em que se trata de uma legislação temática, regulando uma especificidade de uso – e de exploração econômica – da internet, que reforça ainda mais os traços protetivos do usuário do ambiente digital enquanto consumidor. Isso porque “um serviço pode ser oferecido gratuitamente ao consumidor e, ainda assim, ser considerado remunerado, tendo em vista que obtém ganhos indiretos” por meio de publicidade e da comercialização dos dados de navegação do usuário (MENDES, 2016).

Não obstante essa preocupação com a proteção do consumidor, a LGPD estabeleceu junto ao art. 18 que o titular dos dados pessoais tem direito a obter do controlador, em relação aos dados do titular por ele tratados, a qualquer momento e mediante requisição o acesso aos seus dados; anonimização, bloqueio ou eliminação de dados desnecessários, entre outras hipóteses previstas no dispositivo.

Além disso, o legislador garantiu ao titular dos dados pessoais o direito de peticionar em relação aos seus dados contra o controlador perante a autoridade nacional, bem como o direito de se opor ao tratamento realizado com fundamento em uma das hipóteses de dispensa de consentimento, conforme preceitua os §§1º e 2º do art. 18 da LGPD.

Por outro lado, mostra-se rigorosamente importante adentrar em um debate ainda mais seminal, qual seja a identificação das figuras centrais das relações consumeristas – consumidor e fornecedor – em especial o segundo, dentro desta nova engenharia de consumo, com o objetivo de entender de modo preciso e específico quais são os elementos negociais e bens jurídicos ora pertinentes ao presente debate.

Nesse sentido, é possível vislumbrar que os avanços projetados pela internet impulsionaram um processo legiferante imbuído da tarefa de fornecer diplomas legais capazes de contemplar e assegurar garantias constitucionais em meio digital. Decorre deste empreen-

dimento tanto o MCI quanto a LGPD, sendo a primeira introdutória e geral, e a segunda de caráter específico, com objeto claro e estrito. Em que pesem as diferenças, ambas trazem a defesa do consumidor como fundamento.

Neste meandro é assertivo voltar novamente atenção para o Código de Defesa do Consumidor, de modo a compreender o conceito nuclear de fornecedor, bem como seu enquadramento, para, num segundo momento, contrapor estas ideias com conceitos similares da legislação digital.

Posto isto, o CDC conceitua a figura do fornecedor como sendo toda pessoa física ou jurídica que desenvolve atividade de produção, construção, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços, nos termos do art. 3º da referida legislação.⁸ Essa conceituação está fundada em alguns predicados básicos, como o fornecimento profissional de produto ou serviço dentro de um mercado de consumo, mediante uma contraprestação de valor ou elemento economicamente valorável.

Para transportar o conceito para o ambiente digital e formatá-lo para a realidade da proteção de dados, é preciso, em primeiro passo, retomar a análise legal do MCI, uma vez que conceitos chaves da atividade profissional em ambiente digital estão descritos em seu texto.

Assim, tem-se, de acordo com a Lei 12.965/14, duas formas de Provedores de Serviço, os quais, potencialmente, podem desempenhar a função de fornecedor, nos moldes dispostos pelo CDC. São eles: (i) Provedor de Conexão, considerando-se conexão, nos termos da lei, "a habilitação de um terminal para envio e recebimento de pacotes de dados pela internet, mediante a atribuição ou autenticação de um endereço IP"; (ii) Provedor de Aplicação, considerando-se aplicação, ou, como determina o texto legal, "o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet".

Decantando tais conceitos, evidencia-se que o provedor de conexão será desempenhado por um administrador de sistema autônomo, ou, nos termos do art. 5º, IV, do MCI por uma "pessoa física ou jurídica que administra blocos de endereço IP específicos e o respectivo sistema autônomo de roteamento, devidamente cadastrada no ente nacional responsável pelo registro e distribuição de endereços IP geograficamente referentes ao País". Trata-se, assim, de empresas, habitualmente de telefonia, que fornecem o acesso à internet.

A relevância para o presente estudo, contudo, reside no escopo do Provedor de Aplicação, categoria bastante agregadora, que abarca inúmeras atividades – econômicas ou não – que possuem impacto direto na questão da proteção de dados.

No art. 15 do MCI, por sua vez, é possível identificar um recorte que o legislador faz sobre os provedores de aplicação para enquadramento na forma de fornecedor proposta pelo CDC, na medida em que estabelece que aquele é constituído na forma de pessoa jurídica e que exerce essa atividade de forma organizada, de modo profissional e com fins econômicos. Para tanto, deve "manter os respectivos registros de acesso a aplicações de internet, sob

8 Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. § 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. § 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

sigilo, em ambiente controlado e de segurança, pelo prazo de 06 (seis) meses, nos termos do regulamento” (BRASIL, 2014).⁹

Interessante notar como os pressupostos de caracterização de fornecedor são citados explicitamente, como o desempenho de atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos, para imputar uma responsabilidade específica de guarda de registros e acessos, fato que pode levar a crer que, embora não seja citado ou referenciado o CDC, trata-se, com exatidão, da figura de fornecedor, ora transposta para a área digital.

3. A AUTONOMIA PRIVADA DO CONSUMIDOR E O USO DE DADOS

Diante da relação notória entre o CDC e a legislação que se refere à proteção de dados – MCI e LGPD – é válido levantar alguns pontos relevantes para compreender, em linhas gerais e com intuito exemplificativo, qual a natureza profissional e organizada das atividades a que o art. 15 do MCI faz referência, sobretudo aquelas que trabalham diretamente com mineração de dados.

Nada obstante, insta salientar que em relação à mineração de dados, tem-se que se trata de uma “busca de informações valiosas em grandes bancos de dados” (WEISS; Indurkha, 1998). Ou seja, não basta possuir as informações, é necessário transformá-las em conhecimento.

Assim, destacam-se algumas das atividades em que a mineração de dados é aplicada de forma satisfatória: (i) cartões de crédito, com o intuito de identificar padrões de rotatividade e segmentos de mercado; (ii) telemarketing, permitindo o acesso facilitado aos dados do cliente; (iii) identificação de padrões de consumo e perfis de consumidores, a partir da qual é possível selecionar e direcionar o envio de propagandas promocionais, entre outros fatores (CAMILO; SILVA, 2009, p. 2).

Ademais, pontua-se que:

Um exemplo da aplicação das técnicas de Mineração de Dados foi declarado na notícia “O potencial do Whatsapp para o uso em mineração de dados: Mineração de dados é o processo de explorar grandes quantidades de dados à procura de padrões consistentes.” Tal Notícia explica que a Target, a segunda maior rede varejista dos EUA, estava utilizando o processo de mineração de dados para entender os hábitos de compras de seus clientes e, ainda, que Facebook “sabe quando você vai namorar” cruzando dados sobre as interações dos usuários na rede social. Mostra ainda que existe um potencial enorme a ser explorado por técnicas que “vasculham” os dados de texto, tais como os utilizados no Whatsapp ou em VoIP (BOFF; FORTES; FREITAS, 2018, p. 193).

9 Art. 15. O provedor de aplicações de internet constituído na forma de pessoa jurídica e que exerça essa atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos deverá manter os respectivos registros de acesso a aplicações de internet, sob sigilo, em ambiente controlado e de segurança, pelo prazo de 6 (seis) meses, nos termos do regulamento.

Igualmente, outro exemplo de instrumento capaz de explorar dados é o uso de *cookies*, os quais são “marcadores digitais, inseridos nos discos rígidos do computador do usuário de Internet pelos *websites* visitados, que permitem a identificação e o armazenamento da navegação do internauta” (MENDES, 2016).¹⁰

Trata-se de um exemplo de como os avanços tecnológicos dos últimos cinquenta anos vêm permitindo uma recomposição dos grandes atores econômicos no mercado global. No curso dos anos a indústria de tecnologia computacional se tornou extremamente lucrativa, fato sustentado por números demonstrados por pesquisa realizada pela BrandZTM¹¹.

Percebe-se que grande parte das marcas mantém a mineração de dados dentro do seu portfólio de atividades. O Google e o Facebook, por sua vez, possuem em seu motor de anúncios sua maior fonte de receita (LUCIAN; DORNELAS, 2018, p. 195) – serviço que só é possível por meio do Tratamento de Dados. Isso porque, quando se usa os serviços oferecidos pelo Google, por exemplo, o usuário adere à coleta de dados, os quais são utilizados para oferecer serviços de forma mais eficiente, mantê-los e melhorá-los, desenvolver novos serviços, fornecer serviços personalizados, incluindo anúncios e conteúdos, entre outras funções (GOOGLE, s.d.). Por sua vez, o Facebook utiliza dos dados pessoais de seus usuários para determinar quais anúncios ou produtos deve expor, em troca da gratuidade do uso do aplicativo (FACEBOOK, s.d.).

Ademais, quanto ao tratamento de dados como motor econômico destaca-se que a posição que o “tratamento de informações pessoais possui em seus produtos [...], corrobora a importância fundamental dos dados pessoais no fundamento de seu modelo de negócios” (DONEDA, 2010, p. 10).

Fato é que o tratamento de dados constitui um negócio sobremaneira lucrativo para os seus agentes. A amplitude representada pela questão da exploração econômica de dados pessoais ganhou um episódio fundamental quando a Cambridge Analytica, empresa britânica especializada em tratamento de dados para comunicação estratégica em campanhas eleitorais, foi acusada, e mais tarde se declarando culpada, de acessar indevidamente os dados de 87 milhões de usuários do Facebook durante a campanha presidencial norte-americana, em favor do então presidenciável Donald Trump (PRESSE, 2019).

Tal acontecimento fez avivar o debate da Proteção e Segurança de Dados em escala global, impulsionando em grande medida a aprovação da *Global Data General Protection Regulation*¹² (GDPR) no contexto europeu, a qual entrou em vigor em 25 de maio de 2018 naquele continente. Inegável a influência da edição da GDPR sobre o contexto internacional, causando uma intensa movimentação de empresas e Estados, fato que igualmente se observa sobre o Brasil, com a edição da LGPD (Lei n. 13.709/2018).

Apesar da forte influência material e formal da GDPR, a LGPD tem um ponto de sustentação bastante nacional, na medida em que reproduz em literalidade a disposição de defesa do consumidor pontuada pelo Marco Civil.

10 Destaca-se que sempre que o *cookie* visar outras funções além da transmissão de comunicações na Internet ou for estritamente necessário para a realização de um serviço online solicitado pelo consumidor, será necessária a obtenção do consentimento prévio do consumidor. (MENDES, 2016)

11 O ranking das Marcas Globais mais valiosas aponta a seguinte classificação com valor em bilhões: Amazon – 315.505; Apple – 309.527; Google – 309.000; Microsoft – 251.244; Visa – 177.918; Facebook – 158.968 (WANG, 2019).

12 Lei Geral de Proteção de Dados. Tradução Livre.

Para a consecução deste modelo protetivo, a LGPD assume como tarefa central abarcar a complexidade das questões correlatas aos dados, seguindo, para isso, a mesma base estrutural do Marco Civil, explanando definições jurídicas para elementos e aspectos técnicos, além de demonstrar tendência de embasamento geral, ao desenhar novos princípios a serem observados e respeitados nas práticas incidentes no tratamento de dados.

Assinaladas tais constatações, é importante notar que a LGPD compreende a questão da tutela de dados de modo bastante abrangente e expansivo, compreendendo não somente os dados em meio digital; decorre disso o reconhecimento da existência de diversas formas de agentes de tratamento, nos termos do art. 3º.¹³

Em que pese esta leitura aberta, é sobremaneira importante observar o disposto no art. 4º, com especial ênfase ao seu inc. I, o qual dispõe que a LGPD não se aplica ao tratamento de dados pessoais quando realizados por “pessoa natural para fins exclusivamente particulares e não econômicos” (BRASIL, 2018).

A importância da leitura de ambos os artigos de modo conjugado é determinante para a compreensão da LGPD enquanto diploma regulador, cujo recorte enfoca especialmente a exploração econômica do tratamento de dados, enquanto meio ou fim para o oferecimento de bens ou serviços, o que remete a um enquadramento explícito do conteúdo da Lei no bojo consumerista.

Sobre a aplicação da Lei na observância de fins econômicos, se assevera:

A delimitação da aplicabilidade da Lei em relação aos tipos de dados que são considerados regulados pela LGPD demonstra que o tratamento de dados pessoais deve seguir um propósito certo e funcional, mas que não supere a liberdade de informação e expressão, a soberania, segurança e a defesa do Estado. Da mesma forma, o uso doméstico com fins não econômicos não recebe a aplicação da lei, tendo em vista que um dos focos de ação do dispositivo é regular atividades cujo objetivo seja a oferta de bens ou serviços (PINHEIRO, 2019, p. 57).

Assim, a partir da edição da GDPR europeia e LGPD brasileira, dando especial atenção para conjecturar medidas protetivas aos usuários, é notável que estes acabam por se tornar, pela natureza econômica da atividade de tratamento de dados, consumidores.

Resta, então, abordar a figura do consumidor em meio digital em matéria da proteção de dados. Evidentemente, embora sua tratativa no texto da Lei não se dê nominalmente, deve-se extrair a condição de consumidor através de uma leitura sistemática da LGPD, mantendo-a alinhada ao Código de Defesa do Consumidor.

A constituição da figura do consumidor toma forma a partir de uma leitura análoga do art. 5º da LGPD, em que se encontram as definições utilizadas no diploma. Sendo assim, nos termos do inc. V do aludido artigo, tem-se que o titular é a “pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento” (BRASIL, 2018).

Ademais, entre os muitos diálogos que são empreendidos por meio de debate originado da intersecção entre o Direito do Consumidor, sustentado pela Lei 8078/90, e os elementos

13 Art. 3º Esta Lei aplica-se a qualquer operação de tratamento realizada por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, independentemente do meio, do país de sua sede ou do país onde estejam localizados os dados, desde que: [...] II - a atividade de tratamento tenha por objetivo a oferta ou o fornecimento de bens ou serviços ou o tratamento de dados de indivíduos localizados no território nacional;

gerais que norteiam a proteção de dados, um ponto ganha especial contorno refere-se ao tópico acerca de como se origina o vínculo entre o usuário consumidor e fornecedor em ambiente digital.

Evidentemente que a questão em muito se estende neste meandro, passando em primeira mão pela questão da vulnerabilidade do consumidor em todas as relações de consumo, um dos postulados mais caros à matéria consumerista, operante como pedra angular que sustenta todo o espectro protetivo que emana de tal diploma.

Igualmente, notável que a questão também abarca elementos relativos aos direitos de personalidade, matéria primal de qualquer debate que se digne a abordar questões atinentes aos dados pessoais na internet, sua extensão e possibilidade de disponibilidade, tópico que remete do Direito Constitucional à seara Civil de natureza contratual.

Neste íterim, será dada atenção específica ao viés protetivo do dever de informação, sustentáculos da boa fé em meio às relações de consumo, o qual é importado de modo bastante pungente pela LGPD. Nada obstante, o CDC, em seu art. 6º, inc. III prevê que é direito básico do consumidor "a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem" (BRASIL, 1990).

Constata-se, pois, que é obrigação do fornecedor apresentar todas as informações referentes aos produtos e serviços de modo claro ao consumidor, reconhecida sua condição intrínseca de vulnerável, de modo que permita a formação de seu juízo de escolha, qualificando-a. Entretanto, as determinações do referido dispositivo podem ser potencialmente incompletas para abarcar um novo tipo de relação entre consumidor e fornecedor em meio digital.

Frisa-se que tal relação se dá por meio de um contrato digital, firmado à distância, com uso de dispositivos eletrônicos (PINHEIRO, 2018, p. 408). De tal sorte, se está diante de um contrato que, em razão de seu objeto, aborda questões eminentemente técnicas, como linguagem específica de tecnologia e afins, fato que pode dificultar a inteligibilidade do consumidor ao exercer um ato de contratação, o qual pode, ainda, negociar seus dados pessoais neste tipo de empreendimento.

Ademais, esta modalidade de contratação por via digital dificilmente permite qualquer forma de debate com o fornecedor. São, destarte, contratos de adesão em sua essência e forma, de modo a vulnerabilizar ainda mais o usuário consumidor, o qual possui apenas a opção de aceitar ou não os termos contratuais (DI LORIO; GIACCAGLIA, 2018, p. 222).

Tal questão despontou como um dos elementos principais de análise por parte do legislador quando editou a LGPD, sopesando, em grande medida, o caráter consumerista das relações, de modo a compor uma legislação com capacidade de preencher a possível lacuna deixada pela abordagem geral do CDC.

Inicialmente, a questão se ilustra no corpo do art. 6º, inc. I e IV, respectivamente, na medida em que prevê que as atividades de tratamento de dados pessoais devem observar a boa-fé e princípios, tais como a finalidade (tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades) e transparência (garantia, aos titulares, de informações

claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial).

Não obstante colocar de modo ostensivo a imperatividade de trabalhar com informações claras acerca do modo de tratamento, o legislador dispendeu especial atenção à exigência de clareza nos atos contratuais, em que o usuário consumidor manifesta sua vontade, em evidente intuito de qualificar seu poder de escolha¹⁴.

Percebe-se, portanto, que a LGPD avaliou com especial atenção a possibilidade real dos fornecedores que operam o setor de mineração de dados agirem com potencial ausência de boa fé e incorrendo em vício de informação ao determinar regras expressas para afastar tal possibilidade. Isso resta claro junto ao art. 44 da lei, ao dispor que o tratamento de dados pessoais é irregular quando deixa de observar a legislação ou quando não fornece a segurança que o titular dele pode esperar (BRASIL, 2018).

Com efeito, diante de eventual dano causado pelo controlador ou operador de dados pessoais, a aludida lei estabelece em seu art. 42 a obrigação de repará-lo, seja ele patrimonial, moral, individual ou coletivo, em violação à legislação de proteção de dados pessoais. Ainda, a preocupação do legislador estendeu-se no art. 45, o qual prevê que em caso de violação do direito do titular no âmbito das relações de consumo, aplicam-se as regras de responsabilidade previstas na legislação pertinente, isso porque as informações possuem valor econômico (BRASIL, 2019).

Igualmente, destaca-se que, embora a LGPD tenha previsto que em regra a responsabilidade do controlador e do operador não seja solidária, o art. 45 garantiu a aplicação da responsabilidade objetiva e solidária do CDC para o caso de relações de consumo, como em caso de vícios ou defeitos de um produto, por exemplo (CÂMARA BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO, 2019, p. 3).

A partir do panorama posto, mostra-se cabível crer que a incidência do Direito do Consumidor sobre questões correlatas à proteção de dados é massiva e extremamente presente, ainda que as menções diretas sejam rarefeitas nas legislações específicas, sendo que a proteção do consumidor está umbilicalmente atida e consubstanciada à edição da LGPD.

Ademais, aborda-se a compreensão da autonomia privada que é compreendida como o poder do indivíduo de estabelecer regras jurídicas para o seu próprio comportamento (AMARAL NETO, 1988, p. 10), a autorregulação de si. Ainda de acordo com Francisco dos Santos Amaral Neto (2003, p. 348), "a autonomia privada é o poder que os particulares têm de regular, pelo exercício de sua própria vontade, as relações que participam, estabelecendo-lhe o conteúdo e a respectiva disciplina jurídica".

Com efeito, deve haver estímulo à "adoção de padrões para serviços e produtos que facilitem o exercício de controle dos titulares sobre seus dados pessoais, considerando as

14 Nesse sentido, o art. 9 da LGPD dispõe que: O titular tem direito ao acesso facilitado às informações sobre o tratamento de seus dados, que deverão ser disponibilizadas de forma clara, adequada e ostensiva acerca de, entre outras características previstas em regulamentação para o atendimento do princípio do livre acesso: I - finalidade específica do tratamento; II - forma e duração do tratamento, observados os segredos comercial e industrial; III - identificação do controlador; IV - informações de contato do controlador; V - informações acerca do uso compartilhado de dados pelo controlador e a finalidade; VI - responsabilidades dos agentes que realizarão o tratamento; e VII - direitos do titular, com menção explícita aos direitos contidos no art. 18 desta Lei. § 1º Na hipótese em que o consentimento é requerido, esse será considerado nulo caso as informações fornecidas ao titular tenham conteúdo enganoso ou abusivo ou não tenham sido apresentadas previamente com transparência, de forma clara e inequívoca.

especificidades das atividades e o porte dos responsáveis" (SILVA, 2019, p. 98). Ou seja, ações que garantam o exercício da autonomia privada pelos usuários consumidores.

Nesse sentido, quando o tratamento dos dados for realizado em descumprimento com a legislação, as atividades fiscalizatórias e sancionadoras da Autoridade Nacional de Proteção de Dados poderão ser acionadas, nos termos do art. 18 da LGPD. Do mesmo modo, com o objetivo de qualificar a tomada de decisão e promover efetivamente a autonomia da vontade dos usuários à autoridade nacional incumbe disseminar o conhecimento sobre a proteção de dados pessoais e da privacidade à população, conforme art. 58-B, V, da LGPD.

Por sua vez, com as grandes mudanças sociais, Doneda afirma o surgimento de uma segunda geração de leis, no sentido de que o fornecimento de dados pessoais tornou-se um requisito para "sua efetiva participação na vida social", ou seja, a terceira geração das leis passa a proteger não somente o fornecimento dos consumidores, mas além: "[...] que envolve a própria participação do indivíduo na sociedade e leva em consideração o contexto no qual lhe é solicitado que revele seus dados" (DONEDA, 2010, p.42). Dessa forma, meios de proteção devem ser no sentido de compreender a complexidade do fornecimento e captação de dados e desenvolver proteções efetivas.

Conforme apontado, quando se compreende o tratamento dos dados dessa forma, ao consumidor é garantida a permissão ou não do uso, mas também a informação e barragem dos usos e finalidades do armazenamento dos seus dados. Dessa forma, a autonomia privada retoma a sua posição de importância, ao permitir que o consumidor tenha pleno conhecimento de como seus dados serão e estão sendo utilizado, o que necessariamente deve estar acompanhado de um livre esclarecimento.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cada dia a tecnologia digital avança sobre a sociedade contemporânea, inundando as relações humanas e alterando seus paradigmas clássicos; neste ponto se encontra o Direito, desafiado cotidianamente a se atualizar em face dos novos desafios que reverberam deste novo e complexo universo.

Um dos elementos jurídicos que vem sendo afetados de modo mais profundo e pungente é o Direito do Consumidor, o qual gradativamente deve se reinventar para continuar desempenhando o papel protetivo ao Consumidor, sempre vulnerável, de modo a não desguarnecê-lo em face de possíveis novos abusos.

Tal quadro encontrou um ponto de inflexão crítico face à Proteção de Dados Pessoais, na medida em que, para além dos produtos e serviços digitais ofertados, o consumidor – e seus dados pessoais – se tornaram o produto maior. O Código de Defesa do Consumidor fora levado ao seu extremo interpretativo, sendo necessária a edição de legislações específicas sobre o ambiente digital brasileiro.

Nesse sentido, no primeiro tópico abordou-se o diálogo das fontes com o intuito de garantir uma eficiência funcional do ordenamento jurídico a partir de uma normatividade constitucional de defesa do consumidor. Para tanto, fez-se uma análise conjunta dos dispo-

sitivos do CDC, do Marco Civil da Internet, bem como da Lei Geral de Proteção de Dados no que tange à proteção do consumidor.

Ademais, pontuou-se que por meio do Marco Civil da Internet e, em segunda mão, com o advento da Lei Geral de Proteção de Dados, a defesa do consumidor em meio digital passou a encontrar novos pontos de apoios, com inovações legislativas que permitiram oxigenar materialmente a questão, de modo auxiliar ao Código de Defesa do Consumidor.

Nada obstante, destacou-se a necessidade e importância da autonomia para o controle de dados pessoais dos usuários consumidores, com o objetivo de evitar o abuso de seu uso e a violação da privacidade por parte do controlador, o qual pode ser responsabilizado objetiva e solidariamente diante do princípio da vulnerabilidade que norteia as relações de consumo.

REFERÊNCIAS

- AMARAL NETO, Francisco dos Santos. *Direito civil: introdução*. 5. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.
- AMARAL NETO, Francisco dos Santos. A Autonomia Privada como Princípio Fundamental da Ordem Jurídica. Perspectivas Estrutural e Funcional. *Revista de Direito Civil*, São Paulo, Ano 12, n. 46, p. 07-26, out/dez 1988.
- BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 06 jun. 2020.
- BRASIL. *Código de Defesa do Consumidor*. Lei n. 8078/1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 06 jun. 2020.
- BRASIL. *Marco Civil da Internet*. Lei n. 12.965/2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 06 jun. 2020.
- BRASIL. *Lei Geral de Proteção de Dados*. Lei n. 13.709/2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 06 jun. 2020.
- BRASIL. *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*. PNAD Contínua. Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. 2017. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf. Acesso em: 01 mar. 2020.
- BOFF, Salete Oro. FORTES, Vinícius Borges. FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra Freitas. *Proteção de Dados e Privacidade: do Direito às novas tecnologias na Sociedade da Informação*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.
- CÂMARA BRASILEIRA DE COMÉRCIO EXTERIOR. *Cartilha LGPD*. 2019. Disponível em: https://www.camara-e.net/custom/298/uploads/Cartilha_LGPD.pdf. Acesso em: 30 maio 2020.
- CAMILO, Cássio Oliveira; SILVA, João Carlos da. *Mineração de dados: conceitos, tarefas, métodos e ferramentas*. Instituto de Informática – Universidade Federal de Goiás. Relatório Técnico, 2009. Disponível em: http://www.portal.inf.ufg.br/sites/default/files/uploads/relatorios-tecnicos/RT-INF_001-09.pdf. Acesso em: 19 mar. 2020.
- CARDON, Dominique. *A Democracia Internet*. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.
- DI LORIO, Ana Haydée; GIACCAGLIA, María Fernanda. Defesa del Derecho de Intimidad/Privacidade en Facebook. In: DA SILVA, Roseana Leal; OLIVEIRA, Rafael Santos (Orgs). *Direito e novas tecnologias: desafios à proteção de Direitos na Sociedade em Rede*. Curitiba: Íthala, 2017
- DONEDA, Danilo. O direito fundamental à proteção de dados pessoais. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (Org). *Direito Privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014.
- FACEBOOK. *Termos de Serviço*. Disponível em: <https://www.facebook.com/terms>. Acesso em: 30 maio 2020.

GIACCHETTA, André Zonaro; MENEGUETTI, Pamela Gabrielle. A Garantia constitucional à inviolabilidade da intimidade e da vida privada como direito dos usuários no Marco Civil da Internet. In: LEITE, Jorge Salomão; LEMOS, Ronaldo (Orgs). *Marco Civil da Internet*: 1. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

GOOGLE. *Política de Privacidade*. Disponível em: <https://policies.google.com/privacy?hl=pt-BR>. Acesso em: 30 maio 2020.

ITAGIBA, Gabriel; VIOLA, Mario. Privacidade e dados Pessoais. In: BOTTINO, Celina; LEMOS, Ronaldo; SOUZA, Calos Afonso (Orgs). *Marco Civil da Internet: Jurisprudência Comentada*. 1. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017.

KRETSCHMANN, Ângela; WENDT, Emerson. *Tecnologia da informação & Direito*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2018.

LEONARDI, Marcel. *Fundamentos do Direito Digital*. 1. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

LUCIAN, Rafael; DORNELAS, Jairo. Propaganda no Facebook funciona? Mensuração e elaboração de uma escala de atitude. *Revista Eletrônica de Administração*. Porto Alegre, v. 24, n. 2, p. 189-217, maio/ago. 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/read/v24n2/1413-2311-read-24-2-0189.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2020.

MENDES, Laura Schertel. O diálogo entre o Marco Civil da Internet e o Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 106, jul./ago. 2016. Disponível em: http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/RDCons_n.106.02.PDF. Acesso em: 19 mar. 2020.

OECD. *Organization for Economic Co-Operation and Development*. OECD guide to measuring the information society. 2011. OECD Publishing, 2011.

PINHEIRO, Patrícia Peck. Direito Digital Como Paradigma de uma Nova Era. In: LEITE, José Rubens Morato; WOLKMER, Antônio Carlos. (Orgs). *Os "Novos" Direitos no Brasil*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

PINHEIRO, Patrícia Peck. *Direito Digital*. 4. ed. São Paulo: SaraivaJur, 2018.

PINHEIRO, Patrícia Peck. *Proteção de dados Pessoais*. Comentários À Lei 13.709/2018 (LGPD). 1. ed. São Paulo: SaraivaJur, 2019.

PRESSE, France. Cambridge Analytica se declara culpada em caso de uso de dados do Facebook. *G1*. 09/01/2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/01/09/cambridge-analytica-se-declara-culpada-por-uso-de-dados-do-facebook.ghtml>. Acesso em: 19 mar. 2020.

SILVA, Joseane Suzart Lopes da. Tratamento de Dados Pessoais dos consumidores: uma análise crítica acerca dos direitos previstos na Lei n. 13.709/2018 e da responsabilização dos agentes pela Autoridade Nacional. *Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo*, Goiânia, v. 5, n. 1, p. 82-104, jan/jun. 2019.

UNITED NATIONS. *United Nations Guidelines for Consumer Protection*. Geneva, 2016. Disponível em: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1_en.pdf. Acesso em: 30 maio 2020.

WANG, Doreen. Amazon é a marca mais valiosa do mundo em 2019. *Kantar Brasil Insights*. 11/06/2019. Disponível em: <https://br.kantar.com/m%C3%ADdia/marcas-e-propaganda/2019/amazon-%C3%A9-a-marca-global-mais-valiosa-de-2019/>. Acesso em: 19 mar. 2020.

WEISS, Sholom M.; Indurkha, Nitin. *Predictive Data Mining: A Practical Guide*. Morgan Kaufmann, 1998.

Recebido/Received: 19.03.2020.

Aprovado/Approved: 26.07.2020.