

**CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO**  
**CURSO DE BACHARELADO DE DIREITO**

ASAEL JOSÉ DOS SANTOS  
SÁSKIA GABRIELLY FIGUEIREDO PING WEI  
SIDNEY LEONARDO GOMES DA SILVA

**PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL: Importância da LGPD na  
segurança de dados pessoais.**

RECIFE/2023

ASael JOSÉ DOS SANTOS  
SÁSKIA GABRIELLY FIGUEIREDO PING WEI  
SIDNEY LEONARDO GOMES DA SILVA

**PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL: Importância da LGPD na  
segurança de dados pessoais.**

Artigo apresentado como requisito para a  
conclusão do Curso de Bacharelado em  
Direito no Centro Universitário Brasileiro-  
UNIBRA.

Orientador: Me. João Roberto da Conceição

Ficha catalográfica elaborada pela  
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 2338/ O.

S237p Santos, Asael José dos.  
Proteção do consumidor na era digital: importância da LGPD na  
segurança de dados pessoais / Asael José dos Santos; Sáskia Gabrielly  
Figueiredo Ping Wei; Sidney Leonardo Gomes da Silva. - Recife: O Autor,  
2023.  
60 p.  
Orientador(a): Me. João Roberto da Conceição.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário  
Brasileiro - UNIBRA. Bacharelado em Direito, 2023.  
Inclui Referências.  
1. LGPD. 2. Proteção. 3. Dados. 4. Consumidor. 5. Segurança  
digital. I. Wei, Sáskia Gabrielly Figueiredo Ping. II. Silva, Sidney Leonardo  
Gomes da. III. Centro Universitário Brasileiro. - UNIBRA. IV. Título.

CDU: 34

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1 - A internet como ponto de partida.....</b>	<b>3</b>
1.1 A internet como rota de consumo mundial.....	3
1.2 Relação de consumo na internet e atuação da LGPD.....	8
1.3 A evolução da relação consumerista no ambiente digital: impactos da LGPD e CDC.....	9
1.3.1 Transparência e Consentimento.....	9
1.3.2 Segurança e Privacidade dos Dados.....	10
1.3.3 Direitos Ampliados do Consumidor Digital.....	11
1.3.4 Responsabilidades das Empresas.....	11
1.4 A evolução da internet no Brasil.....	12
1.5 A pandemia e o acesso à internet.....	15
1.6 O comércio on-line brasileiro e sua evolução.....	16
1.7 Pix.....	19
<b>CAPÍTULO 2 - A importância da informação do consumidor e da proteção de dados. 19</b>	
2.1 Dados.....	19
2.2 Preservando a privacidade digital: o valor da segurança de dados.....	21
2.3 Dados pessoais e as consequências da falta de proteção.....	21
2.4 Inconstância do fluxo de dados.....	24
2.5 Conceito de informação.....	26
2.6 Conceito de conhecimento e sua importância nas relações consumeristas na internet.....	26
2.7 A problemática de dados e informações dos consumidores brasileiros disponibilizados virtualmente.....	29
2.8 A hipossuficiência técnica do consumidor.....	31
2.9 A inversão do ônus da prova na Lei Geral de Proteção de Dados.....	35
2.10 A correta gestão do uso de dados e a necessidade de uma ferramenta jurídica eficiente.....	36
<b>CAPÍTULO 3 - Da legislação aplicada, os meios de fiscalização e sanções.....</b>	<b>41</b>
3.1 A criação da LGPD.....	41
3.2 Fiscalização dos meios digitais no Brasil.....	42
3.3 Os casos de vazamento de dados no Brasil.....	44
3.4 Os golpes aplicados no consumidor digital brasileiro.....	47
3.5 A LGPD e a postura dos tribunais.....	48
3.6 As sanções da LGPD para proteção do consumidor digital.....	51
3.7 A importância do estudo da LGPD combinado com a defesa do consumidor para mundo jurídico.....	53
3.8 A Lei Geral de Proteção de Dados e sua relevância para a proteção do consumidor no mundo digital.....	56
Considerações finais.....	58
Referências.....	60



**UNIBRA**  
CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO

## **PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL: Importância da LGPD na segurança de dados pessoais.**

Asael José dos Santos<sup>1</sup>

Sáskia Gabrielly Figueiredo Ping Wei<sup>2</sup>

Sidney Leonardo Gomes da Silva<sup>3</sup>

João Roberto da Conceição<sup>4</sup>

### **Resumo**

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) é uma legislação brasileira que visa proteger os dados pessoais dos consumidores em ambientes digitais, considerando a hipossuficiência técnica em relação às empresas. A LGPD tem um impacto significativo na segurança de dados pessoais, pois estabelece diretrizes para a coleta, armazenamento, uso e compartilhamento de dados pessoais. A importância da LGPD está em garantir a privacidade e a segurança dos dados pessoais dos consumidores, além de regulamentar o uso desses dados pelas empresas e órgãos governamentais. Isso ajuda a prevenir o uso indevido ou ilegal dos dados pessoais dos consumidores, protegendo-os contra fraudes, invasões e outros tipos de violações de segurança digital. Foi realizada pesquisa bibliográfica, utilizando-se da legislação, doutrina e jurisprudência como fontes. Como resultado, a LGPD é uma legislação importante para promover a confiança do consumidor em relação às empresas que operam no ambiente digital. O presente trabalho procura trazer a problemática da falta de proteção do consumidor digital durante algum tempo ocorrida no Brasil, culminando assim com a criação de ferramentas jurídicas de proteção e a analisar em especial a efetividade da Lei Geral de Proteção de Dados.

**Palavras-chave:** LGPD; Proteção; Dados; Consumidor; Segurança Digital.

### **Abstract**

*The General Personal Data Protection Law (LGPD) is Brazilian legislation that aims*

---

<sup>1</sup> Graduando em Direito pela Unibra. E-mail: asael.santos1914@gmail.com

<sup>2</sup> Graduanda em Direito pela Unibra, E-mail: swei.direito@gmail.com

<sup>3</sup> Graduado em Contabilidade pela UFPE. em Administração pela UNISÃO MIGUEL e Graduando em Direito pela UNIBRA, E-mail:leonardo.gomes07@gmail.com;

<sup>4</sup> Mestre, e Coordenador do Curso de Direito - UNIBRA – E-mail: professorjoaorobertoc@gmail.com



*to protect consumers' personal data in digital environments, considering the technical insufficiency in relation to companies. The LGPD has a significant impact on the security of personal data, as it establishes guidelines for the collection, storage, use and sharing of personal data. The importance of LGPD lies in ensuring the privacy and security of consumers' personal data, in addition to regulating the use of this data by companies and government bodies. This helps prevent the misuse or illegal use of consumers' personal data, protecting them against fraud, intrusions and other types of digital security breaches. bibliographical research was carried out, using legislation, doctrine and jurisprudence as sources. As a result, the LGPD is important legislation to promote consumer trust in companies operating in the digital environment. This work seeks to address the issue of the lack of digital consumer protection that occurred in Brazil for some time, thus culminating in the creation of legal protection tools and analyzing in particular the effectiveness of the General Data Protection Law.*

**Keywords: LGPD; Protection; Data; Consumer; Digital Security.**

## **Introdução**

Este trabalho, busca descrever a efetividade da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) enquanto dispositivo jurídico, na garantia da privacidade, proteção e da autonomia dos consumidores na era digital, seguindo as perspectivas de analisar os principais desafios enfrentados pelos consumidores na era digital em relação à privacidade, proteção e segurança digital, identifica os princípios fundamentais da LGPD que são essenciais para garantir a proteção dos dados dos consumidores na era digital, avalia a efetividade da implementação da LGPD no Brasil e sua correlação com o Direito do Consumidor, tendo em vista que hoje é possível realizar qualquer tarefa cotidiana pela rede de internet. Acompanhando esta curva de crescimento, as organizações se adequaram para prestarem e disponibilizarem todo e qualquer serviço de maneira digital (LEÓN, 2021). Busca conscientizar os consumidores sobre seus direitos em relação à proteção de dados pessoais e a importância de protegê-los.

Desde 1969, a internet vem transformando a vida da sociedade, criando pontes entre os meios comerciais e consumidores, entre órgãos públicos e usuários, ou parentes distantes. Porém, com a facilidade da era digital vieram os efeitos colaterais, como a exposição dos dados dos usuários da rede. Com essa exposição,



os governos precisaram se adequar às novas realidades, discutindo e formalizando legislações apropriadas e direcionadas ao uso da internet.

A hipossuficiência técnica do consumidor na era digital refere-se à falta de conhecimento ou habilidades técnicas por parte do consumidor em lidar com produtos ou serviços digitais complexos. Isso pode ocorrer devido a vários motivos, incluindo falta de familiaridade com a tecnologia, falta de acesso a recursos educacionais adequados ou simplesmente a natureza em constante evolução da tecnologia digital. Muitos consumidores podem não estar cientes das melhores práticas de segurança cibernética, como a criação de senhas seguras, a instalação de software antivírus e a identificação de ameaças on-line. Isso os torna mais suscetíveis a ataques de hackers e phishing.

Configurar e manter dispositivos eletrônicos e aplicativos pode ser solicitado para pessoas que não têm experiência técnica. Isso pode levar a problemas de desempenho, falta de atualizações de segurança e dificuldades na solução de problemas. A LGPD é baseada em alguns princípios fundamentais, como o consentimento informado, a finalidade específica, a minimização de dados e a transparência. Esses princípios são essenciais para garantir que os dados pessoais sejam coletados e tratados de forma justa e transparente, dando assim eficiência ao dispositivo jurídico estudado nesse artigo.

## **CAPÍTULO 1 - A internet como ponto de partida**

### **1.1 A internet como rota de consumo mundial**

A rede revolucionou a forma como consumimos informações, produtos e serviços em todo o mundo. Ela se tornou uma ferramenta fundamental em nossa vida cotidiana, afetando significativamente a maneira como consumimos bens e serviços. As relações de consumo *on-line* se apresentaram como uma nova rota para o consumidor. Ela oferece novos canais para transacionar serviços, como varejistas que oferecem conteúdo e serviços financeiros.

A Internet permitiu que as pessoas comprem uma variedade infinita de produtos e serviços sem sair de casa. Plataformas de comércio eletrônico, como



Amazon, eBay e muitas outras, tornaram as compras on-line convenientes e acessíveis, tomando um papel importante como conceitua Teixeira (2020, p. 21):

O comércio eletrônico ou e-commerce representa parte do presente e do futuro do comércio. Existem várias oportunidades de negócios espalhadas pela internet, além de muitas que são criadas a todo momento. É bem provável que uma pesquisa de preços na internet traga não só o menor preço, como também melhores opções de bens. E, apesar do gargalo representado pelo “analfabetismo digital” de uma grande parcela da 13 população, o e-commerce já desponta junto a uma geração que nasceu com o computador “no colo” ou “nas mãos”. O crescimento do número de internautas na última década é espantoso.

Os consumidores agora podem pesquisar e comparar preços de produtos e serviços de diferentes lojas on-line instantaneamente, ajudando a economizar dinheiro e fazer escolhas informadas. A rede mundial de computadores é uma fonte rica de avaliações de produtos e serviços feitas por outros consumidores. Isso ajuda as pessoas a tomarem decisões de compra com base em experiências e opiniões de outras pessoas.

Plataformas de streaming, como Netflix, Spotify e YouTube, possibilitaram o acesso a uma vasta quantidade de conteúdo de entretenimento, como filmes, músicas e vídeos, sob demanda, como também ganharam popularidade massiva. Eles se tornaram locais importantes para compartilhar informações, conectar-se com outras pessoas e consumir conteúdo. As mídias sociais desempenham um papel importante no consumo, uma vez que as pessoas podem descobrir produtos e serviços por meio dessas plataformas, como muitas vezes influenciadas por pessoas famosas ou influenciadores digitais.

A Internet também é uma ferramenta útil para o aprendizado. As pessoas podem acessar cursos on-line, tutoriais em vídeo e uma variedade de recursos educacionais, ampliando seu conhecimento e habilidades. A conveniência da Internet se estende aos serviços de entrega, como entrega de alimentos, entrega de compras de supermercado e entrega de mercadorias em geral, tornando a vida mais fácil para os consumidores.

Os serviços bancários pela Internet permitem que as pessoas gerenciem suas contas, paguem contas e realizem transações financeiras sem a necessidade de visitar uma agência bancária física. A Internet facilita a pesquisa e reserva de viagens, incluindo passagens aéreas, hotéis, aluguel de carros e atividades de lazer,





tornando o planejamento de viagens mais conveniente, como também desempenha um papel importante na área da saúde, permitindo consultas médicas on-line, fornecimento de informações sobre saúde e acesso a recursos de telemedicina mostrando assim a evolução das mais variadas práticas virtuais.

No entanto, é importante observar que, embora a Internet tenha trazido muitos benefícios para o consumo, também apresenta desafios, como preocupações com a privacidade, segurança on-line e o potencial para vínculos tecnológicos. Portanto, é importante usar a Internet de forma responsável e consciente, em razão da facilidade de acesso, nesse sentido (Gil, 2022, p. 8):

Com a popularização do acesso a internet, iniciando sua maior difusão nos últimos anos, houve uma profunda mudança na forma em que as pessoas enxergam o mundo, se comunicam e interagem uns com os outros. A distância antes existente entre culturas e países passou a ser explorada em um único clique, de forma que o distanciamento físico deixou de representar um obstáculo real para as relações e transações em geral. [...]

O consumo digital nos últimos 20 anos passou por uma transformação significativa devido ao rápido avanço da tecnologia e da internet. Aqui estão algumas das principais mudanças e tendências no consumo digital desde o início dos anos 2000 até o presente. Nas últimas duas décadas, o acesso à internet se tornou quase onipresente em muitas partes do mundo. Isso permitiu um aumento dramático no consumo de conteúdo digital, como sites, redes sociais, vídeos e aplicativos.

Acontecendo também uma transformação radical com a popularização do streaming de música, liderada por serviços como Spotify, Apple Music e Deezer. O download de músicas digitais e CDs físicos tornou-se menos comum, o comércio eletrônico cresceu exponencialmente.

Gigantes como a Amazon dominaram o mercado, e as pessoas agora compram uma ampla variedade de produtos on-line, desde roupas até mantimentos. O controle de smartphones e dispositivos móveis levou ao aumento do consumo digital em dispositivos móveis. Aplicativos móveis se tornaram uma parte fundamental da vida cotidiana, plataformas como YouTube, TikTok, Instagram e Snapchat permitiram que os usuários criassem e compartilhassem seu próprio



conteúdo, o que se tornou uma forma popular de entretenimento e expressão pessoal.

Tecnologias como RV e RA resultaram no ganho de tração, fornecendo novas formas de consumir conteúdo digital, jogar videogames e até mesmo realizar compras virtuais, a IA desempenhou um papel importante no aprimoramento da personalização de conteúdo e na automação de tarefas, como assistentes virtuais e chatbots.

A preocupação crescente com a privacidade dos dados e a segurança cibernética levou a regulamentações mais específicas e uma maior conscientização sobre a importância da proteção dos dados pessoais. A educação on-line cresceu vantajosamente, com o surgimento de plataformas de aprendizagem on-line, cursos em vídeo, tutoriais e aulas virtuais. O aumento do trabalho remoto, impulsionado pela pandemia de COVID-19, acelerou a adoção de ferramentas digitais para comunicação, colaboração e gerenciamento de tarefas, tendo como exemplo os cursos superiores que cresceram 474% nessa modalidade em uma década (Gov/2022), vejamos:

Entre 2011 e 2021, o número de ingressantes em cursos superiores de graduação, na modalidade de educação a distância (EaD), aumentou 474%. No mesmo período, a quantidade de ingressantes em cursos presenciais diminuiu 23,4%. Se, em 2011, os ingressos por meio de EaD correspondiam a 18,4% do total, em 2021, esse percentual chegou a 62,8%. Os dados, que refletem a expansão do ensino a distância no Brasil, fazem parte dos resultados do Censo da Educação Superior 2021, divulgados pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) e pelo Ministério da Educação (MEC), em coletiva de imprensa realizada nesta sexta-feira, 4 de novembro.

Essas são apenas algumas das muitas mudanças que ocorreram no consumo digital ao longo das últimas duas décadas, à medida que a tecnologia continua a evoluir, é provável que vejamos ainda mais transformações na forma como consumimos conteúdo digital no futuro. Sendo assim é notório o crescimento das relações consumeristas no meio digital durante o passar dos anos com uma acentuada elevação dessas relações no recente período pandêmico, contudo, a praticidade de adquirir produtos e serviços pela rede mundial de computadores trouxe também a exposição de dados do consumidor que são obrigatoriamente



exigidos para a confirmação da compra desses produtos ou serviços no mundo digital.

Essa exposição de dados e informações de clientes digitais trouxe um grande debate sobre como ficariam protegidos dados importantes do consumidor e que ferramentas, inclusive no campo jurídico, poderiam ser utilizadas para propiciar uma maior proteção ao usuário da Internet, ao longo das últimas décadas, tem sido estabelecida como uma rota de consumo mundial sem precedentes.

A revolução digital mudou radicalmente a forma como as pessoas adquirem produtos e serviços, impactando não apenas os hábitos de consumo, mas também a economia global. Esta mudança foi impulsionada por uma série de fatores, incluindo a acessibilidade crescente à internet, o controle de dispositivos conectados e a expansão do comércio eletrônico.

O crescimento exponencial do comércio eletrônico é um dos principais indicadores do impacto da internet como uma rota de consumo global. Plataformas de comércio eletrônico como Amazon, Alibaba e eBay se tornaram gigantes do varejo, conectando consumidores a uma vasta gama de produtos de todo o mundo. Essa acessibilidade global tem democratizado o acesso a mercadorias e serviços, permitindo que consumidores de diferentes partes do mundo adquiram produtos diretamente de mercados distantes. Além disso, a internet se transformou na maneira como as empresas se promovem e interagem com os consumidores.

As redes sociais e estratégias de marketing digital tornaram-se fundamentais para a construção de marcas e o engajamento de clientes. Isso proporcionou às empresas uma plataforma para alcançar um público global, independentemente do seu tamanho ou localização geográfica. No entanto, à medida que a internet se tornou uma rota de consumo mundial, também surgiram desafios e preocupações. Questões de segurança cibernética, privacidade de dados e propagação de informações falsas são desafios que precisam ser incluídos. Além disso, a globalização do consumo nem sempre tem efeitos positivos no comércio justo, na sustentabilidade e nas economias locais.

Em resumo, a internet desempenha um papel fundamental na maneira como as pessoas consomem produtos e serviços em escala global. Essa transformação é



impulsionada pela acessibilidade e conveniências que a rede oferece, mas também apresenta desafios que precisam ser tratados. É fundamental que governos, empresas e a sociedade em geral trabalhem juntos para garantir que a internet como rota de consumo mundial seja equitativa, segura e sustentável, para que todos possam colher os benefícios dessa revolução digital.

## **1.2 Relação de consumo na internet e atuação da LGPD**

As relações de consumo na internet são as relações entre consumidor e fornecedor para a compra e venda de produtos ou a prestação de serviços. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) regula essas relações. Os consumidores virtuais têm os mesmos direitos e obrigações que os consumidores convencionais. O fornecedor deve informar o consumidor sobre as características do produto ou serviço e sobre todo o conteúdo contratual. O consumidor tem o direito de arrependimento da compra realizada fora do estabelecimento físico do fornecedor. O consumidor pode se arrepender da compra em sete dias e desfazer o negócio sem ter que dar qualquer justificativa.

A Lei Geral de Proteção de Proteção de Dados (LGPD) protege as informações sensíveis das pessoas. Ela se aplica a qualquer operação de tratamento de dados pessoais realizada no Brasil, principalmente nas relações de consumo. A LGPD garante que o consumidor tenha o direito de saber como será a gestão dos seus dados disponibilizados em uma relação consumerista. A mesma também garante que o consumidor deve consentir com o uso de seus dados pessoais, acessar as informações coletadas pelas empresas, corrigir dados incorretos, inexatos, desatualizados ou incompletos e cancelar ou excluir dados que entender desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com a LGPD.

A Lei Geral de Proteção de Dados também prevê que o titular dos dados tenha acesso à forma de tratamento dos dados. A responsabilidade civil da LGPD é da modalidade objetiva, onde não há discussão sobre a culpa do agente. Seu artigo 42 obriga o controlador e o operador a reparar danos causados a outrem, em

violação à legislação de proteção de dados pessoais (BRASIL, 2018). Pode-se dizer que a Lei Geral de Proteção de Dados é de vital importância nas relações comerciais na grande rede mundial pois regulamentando a proteção de dados pessoais garante a liberdade e privacidade dos consumidores que atuam nesse contexto virtual. Em se tratando de pontos positivos podemos dizer que a lei harmoniza os interesses dos consumidores e dos fornecedores, garante acesso a informações, bem como o direito de acessar as informações em seu banco de dados, a LGPD protege informações sensíveis de pessoas naturais.

### **1.3 A evolução da relação consumerista no ambiente digital: impactos da LGPD e CDC**

No cenário atual, marcado pela prevalência do digital em constante crescimento, a relação entre consumidores e fornecedores tem passado por uma transformação significativa. A promulgação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e a aplicação contínua do Código de Defesa do Consumidor (CDC) no Brasil representam marcos regulatórios que redefinem essa relação. Este capítulo visa explorar como a interação entre a LGPD e o CDC molda a nova dinâmica consumerista no ambiente digital. Corroborando com isso (GIL, 2022) “É natural que não somente as relações interpessoais, mas o consumo e demais transações comerciais ocorram no ambiente on-line que vive em constante crescimento”.

Em conclusão, a interseção entre a evolução da relação consumerista no ambiente digital e a implementação da LGPD e do CDC é crucial para moldar um cenário mais equitativo e seguro. A proteção dos dados pessoais e a garantia dos direitos do consumidor online não apenas fortalecem a confiança entre as partes envolvidas, mas também incentivam a inovação responsável e a melhoria contínua nas práticas comerciais. Ao considerar o papel essencial dessas regulamentações, é possível vislumbrar um futuro digital no qual a experiência do consumidor é marcada por transparência, segurança e respeito aos direitos individuais.

#### **1.3.1 Transparência e Consentimento**

A LGPD introduziu a necessidade de consentimento explícito e informado para o tratamento de dados pessoais, alinhando-se aos princípios de transparência já estabelecidos pelo CDC. Essa sinergia entre as duas legislações assegura que os consumidores estejam plenamente cientes de como seus dados são utilizados, garantindo uma maior autonomia e controle sobre suas informações pessoais (BRASIL, 2018).

Sendo assim, a LGPD estabelece a importância da transparência e do consentimento no tratamento de dados pessoais, reforçando a necessidade de uma abordagem ética e responsável por parte das organizações. Ao adotar práticas transparentes e obter consentimento informado, as empresas não apenas cumprem com as obrigações legais, mas também contribuem para a construção de um ambiente digital mais seguro e confiável. A conscientização sobre a proteção de dados e a valorização do consentimento promovem uma relação mais equilibrada e ética entre as organizações e os usuários, consolidando o respeito aos direitos individuais como um pilar essencial no cenário da privacidade digital.

### **1.3.2 Segurança e Privacidade dos Dados**

A segurança dos dados pessoais é um pilar central da LGPD, exigindo das empresas medidas robustas para proteger as informações contra acessos indevidos ou situações de risco. Embora o CDC não trate especificamente de dados pessoais, sua ênfase na proteção contra práticas abusivas se alinha aos objetivos da LGPD, reforçando a importância da privacidade e segurança dos dados no contexto consumerista.

Em suma, a integração entre as diretrizes da LGPD e a ênfase do Código de Defesa do Consumidor (CDC) na proteção contra práticas abusivas destaca a relevância intrínseca da segurança e privacidade dos dados. A LGPD, ao estabelecer padrões rígidos para o tratamento de informações pessoais, promove a segurança como um imperativo legal, enquanto o CDC, ao salvaguardar os consumidores contra abusos, corrobora a necessidade de proteção em um ambiente cada vez mais digitalizado. A conclusão inquestionável é que a segurança

e privacidade dos dados não são apenas requisitos legais, mas fundamentos essenciais para manter a confiança mútua entre empresas e consumidores. Ao adotar práticas eficazes de segurança e respeitar os princípios de privacidade, as organizações não apenas atendem às normativas, mas também constroem alicerces sólidos para uma sociedade digital mais ética, transparente e segura.

### **1.3.3 Direitos Ampliados do Consumidor Digital**

Sob a LGPD, os consumidores adquirem direitos adicionais relacionados aos seus dados pessoais, como o acesso, a correção e a possibilidade de revogar o consentimento a qualquer momento. Estes direitos complementam as proteções já oferecidas pelo CDC, fortalecendo a posição do consumidor na era digital. Os direitos do consumidor digital foram ampliados com o avanço das tecnologias e a conscientização sobre a importância da privacidade on-line.

Conclui-se que, a expansão dos direitos do consumidor digital, impulsionada pela implementação da LGPD, representa um marco significativo na proteção da privacidade e na promoção da autonomia individual na era digital. A possibilidade de acessar, corrigir e revogar o consentimento em relação aos dados pessoais proporciona aos consumidores um controle mais efetivo sobre suas informações na esfera online. Esses direitos, aliados às proteções já estabelecidas pelo CDC, reforçam a posição do consumidor como parte ativa e soberana em suas interações digitais. A conscientização crescente sobre a importância da privacidade online destaca a necessidade contínua de promover práticas éticas por parte das empresas e de fortalecer a legislação que respalda os direitos do consumidor digital. Em última análise, a convergência entre a LGPD e os avanços tecnológicos sinaliza uma evolução significativa na defesa dos direitos individuais, moldando um cenário mais equitativo e respeitoso no universo digital.

### **1.3.4 Responsabilidades das Empresas**



A conformidade com a LGPD e o CDC implica em responsabilidades ampliadas para as empresas. Além de garantir a segurança dos dados, as empresas devem adotar práticas comerciais justas e transparentes. A não conformidade pode resultar em sanções significativas, reforçando a importância de uma abordagem ética e centrada no consumidor.

Na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), as empresas têm a responsabilidade de tratar os dados pessoais dos consumidores de maneira transparente, garantindo a privacidade e a segurança dessas informações. Isso inclui obter o consentimento adequado para o processamento dos dados, informar claramente sobre a finalidade da coleta, adotar medidas de segurança para proteger os dados e permitir que os consumidores tenham controle sobre suas informações pessoais. Além disso, as empresas devem notificar eventuais incidentes de segurança que possam comprometer a integridade dos dados. O descumprimento dessas obrigações pode resultar em sanções e penalidades.

#### **1.4 A evolução da internet no Brasil**

A Internet é uma das inovações tecnológicas mais transformadoras do nosso tempo, e seu impacto no Brasil não é exceção. Nas últimas décadas, o país testemunhou uma evolução significativa no uso da Internet, que afetou a sociedade, a economia e a política de maneiras profundas.

A história da Internet no Brasil remonta à década de 1980, quando começou a se desenvolver em paralelo com os avanços globais na tecnologia da informação. Os primeiros usos da Internet no país eram restritos a acadêmicos e cientistas, que tinham acesso às redes de pesquisa. O primeiro ponto de acesso à Internet no Brasil foi implementado em 1988, quando a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) se conectou à rede BITNET.

Em contrapartida, a Internet comercial começou a ganhar força no Brasil na década de 1990. Em 1995, o governo brasileiro permitiu a operação de provedores de acesso à Internet privada, o que levou a um aumento no acesso à rede. Os serviços de discoteca por modem eram populares na época, e as pessoas podiam acessar a Internet através de empresas como UOL, Terra e America On-line, à





medida que a Internet se tornou mais popular, os serviços de banda larga foram se espalhando pelo Brasil.

Possibilitando uma experiência de navegação muito mais rápida e confiável em comparação com a conexão descartada, a disponibilidade crescente de banda larga contribuiu para um aumento significativo no uso da Internet para entretenimento, comunicação, pesquisa e relações de consumo ainda de maneira incipiente, por assim dizer.

No início dos anos 2000 testemunhou a ascensão das redes sociais e da mídia digital no Brasil, plataformas como Orkut e Facebook se tornaram extremamente populares, mudando a maneira como as pessoas se comunicavam e compartilhavam informações. A explosão de conteúdo digital, incluindo blogs, vídeos e podcasts, trouxe novas oportunidades para a expressão pessoal e o empreendedorismo on-line, a Internet também transformou a economia brasileira. O comércio eletrônico cresceu exponencialmente, com muitas empresas estabelecendo presença on-line para vender produtos e serviços.

A criação de marketplaces e o uso de pagamentos eletrônicos facilitam as transações on-line, impulsionando ainda mais o comércio eletrônico, a disseminação de smartphones e a expansão da conectividade móvel ampliaram ainda mais o acesso à Internet no Brasil. Houve uma permissibilidade para que as pessoas navegassem na web, usassem aplicativos e acessassem serviços on-line em qualquer lugar e a qualquer momento, a abertura de smartphones também impulsionou o uso de redes sociais e aplicativos de mensagens.

Embora o Brasil tenha feito progressos avançados na adoção da Internet, ainda enfrenta desafios em termos de conectividade em áreas rurais e urbanas desfavorecidas. Além disso, questões sensíveis relacionadas à privacidade on-line, segurança cibernética e desinformação são desafios importantes que desativam a atenção contínua. No entanto, a Internet também oferece oportunidades empolgantes para o futuro do Brasil, a digitalização da economia, a educação on-line e a inovação tecnológica são áreas em crescimento que podem contribuir para o desenvolvimento do país.



A evolução do uso da Internet no Brasil é uma história de transformação e crescimento. Desde seus primeiros passos como uma rede acadêmica até sua onipresença na vida cotidiana das pessoas, a Internet se tornou uma ferramenta vital para a comunicação, a economia e a sociedade brasileira.

A medida que o país continua a enfrentar desafios e a abraçar oportunidades no mundo digital, é evidente que a Internet continuará a desempenhar um papel central em seu desenvolvimento futuro e para corroborar tal inferência uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística afirma que o uso da internet entre brasileiros com dez anos ou mais, subiu de 74,7% em 2018 para 78,3% em 2019, ainda, de acordo com a referida pesquisa, a internet chega a oito em cada dez domicílios do país (BARROS, 2021).

Com a pandemia do Covid-19, os consumidores tiveram que se adequar as atividades digitais, mesmo os de menor domínio da tecnologia, alavancando esse nicho, bem como as relações pessoais e profissionais, como frisa Miragem (2022, não paginado):

O que parecia uma consequência inafastável do avanço da tecnologia da informação acelerou-se com a pandemia: o consumo pela internet — o comércio eletrônico — passou a contemplar uma série de produtos e serviços tradicionalmente oferecidos no mundo físico. O distanciamento social fez com que a aquisição de produtos mais diversos, consultas médicas e com uma série de outros profissionais, serviços de educação, encontros e congressos profissionais, entre outros, passassem a se realizar pela internet. Há tele-entrega de quase tudo, embora não acessível a todos. A agilidade do fornecimento e o conforto de adquirir e receber em casa rivaliza com as dificuldades no caso de desacertos negociais, a crescente automatização das contratações, a reclamação de vícios de produtos e serviços, ou ainda problemas de conexão (em especial para quem não contratar planos com melhor velocidade e dados). A equação de vantagens e desvantagens permite perceber a tendência de que muitas dessas atividades que passaram a se realizar pelo meio digital prossigam assim no pós-pandemia.

Durante a pandemia de COVID-19, o Brasil, assim como muitos outros países ao redor do mundo, experimentou um aumento significativo nas compras on-line, isso deve ter uma série de fatores relacionados às restrições de movimentação, ao medo de contágio e à busca por conveniência e segurança durante uma crise sanitária.



Destacamos um dos principais motivos e tendências relacionados ao aumento das compras on-line no Brasil durante a pandemia, com o fechamento de lojas físicas, compras e restrições de circulação, as pessoas recorreram ao comércio eletrônico como uma maneira conveniente de adquirir produtos sem sair de casa. O medo de contágio evitou o consumo de lojas físicas devido ao medo de contrair o vírus em espaços lotados, as compras on-line oferecem uma alternativa mais segura, oferecendo uma conveniência, permitindo que os consumidores comprem a qualquer momento, de qualquer lugar, sem a necessidade de deslocamentos agilizando assim o andamento das atividades.

Com o aumento das opções on-line, muitos investidores apostaram em plataformas on-line para atender à demanda crescente, expandindo as opções disponíveis para os consumidores. Atualmente, o Submarino faz parte de uma grande rede de comércio eletrônico, juntamente com as Lojas Americanas e Shoptime. O grupo se tornou líder no mercado de e-commerce ao lado de outras gigantes, como Mercado Livre, Amazon, Ebay, Casas Bahia, Magazine Luiza e Pão de Açúcar (ALBERTIN; MOURA, 2012).

Além disso, com as ofertas e promoções on-line, muitas empresas oferecem descontos e promoções exclusivas on-line para atrair clientes e realizar vendas durante a pandemia. A compra de alimentos e a entrega de refeições também tiveram um grande aumento, com o crescimento de aplicativos de entrega e serviços de supermercado on-line, características de alimentos e delivery.

Com o aumento do uso de dispositivos móveis, a conveniência de fazer compras através de smartphones e tablets contribuiu para o aumento das compras on-line.

## **1.5 A pandemia e o acesso à internet**

A pandemia também destacou a importância do acesso à internet, pois muitas pessoas que não costumavam fazer compras on-line tiveram que se adaptar a essa forma de consumo devido ao isolamento social. As vendas on-lines nesse período, chegaram a quase dobrar em relação ao ano anterior, saindo dos 57,44

para 107,24 milhões de Reais, segundo dados divulgados pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (Gov, 2023).

É importante observar que esse aumento nas compras on-line pode ter impactos tanto positivos quanto negativos. Por um lado, impulsionou o comércio eletrônico e a transformação digital das empresas. Por outro lado, também trouxe desafios relacionados à logística, segurança cibernética e desigualdades de acesso à internet. Além disso, a tendência de compras on-line parece se manter mesmo após a pandemia, já que muitos consumidores adotaram essa prática como parte de seu estilo de vida incorporando essa prática ao comportamento cultural da sociedade trazendo essa característica para os tempos atuais.

Partindo da lógica que com maior utilização da Internet para consumo de bens e serviços, também cresce a exposição de dados pessoais na rede fica evidente assim a importância do conhecimento de ferramentas, por parte do consumidor, que vão proteger dados de usuários em suas ações nesse mundo virtual, bem como a sua utilização para políticas públicas como esclarece Doneda (2020, p.447):

A crise mundial fomentada pela proliferação da Covid-19 potencializou a consolidação de um cenário cujo direito à proteção de dados torna-se frágil: a coleta dos dados pessoais e seu uso para a elaboração de políticas de saúde pública e de pesquisas científicas de combate à doença são cada vez mais aceitos como matéria prima e logrados por instituições públicas e privadas.

## **1.6 O comércio on-line brasileiro e sua evolução**

Com a conveniência e a acessibilidade das compras on-line, a relação entre consumidores e vendedores passou por uma série de transformações, incluindo desafios e benefícios. Neste contexto, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e outras regulamentações desempenham um papel crucial na proteção dos direitos dos consumidores na internet.

O CDC, criado em 1990, estabelece os direitos e deveres dos consumidores no Brasil. Apesar de não ter sido originalmente concebido com a internet em mente, suas disposições se aplicam a transações on-line. Por exemplo, o direito de



reclamação permite que os consumidores devolvam os produtos adquiridos on-line dentro de um prazo estipulado, sem a necessidade de explicação da decisão.

No Brasil, existem várias plataformas de vendas on-line que oferecem uma ampla variedade de vendedores e produtos. Algumas das principais oportunidades de vendas on-line no país incluem o Mercado Livre, que é uma das maiores e mais populares plataformas de comércio eletrônico do Brasil. Ela funciona como um marketplace, onde vendedores de diferentes tipos de produtos podem listar seus itens para venda.

A Amazon é outra gigante, que expandiu suas operações, oferecendo uma ampla gama de produtos, desde livros e eletrônicos até roupas e eletrônicos, ela também opera o serviço de assinatura Amazon Prime no Brasil.

O Grupo B2W (Americanas, Submarino e Shoptime) oferece uma ampla variedade de produtos, incluindo eletrônicos, roupas, produtos de beleza, entre outros. O Magazine Luiza é um varejista tradicional que para não ficar expandiu sua presença on-line e oferece uma plataforma de vendas que inclui produtos de diversas categorias. A OLX é uma plataforma de anúncios classificados on-line que permite que os usuários comprem e vendam uma variedade de produtos usados, desde veículos até eletrônicos. Especializada em moda, a Dafiti é uma plataforma que oferece roupas, calçados e acessórios de diversas marcas.

Enjoei é uma plataforma focada em produtos usados, onde os usuários podem comprar e vender roupas, acessórios e itens relacionados à moda, voltada para produtos artesanais e personalizados, o Elo7 permite que artesãos e pequenos empreendedores vendam seus produtos feitos à mão.

Além dessas plataformas, há muitas outras especializadas em nichos específicos, como alimentos, produtos naturais, produtos eletrônicos, produtos esportivos e muito mais. A concorrência entre essas plataformas levou a melhorias nas ofertas, preços e experiência do cliente no comércio eletrônico no Brasil.

Cada plataforma tem suas próprias políticas e características, o que permite que os consumidores escolham a que melhor atenda às suas necessidades e preferências. Os bancos digitais no Brasil ganharam muita popularidade e facilidade



nos últimos anos devido à conveniência, baixas taxas e facilidade de uso que oferecem aos clientes.

Essas instituições financeiras não possuem agências físicas e operam principalmente on-line, por meio de aplicativos móveis e sites. Alguns dos bancos digitais mais conhecidos no Brasil, tido como um dos pioneiros no setor de bancos digitais no Brasil, o Nubank oferece uma variedade de produtos, incluindo contas correntes, cartões de crédito e empréstimos pessoais, sendo conhecido por sua abordagem de atendimento ao cliente e design amigável.

O Banco Inter é outro exemplo, oferece uma gama completa de serviços bancários, incluindo contas correntes, cartões de crédito, investimentos, empréstimos e seguros. Eles também possuem uma plataforma de marketplace que permite a contratação de diversos serviços.

Neon é conhecido por oferecer uma conta digital simples e descomplicada, bem como um cartão de débito. Eles se destacam também pela ausência de taxas em muitas operações financeiras. O banco virtual Next é uma marca do Bradesco e oferece serviços bancários digitais para um público jovem. Eles oferecem contas correntes, cartões de crédito e outras soluções financeiras disponibilizando assim uma ampla gama de produtos bancários, incluindo contas digitais, cartões de crédito, empréstimos e investimentos.

O C6 Bank é conhecido por suas contas correntes sem taxas e ofertas de cartões de crédito, além de produtos como cashback em compras e de investimento, já o Agibank oferece contas digitais, cartões de crédito e soluções de investimento, eles também têm uma presença física com agências próprias, além de serem digitais. O PagBank é uma iniciativa do PagSeguro e disponibiliza contas digitais, cartões de crédito e débito, além de funcionalidades de pagamentos e transferências.

O Crefisa Digital é a versão on-line da Crefisa, que é conhecida por oferecer empréstimos pessoais. A plataforma digital permite a solicitação e gestão de empréstimos on-line. Esses bancos digitais atraem muitos consumidores no Brasil devido à facilidade de acesso aos serviços, taxas mais competitivas e a conveniência de realizar transações bancárias por meio de dispositivos móveis. É

importante notar que a competição entre esses bancos digitais continua a crescer, levando a melhorias constantes nos serviços oferecidos aos clientes.

### **1.7 Pix**

É um sistema de pagamento elaborado desenvolvido pelo Banco Central do Brasil e lançado oficialmente em novembro de 2020. O objetivo do PIX é oferecer uma forma rápida, segura e eficiente de realizar transações financeiras eletrônicas no Brasil. É uma alternativa aos métodos tradicionais de pagamento, como transferências bancárias, DOCs e boletos, que tem como princípios a Instantaneidade, a Facilidade de uso, a Segurança e a que mais atraiu sua utilização que é a Gratuidade.

Além disso, teve um impacto significativo no comércio brasileiro desde seu lançamento em novembro de 2020. O PIX é um sistema de pagamento instantâneo desenvolvido pelo Banco Central do Brasil, que permite a transferência de dinheiro e pagamentos de forma rápida e segura, 24 horas por dia, 7 dias por semana.

## **CAPÍTULO 2 - A importância da informação do consumidor e da proteção de dados**

### **2.1 Dados**

Antes de examinar a importância da proteção dos dados do consumidor no meio digital faz-se necessário definir o que é um dado e o que pode ser gerado da interpretação desses dados no meio digital.

Os dados estão cada vez mais sendo disponibilizados no meio digital para concretizar as mais variadas espécies de relações consumeristas. Um dado somente pode não fazer grande diferença, mas quando interpretado em conjunto se produz informação que se interpretada adequadamente pode se transformar em uma ferramenta poderosa capaz de manipular mercados e nortear ações de organizações afetando diretamente a ação de usuários no meio digital.



Os dados são lançados no cotidiano desde ações mais simples às mais complexas, neste ponto, esclarece Ribas (2022, p. 115):

A geração de dados está atrelada a todas as coisas usadas no dia a dia. Os dados são colecionados sobre qualquer coisa, a qualquer momento e em qualquer lugar. Por exemplo, um smartphone possui uma série de sensores que capturam, compartilham e recebem dados sobre nossas ações do dia a dia: batimentos cardíacos, contatos pessoais, rotas de trânsito, entre outras informações relevantes para a indústria, a ciência e o setor de negócios.

Pode-se dizer que dados são a matéria-prima da informação pois essa é produto do tratamento, organização e interpretação dos dados. Com a maneira adequada de interpretar dados colhidos pode se ter em mãos informações estratégicas que podem proporcionar grandes vantagens para aqueles que a possuem. Tratamos do ambiente digital que é o objeto de estudo deste artigo.

Uma empresa, organização ou mesmo ente público que tenha os dados de vários usuários da rede pode traçar vários perfis desses agentes e assim elaborar melhor suas estratégias de ação interferindo até mesmo na privacidade e autonomia desses usuários. É de grande importância para a proposta deste trabalho identificar os tipos de dados que serão abordados no decorrer da pesquisa. O foco será em dados estruturados que seguem um padrão tendo como exemplos nomes e endereços sendo facilmente processados, os não estruturados que são aqueles não possuidores de uma sequência lógica tendo como exemplos e-mails, posts em redes sociais, imagens, áudios, entre outros.

Porém a categoria que abarca essas duas classificações será a mais utilizada nesta pesquisa sendo conhecida como dados pessoais pois torna a pessoa identificável no meio informacional à mercê de ataques a sua privacidade até mesmo crimes cibernéticos. Esses dados pessoais têm como exemplos: nome, sobrenome, endereço de residência, RG, CPF, data de nascimento, e-mail, telefone, nacionalidade, hábitos de consumo, interesses – inclusive as informações que constam nas redes sociais, como as páginas que curtiu ou seguiu em alguma rede social.



## **2.2 Preservando a privacidade digital: o valor da segurança de dados**

Ao instalar um aplicativo em seu smartphone, é comum que ele solicite acesso a diversos recursos, como links, conexões, arquivos, câmera, microfone, entre outros. Essas permissões são necessárias para que o aplicativo funcione corretamente e suporte a melhor experiência aos usuários, no entanto, ao concordar com essas permissões, muitas vezes estamos abrindo a mão de nossa privacidade. Apesar de serem oferecidos gratuitamente, esses aplicativos obtêm nossos dados na troca dos serviços prestados, criando uma falsa sensação de gratuidade. Os dados estão sendo usados como moeda de troca nesse contexto. A sociedade informacional se baseia nesse cenário, como mencionado por Sérgio Amadeu da Silveira (2017, p. 31):

O processo de obtenção de dados dos cidadãos seja com relação ao consumo, seja com relação ao lazer e ao trabalho nos confunde e acelera a mercantilização da vida. Dessa forma, o capitalismo cognitivo é imaterial e cibernético, baseado nos fluxos de informação comunicados, capturados, processados e analisados.

A falta de separação adequada entre o espaço privado e público representa o fim da privacidade, onde os algoritmos assumem o controle da vida das pessoas, determinando seu futuro. Nesse contexto, a importância da autodeterminação informacional é evidente, pois não apenas protege os direitos individuais, mas também restringe a coleta excessiva de dados pessoais pelas empresas.

Isso, por sua vez, impede que os usuários sofram diversas consequências negativas, como a invasão de privacidade, manipulação de informações, perda de autonomia e exposição a riscos de segurança. Portanto, garantir a separação entre o espaço privado e público é fundamental para preservar a privacidade, limitar o poder das empresas sobre os dados pessoais e salvaguardar os direitos e liberdades individuais.

## **2.3 Dados pessoais e as consequências da falta de proteção**



Com o crescente uso de notebooks e máquinas de processamento de dados, houve um aumento significativo no uso de softwares baseados em algoritmos. Esses softwares desempenham um papel crucial em várias áreas, desde o controle de aviões em voo até nossas rotas no Waze, semáforos inteligentes, resultados de pesquisa do Google e postagens no Facebook. Eles têm o poder de influenciar diretamente as trajetórias do nosso dia a dia, moldar nossas ações e determinar o que temos acesso.

É nesse contexto que surge a governança algorítmica. Um algoritmo de governança reconhece que os algoritmos não são neutros e que as decisões que eles tomam são impostas por seus programadores. Portanto, é fundamental que esses algoritmos sejam transparentes e abertos, garantindo que os usuários tenham acesso à cadeia de processos que compõem o seu código.

Caso contrário, corremos o risco de permitir que esses algoritmos se tornem os verdadeiros legisladores de nossas vidas existentes, sem que tenhamos conhecimento ou controle sobre as regras que eles seguem. A transparência na governança algorítmica é essencial para garantir a equidade, a responsabilidade e a proteção dos direitos individuais.

Precisamos entender como esses algoritmos funcionam, quais critérios estão sendo usados para tomar decisões e como eles podem impactar nossas vidas. Além disso, é necessário um diálogo contínuo entre os desenvolvedores, especialistas e a sociedade em geral, para que possamos avaliar e discutir.

As empresas que possuem diversas tecnologias utilizam a modulação como um recurso para personalizar e filtrar o conteúdo apresentado aos usuários. Um deles é o que Eli Pariser (2012, p. 21) chama de filtro de bolhas, filtro de bolhas ou filtro invisível:

Os algoritmos desempenham um papel crucial no controle de pesquisa, plataformas e sites, sendo responsáveis pela filtragem e organização do conteúdo que consumimos diariamente. Essas ferramentas são projetadas para fornecer uma experiência personalizada, levando em consideração uma variedade de fatores, como histórico de navegação e influências indiretas do usuário. Comumente, utiliza-se a metáfora da "gaiola digital" ou "bolha" para descrever esse fenômeno. Os algoritmos têm como objetivo prever e fornecer conteúdo considerado relevante e interessante para cada usuário, com base em seus padrões de comportamento e passados.



Embora isso possa trazer vantagens, como facilitar a descoberta de informações relevantes, também pode ter efeitos negativos, como a criação de "bolhas de filtro" que reforçam as crenças e perspectivas individuais, limitando a exposição a diferentes pontos de vista. É fundamental estarmos cientes desse fenômeno e buscarmos ativamente diversificar nossas fontes de informação.

Explorar diferentes perspectivas e estar aberto a pontos de vista distintos podem nos ajudar a evitar a polarização e ampliar nossa compreensão do mundo ao nosso redor. Assim, é essencial mantermos a consciência sobre a influência dos algoritmos em nossa experiência on-line e buscarmos maneiras de expandir nossos horizontes. A diversificação de fontes de informação é crucial para uma compreensão mais abrangente e imparcial.

Ao pesquisar e considerar diferentes perspectivas, podemos evitar a formação de bolhas de filtro, onde somos expostos apenas a conteúdos que confirmam nossas próprias crenças. Nesse sentido, devemos estar abertos a opiniões e visões de mundo distintas, uma vez que essa abertura nos ajuda a evitar a polarização e enriquecer nosso entendimento sobre o mundo que nos cerca.

É fundamental lembrar que a expansão de perspectivas não apenas nos enriqueceu, mas também contribuiu para uma sociedade mais forte e tolerante. Ao buscar uma variedade de pontos de vista, estamos promovendo o diálogo saudável, a compreensão mútua e a construção de um senso crítico mais robusto.

Portanto, devemos sempre nos esforçar para diversificar nossas fontes de informação, questionar as informações que consumimos e permanecer abertos a diferentes perspectivas, mesmo quando elas desafiam nossas convicções preexistentes. Analisando o comportamento do Facebook como exemplo, compreende-se como uma ferramenta pouco democrática conforme esclarece Silveira, (2017, p. 91):

É possível considerar que os algoritmos do Facebook são formadores de guetos ideológicos. Dessa forma, ainda segundo o autor, "como tal, eles não contribuem para a democracia, pois isolam posições, reduzem a diversidade e as possibilidades de recombinação de opiniões. Ou seja, produz bolhas ou jaulas digitais porque segue a lógica do mercado de dados.

A plataforma oferece um registro detalhado das atividades dos usuários, fornecendo uma representação visual das emoções e serviços de sua rede publicitária. No entanto, uma abordagem inovadora foi incorporada para incentivar a divulgação de postagens para além de seu círculo de amigos, pois os usuários agora têm a opção de manter suas posições pagando uma taxa financeira.

Essa nova abordagem permite que os usuários expandam o alcance de suas postagens e cheguem a um público mais amplo fora de sua bolha social. Essas bolhas são coletadas e analisadas com base em dados individuais do usuário, visando aprimorar a experiência do usuário.

O sistema de bolhas impulsionou as atividades publicitárias, permitindo que os anunciantes personalizem suas estratégias de acordo com os modelos "em tempo real" criados a partir das informações compartilhadas pelos consumidores. No entanto, é importante considerar os possíveis efeitos negativos dessa abordagem. Os algoritmos responsáveis por criar as bolhas podem restringir a liberdade individual e promover a padronização dos conteúdos a que cada usuário tem acesso.

Isso pode comprometer a autonomia da informação e o desenvolvimento da personalidade, a emoção da diversidade cultural e a colocação dos usuários em uma posição de gestante em relação aos algoritmos. Em resumo, embora essa nova abordagem de patos tolerantes seja benéfica em termos de alcance e eficácia da publicidade, é essencial equilibrar essas vantagens com o respeito à liberdade individual e à diversidade cultural. A plataforma deve buscar constantemente melhorar a experiência do usuário sem comprometer valores fundamentais, como a autonomia da informação e o desenvolvimento pessoal.

## **2.4 Inconstância do fluxo de dados**

Com o avanço da economia digital, o modo como os usuários concretizam as transações mudou significativamente. Em vez de usar dinheiro físico, muitas vezes eles permitem que seus dados pessoais sejam utilizados como forma de pagamento, recebendo em troca direcionada.



Esse modelo econômico cria uma relação multilateral entre os usuários, os vendedores de publicidade e os provedores de produtos e serviços. Nessa dinâmica, os usuários se tornam produtos comercializáveis, pois suas informações individuais são utilizadas como parte da transação econômica.

Esse modelo de negócios é baseado principalmente em publicidade comportamental. Primeiro, os usuários são atraídos para utilizar um serviço ou produto, em seguida, suas informações são coletadas e, posteriormente, eles recebem mensagens publicitárias, gerando lucro para os vendedores de publicidade. Essa abordagem permite que os usuários obtenham produtos e serviços sem pagar diretamente por eles, uma vez que o pagamento é realizado por meio do compartilhamento de suas informações pessoais.

Essa sistemática de transferência de valor aos dados pessoais torna-se relevante para uma vasta gama de produtos e serviços "gratuitos" disponíveis na Internet. No entanto, o valor real dessa transação econômica é desconhecido para a pessoa envolvida. A utilização dos dados pessoais pode ocorrer de diversas formas, especialmente em um contexto de coleta massiva de dados. As consequências financeiras desse modelo econômico são incertas, tanto em termos de possíveis perdas quanto de lucros.

A disponibilidade das informações pessoais e sua forma de uso podem afetar o proprietário dos dados, mas é difícil determinar o "preço" exato a ser pago pelo uso de um bem de consumo. Além disso, a agregação contínua de informações pessoais gera um fluxo de dados intangíveis. Quando um produto ou serviço é utilizado, várias informações são incorporadas e agrupadas, e as possibilidades de geração de informações são infinitas.

O proprietário dos dados não tem controle sobre como essas informações serão utilizadas ou combinadas com outros dados, portanto, é difícil inferir o custo real dessa atividade econômica. A falta de transparência e a coleta constante de informações pessoais tornam difícil para os indivíduos compreenderem como suas informações estão sendo utilizadas e quais serão as consequências disso.

## **2.5 Conceito de informação**

Os dados são fatos brutos e não processados, como números, palavras, imagens, sons, etc. Eles podem ser encontrados de várias fontes, como sensores, pesquisas, observações e muito mais, por si só, os dados não têm significado intrínseco. A informação é o resultado da organização, estruturação e interpretação dos dados. Quando os dados são processados, contextualizados e relacionados, eles se transformam em informação.

Além disso, a informação é útil, pois fornece significado e contexto aos dados. Por exemplo, se você tiver uma lista de números, calcule a média desses números para transformar os dados em informações úteis. A informação seria um refinamento dos dados e trazendo isso para o estudo desse artigo é essa informação que nada mais é que o conjunto de dados interpretados a base para que as empresas entendam o comportamento do consumidor traçando suas estratégias. Por este motivo existe uma necessidade extrema de se proteger os dados do consumidor em suas relações comerciais digitais.

## **2.6 Conceito de conhecimento e sua importância nas relações consumeristas na internet**

O conhecimento é a camada superior da informação sendo assim uma uma compreensão profunda combinada com a capacidade de aplicar informações em contextos relevantes, ele implica uma avaliação mais ampla e a habilidade de tomar decisões com base nas informações disponíveis.

O conhecimento surgiria quando, com base nessas informações, a empresa toma decisões estratégicas, como ajustar sua produção com base nas vendas, expandir uma linha de produtos mais vendidos ou planejar promoções para produtos menos populares. A capacidade de tomar ações informadas com base nas informações disponíveis. Em resumo, a informação é o estágio intermediário entre dados brutos e conhecimento aplicável. Transformar dados em informações é fundamental para a tomada de decisões informadas em diversos campos, desde negócios até ciência e tecnologia.



O conhecimento do consumidor, também conhecido como “customer Knowledge” ou “customer insights”, é fundamental para as empresas, especialmente na era digital. Nesta era, as empresas têm acesso a uma quantidade enorme de dados sobre os consumidores, o que oferece oportunidades significativas, mas também desafios. Vejamos então alguns aspectos importantes do conhecimento do consumidor na era digital:

**Coleta de Dados:** As empresas estão coletando dados de diversas fontes, incluindo mídias sociais, sites, aplicativos móveis, interações de atendimento ao cliente, compras on-line e offline, entre outros. Esses dados são usados para criar perfis de consumidores.

**Análise de Dados:** Uma análise de big data e técnicas de aprendizado de máquina são usadas para analisar grandes volumes de dados e identificar tendências, tendências e comportamentos do consumidor. Isso permite que as empresas entendam melhor seus clientes.

**Personalização:** Com base no conhecimento do consumidor, as empresas podem personalizar suas ofertas, comunicações e experiências. Isso inclui recomendação de produtos, conteúdo personalizado e ofertas direcionadas.

**Segmentação de Mercado Avançada:** As empresas podem segmentar seu mercado com mais precisão, criando segmentos com base em dados demográficos, geográficos, psicográficos e comportamentais. Isso permite estratégias de marketing mais direcionadas.

**Feedback em Tempo Real:** As empresas podem receber feedback em tempo real dos consumidores por meio de plataformas digitais. Isso permite que elas ajustem suas estratégias rapidamente com base nas opiniões e necessidades dos clientes.

**Engajamento em Mídias Sociais:** As redes sociais são uma fonte valiosa de conhecimento para o consumidor. As empresas monitoram conversas, tendências e sentimentos dos clientes nas redes sociais para tomar medidas que podem ser observadas.



**Prevenção de Churn:** O conhecimento do consumidor ajuda as empresas a identificar os sinais de que um cliente pode estar insatisfeito ou prestes a abandonar seus produtos ou serviços. Isso possibilita ações proativas para evitar perdas de clientes.

**Desenvolvimento de Produtos e Serviços:** As empresas podem usar o feedback dos consumidores para aprimorar produtos e serviços existentes e até mesmo desenvolver novos produtos que atendam às necessidades do mercado.

**Gerenciamento de Experiência do Cliente:** As empresas podem criar jornadas do cliente mais eficazes, garantindo que a experiência do cliente seja positiva em todos os pontos de contato.

**Privacidade e Segurança dos Dados:** Na era digital, a privacidade e a segurança dos dados do consumidor são questões críticas. As empresas devem seguir regulamentações para proteger os dados do cliente e garantir a confiança dos consumidores. O conhecimento do consumidor desempenha um papel vital no sucesso das empresas. Ele permite que as empresas compreendam seus clientes de maneira mais profunda, atendam às suas necessidades e ofereçam experiências mais relevantes e personalizadas.

No entanto, é essencial que esse conhecimento seja obtido e usado de maneira ética e respeitando a privacidade dos consumidores. As empresas têm acesso a uma quantidade sem precedentes de dados sobre os consumidores. Isso inclui dados demográficos, histórico de compras, interações em mídias sociais, padrões de navegação na internet e muito mais. A capacidade de recuperação, análise e utilização desses dados de maneira eficaz é o que diferencia as empresas de sucesso daquelas que lutam para se manterem relevantes, porém as empresas precisam coletar dados de maneira ética e transparente.

Significa obter o consentimento dos consumidores sempre que possível e garantir que os dados sejam armazenados e protegidos de acordo com as regulamentações de privacidade, como o LEI Geral de Proteção de Dados. O uso de dados do consumidor deve ser ético e estar em conformidade com as





regulamentações de privacidade. Empresas que violam a privacidade do consumidor correm o risco de perder a confiança do público e enfrentar consequências legais.

O conhecimento do consumidor na era digital é uma parte essencial da estratégia de negócios de qualquer empresa. A capacidade de abrangência, análise e utilização de dados de forma eficaz, combinada com uma abordagem ética e personalizada, pode ser a chave para o sucesso em um mercado cada vez mais competitivo e em constante evolução. Visto tudo isso, o trinômio dados, informação e conhecimento se traduz em uma ferramenta essencial na atuação de empresas dentro do meio digital. A partir desses três fatores as organizações vão traçar o perfil do seu público conhecendo seus desejos recentes. Porém esse planejamento afasta um tratamento ético desse conhecimento que traga maior transparência para o consumidor que tem todo direito de ter a ciência do uso de seus dados e informações por parte das organizações.

## **2.7 A problemática de dados e informações dos consumidores brasileiros disponibilizados virtualmente.**

O problema de dados de consumidores brasileiros na internet refere-se às preocupações relacionadas à coleta, armazenamento, uso e compartilhamento de informações pessoais de consumidores no ambiente on-line no Brasil. Assim como em muitos outros países, o Brasil enfrenta desafios relacionados à proteção da privacidade e segurança dos dados dos consumidores na era digital. Alguns dos principais aspectos deste problema incluem:

- A Coleta descontrolada de dados, onde muitas empresas, especialmente de tecnologia e marketing digital, coletam uma quantidade significativa de dados dos consumidores sem o consentimento devido ou transparência. Isso pode incluir informações pessoais, histórico de navegação na web, localização e hábitos de compra.
- Os casos de vazamento de dados, que são frequentes no Brasil e podem resultar em informações pessoais de consumidores sendo expostas a



terceiros não autorizados. Esses vazamentos podem ocorrer devido à proteção de segurança em empresas ou provedores de serviços on-line.

Muitas empresas utilizam os dados dos consumidores para direcionar anúncios e campanhas de marketing, o que pode ser intrusivo e indesejado. Além disso, a venda de dados pessoais a terceiros é uma prática que levanta preocupações quanto ao uso inadequado de dados.

Embora o Brasil tenha uma Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) em vigor desde 2020, falta regulamentação consistente. A implementação e fiscalização eficaz da lei ainda são desafios, além disso, a conscientização sobre os direitos de privacidade dos consumidores e a obrigação das obrigações em relação à proteção de dados ainda é baixa.

Além disso, nos deparamos com outro fator que contribui com a fragilidade na segurança dos dados, trata-se da falta de educação digital pois muitos consumidores brasileiros não estão plenamente conscientes dos riscos relacionados à privacidade on-line e não sabem como proteger seus próprios dados assim a educação digital e a conscientização sobre a importância da privacidade on-line são fundamentais para enfrentar esse problema.

Para abordar esses problemas, é essencial que o governo, as empresas e os consumidores desempenhem papéis ativos na proteção da privacidade dos dados dos consumidores. Isso pode envolver a implementação efetiva da LGPD, a adoção de boas práticas de segurança de dados por parte das empresas e a educação contínua dos consumidores sobre como proteger suas informações pessoais on-line.

A colaboração internacional e a regulamentação mais rigorosa podem desempenhar um papel importante na resolução dessas questões, na medida em que os desafios da proteção dados transcendem fronteiras. Nessa linha em nosso país a LGPD tem como objetivo principal proteger a privacidade dos indivíduos, garantindo que suas informações pessoais sejam protegidas de maneira adequada e segura. Isso é fundamental para garantir que as pessoas tenham controle sobre seus dados pessoais.

Sendo assim a LGPD desempenha um papel fundamental na proteção da privacidade e dos dados pessoais no Brasil. Ela não beneficia apenas os cidadãos, garantindo que seus dados sejam tratados de maneira adequada, mas também promove a ética e a responsabilidade no tratamento de informações pelas organizações. A conformidade com a LGPD é essencial para a competitividade global das empresas e para evitar prejuízos graves. Portanto, sua importância é indiscutível na era digital em que vivemos.

## **2.8 A hipossuficiência técnica do consumidor**

Refere-se à falta de conhecimento técnico ou habilidades possíveis para compreender completamente os produtos e serviços tecnológicos que estão disponíveis no mercado. Pode-se resultar em consumidores tomando decisões de forma influenciadas, sendo explorados por práticas comerciais desonestas ou enfrentando dificuldades ao utilizar os produtos e serviços que adquiriram. Além disso, alguns autores também classificam a vulnerabilidade do consumidor como Jurídica quando o consumidor desconhece os efeitos das leis bem como seus direitos e deveres bem como a vulnerabilidade fática, sendo esta proveniente da desproporcionalidade da relação entre ambos, como exemplo, o poder econômico, fechando assim uma idéia de tríplice vulnerabilidade na visão dos autores. (MIRAGEM; MARQUES; MAGALHÃES, 2020).

Dá-se como exemplo a crescente complexidade dos contratos de serviços digitais, que frequentemente incluem cláusulas e políticas de privacidade difíceis de entender para uma pessoa comum. A hipossuficiência técnica do consumidor está relacionada à ignorância do consumidor sobre o produto ou serviço que está adquirindo. O consumidor não consegue demonstrar o vício de qualidade, quantidade e/ou defeito do produto ou serviço.

A hipossuficiência não se confunde com a vulnerabilidade, pois esta é uma situação intrínseca ao consumidor, ou seja, todo consumidor é considerado vulnerável nas relações de consumo. Para proteger esse consumidor, é fundamental que governos, empresas e organizações da sociedade civil trabalhem juntos para



promover a educação digital, fornecer informações claras sobre produtos e serviços, e garantir que as práticas comerciais sejam transparentes e éticas.

Isso permitirá que os consumidores tomem decisões mais informadas e se beneficiem plenamente das oportunidades oferecidas pela tecnologia digital. A hipossuficiência técnica do consumidor pode ser uma causa de inversão do ônus da prova, sendo assim, faz com que o fornecedor tenha o dever de provar os direitos que alega. Refere-se à falta de conhecimento ou habilidades técnicas possíveis para tomar decisões informadas sobre produtos ou serviços, isso pode ocorrer quando os consumidores não têm acesso a informações adequadas, não compreendem as características técnicas dos produtos ou não possuem as habilidades necessárias para avaliar a qualidade ou segurança de um produto.

Para mitigar essa técnica do consumidor, os governos e organizações de defesa do consumidor frequentemente promovem a educação do consumidor, regulamentações que impedem a divulgação de informações claras sobre produtos e serviços e a realização de campanhas de conscientização sobre os direitos do consumidor. A hipossuficiência técnica do consumidor é um conceito que se relaciona com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no contexto da proteção da privacidade e dos direitos dos consumidores (BRASIL, 2018).

A Lei Geral de Proteção de Dados é uma legislação brasileira que entrou em vigor em setembro de 2020 e tem como objetivo regulamentar o tratamento de dados pessoais por organizações públicas e privadas, garantindo a privacidade e a segurança dos indivíduos. Essa fragilidade técnica, refere-se à disparidade de conhecimento e habilidades técnicas entre as organizações que coletam e processam dados pessoais e os consumidores que fornecem esses dados, nesta senda, Theodoro Júnior (2020, p. 11) diz.

É certo que a vulnerabilidade do consumidor constitui uma presunção legal absoluta, que impõe o tratamento diferenciado que lhe é dispensado, em face do fornecedor. Isto porque, 'não se pode pensar em proteção e defesa ao consumidor sem colocá-lo nesta posição de inferioridade perante os fornecedores de modo geral, principalmente diante das intensas transformações pelas quais passaram as relações jurídicas e empresariais nos últimos tempos'. Assim, todo consumidor é vulnerável perante a lei, sendo essa característica de ordem material. A vulnerabilidade, destarte, "é elemento posto da relação de consumo e não um elemento pressuposto, em regra".



Muitas vezes, as empresas têm acesso a recursos técnicos avançados e especialistas em tecnologia da informação que lhes permitem coletar, armazenar e processar informações pessoais de forma eficaz e segura. Por outro lado, os consumidores podem não ter o mesmo nível de conhecimento técnico ou controle sobre como seus dados são usados. Nesse contexto, a LGPD estabelece uma série de direitos e proteções para os consumidores, atenuando essa hipossuficiência técnica. Alguns dos principais aspectos da LGPD relacionados a isso incluem:

**Consentimento:** A LGPD exige que as organizações obtenham o consentimento informado dos consumidores antes de coletar e processar seus dados pessoais. Isso garante que os consumidores tenham ciência do que está acontecendo com seus dados.

**Transparência:** As organizações são obrigadas a fornecer informações claras e acessíveis sobre como os dados pessoais são tratados, incluindo os propósitos, os destinatários e os prazos de retenção.

**Direitos dos titulares dos dados:** A lei concede aos consumidores uma série de direitos, como o direito de acessar seus dados, corrigi-los, solicitar a exclusão e contestar o processamento.

**Responsabilidade das organizações:** As empresas são responsáveis por implementar medidas de segurança específicas para proteger os dados pessoais dos consumidores e devem notificar as autoridades e os titulares em caso de privacidade de dados.

**Educação e conscientização:** A LGPD também incentiva a educação e a conscientização dos consumidores sobre seus direitos e sobre como proteger suas informações pessoais. Em resumo, busca equilibrar a relação entre as organizações e os consumidores no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais, considerando a hipossuficiência técnica dos consumidores.

Ela coloca na prática medidas para garantir que os dados pessoais sejam tratados de maneira justa, transparente e segura, com foco na proteção dos direitos dos indivíduos em um ambiente cada vez mais digital e tecnológico. Embora a LGPD tenha sido criada principalmente para proteger a privacidade dos indivíduos e



seus dados pessoais, ela também pode ter um impacto positivo sobre a hipossuficiência do consumidor.

Sendo assim, a LGPD pode ser eficaz na proteção da privacidade e dos direitos dos consumidores, incluindo aqueles em situação de hipossuficiência, fornecendo-lhes maior controle sobre suas informações pessoais e tornando as empresas mais responsáveis pelo tratamento desses dados. No entanto, a eficácia da LGPD depende da aplicação adequada da lei e da conscientização por parte dos consumidores sobre seus direitos.

É importante que os consumidores estejam cientes de seus direitos e denunciem qualquer violação da LGPD às autoridades competentes, bem como tenham o conhecimento necessário para utilizar essa ferramenta jurídica. Com essa crescente dependência da tecnologia e da internet em nossas vidas, os consumidores muitas vezes se encontram em desvantagem quando se trata de entender completamente os produtos e serviços digitais que consomem. Isso pode ocorrer por várias razões, onde destacamos:

- A Complexidade Tecnológica, pois muitos produtos e serviços digitais são complexos, envolvendo software, hardware e redes. Os consumidores não entendem completamente como eles funcionam, o que pode dificultar a tomada de decisões informadas;
- Outro ponto, é a falta de conhecimento, uma vez que nem todos os consumidores têm o mesmo nível de conhecimento em tecnologia. Alguns podem não estar familiarizados com conceitos tecnológicos básicos, como criptografia, privacidade de dados ou segurança cibernética;
- Assim como a Informação Assimétrica, onde as empresas muitas vezes têm muito mais informações do que os consumidores sobre seus produtos e serviços. Isso pode levar a uma desigualdade nas negociações e na tomada de decisões, uma vez que os consumidores podem não estar cientes de todos os detalhes;
- Outro ponto, são as Atualizações Constantes, pois a natureza rápida da inovação tecnológica significa que produtos e serviços digitais são

frequentemente atualizados ou substituídos. Os consumidores podem ter dificuldade em acompanhar essas mudanças;

- Por fim, a privacidade e segurança, pois muitos consumidores não compreendem completamente as implicações de privacidade e segurança ao usar produtos digitais. Eles não têm certeza de como seus dados são coletados, armazenados e usados. A hipossuficiência técnica do consumidor na era digital pode levar a problemas como a tomada de decisões financeiras ruins, a exposição a riscos de segurança e privacidade e a falta de controle sobre a própria vida digital.

Visto isso, a hipossuficiência técnica do consumidor na era digital é uma questão significativa que requer atenção tanto das empresas quanto dos reguladores para garantir que os consumidores sejam capacitados a tomar decisões informadas e protegidas em um mundo cada vez mais tecnológico.

## **2.9 A inversão do ônus da prova na Lei Geral de Proteção de Dados**

Partindo de nosso Código de Processo Civil temos como regra que o ônus da prova incumbe a que alega. Sendo assim, ao autor caberia os fatos constitutivos e ao réu os impeditivos de seus respectivos direitos. Porém, alguns diplomas jurídicos permitem a inversão dessa regra, permitindo a produção de provas em favor de um dos querelantes.

A inversão do ônus da prova é um instrumento importante da legislação consumerista para facilitar a defesa do consumidor. No entanto, este mecanismo não é automático. A decisão judicial que determina a inversão do ônus da prova deve ocorrer antes da etapa de instrução do processo. Na Lei Geral de Proteção de Dados o Art. 42, § 2º, traz a possibilidade da inversão do ônus da prova em favor do titular de dados pessoais:

Art. 42. O controlador ou o operador que, em razão do exercício de atividade de tratamento de dados pessoais, causar a outrem dano patrimonial, moral, individual ou coletivo, em violação à legislação de proteção de dados pessoais, é obrigado a repará-lo.



§ 2º O juiz, no processo civil, poderá inverter o ônus da prova a favor do titular dos dados quando, a seu juízo, for verossímil a alegação, houver hipossuficiência para fins de produção de prova ou quando a produção de prova pelo titular resultar-lhe excessivamente onerosa.

Semelhante ao que acontece no Código de Defesa do Consumidor (CDC) isso será possível se houver verossimilhança da alegação e hipossuficiência do consumidor ou titular de dados e demasiado ônus na produção de provas. Em uma Sociedade da informação. O contraponto entre a LGPD e ao Código de Defesa do Consumidor nessa questão é que na primeira a decisão da inversão do ônus da prova é uma faculdade do julgador como corrobora Sampaio:

“Podemos concluir, portanto, que a Sociedade da Informação implica, necessariamente, em que o titular de dados seja hipossuficiente em face do agente de tratamento. É a própria concepção deste arranjo o que assim determina, tornando a análise casuística e subjetiva — ora imbuída pela LGPD aos juízes — demasiadamente perigosa.” (Oliveira; Sampaio, 2021, p. 521).

Examinado o caput do Artigo temos a ideia de que o seu objetivo é assegurar que o titular de dados pessoais que tenha sido lesado seja indenizado, assim essa inadequação pode, contudo, inspirar o direito material e o próprio direito fundamental a ser restituído.

## **2.10 A correta gestão do uso de dados e a necessidade de uma ferramenta jurídica eficiente.**

Através de uma análise crítica da legislação e de sua aplicação na prática, a pesquisa em sua fundamentação teórica apresenta reflexões sobre os desafios que a lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD) enfrenta para proteger a dignidade humana em um contexto marcado pela crescente coleta e processamento de dados pessoais.

A pesquisa identifica também a importância da LGPD como ferramenta para a defesa do consumidor, mas é necessário avançar na sua implementação e aprimorar sua efetividade para garantir a proteção dos direitos fundamentais dos indivíduos. Partindo desse ponto, o artigo procura identificar a importância da LGPD como dispositivo jurídico definitivo para a proteção da defesa do consumidor no





mundo virtual sendo consequência de uma gestão de dados desse consumidor feita de maneira mais transparente e segura pois está entre seus fundamentos a proteção aos dados do consumidor.

Sendo assim, as leis funcionam como a vontade da sociedade, no intenção de tornar o mundo mais seguro nas relações sociais, observamos então o Art. 1º, (Lei 13.709/2018):

Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

É nítida a importância da Lei Geral de Proteção de Dados, para o tratamento dos dados pessoais e por consequência propiciar autonomia e privacidade aos consumidores brasileiros da rede mundial de computadores. Em um mundo cada vez mais dependente da rede mundial de computadores é de suma importância uma legislação que controle todo o processo de gestão de dados disponibilizados pelos usuários em suas transações no mundo virtual.

Sendo assim a LGPD foi concebida para disciplinar todo o processo de gestão de dados virtuais como dispositivo do ordenamento jurídico nacional trazendo uma maior transparência na relação entre usuários e empresas e por consequência protegendo o consumidor na relação consumerista ocorrido no campo virtual. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) é um tema relativamente novo e ainda em desenvolvimento, mas existem alguns autores que já escreveram sobre a relação entre a LGPD e o consumidor. Nela identificamos como devem ocorrer a coleta e o processamento dos dados do consumidor propiciando assim a proteção desse elemento central na relação consumerista virtual.

A LGPD tem por objetivo proteger o direito à privacidade e à proteção dos dados pessoais, além de assegurar a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor (LOPES, 2022). A coleta e o processamento de uma enorme quantidade de informações, o que traz preocupações sobre a privacidade e a



proteção dos dados pessoais. Nesse contexto, é importante relacionar o consumidor, pois ele é um dos principais agentes envolvidos nesse cenário.

O consumidor utiliza a internet para realizar transações comerciais, compartilhar informações pessoais e buscar produtos e serviços, o que expõe a possibilidade de privacidade e uso inadequado de seus dados. A internet possibilita a coleta e o processamento de uma quantidade gigantesca de informações, o que levanta questões importantes sobre a privacidade e a proteção de dados pessoais (GARRIDO, 2021). Além de ferramenta jurídica responsável pelo disciplinamento da administração de dados e informações dos usuários na rede mundial de computadores, pode se dizer também que trouxe uma nova cultura na gerência de informações trazendo uma nova reflexão sobre como dados e informações estão sendo utilizados em variados bancos de dados pelas empresas.

E todo esse arcabouço jurídico sendo utilizado para o reforço de direitos e garantias fundamentais visando o desenvolvimento de toda sociedade neste ponto, esclarece Mielo (2021, p. 13):

A LGPD inaugurou uma nova cultura de privacidade e proteção de dados no país, o que demanda a conscientização de toda a sociedade acerca da importância dos dados pessoais e os seus reflexos em direitos fundamentais como a liberdade, a privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Tendo a privacidade como direito fundamental dos usuários, Pinho (2023, p. 50) conceitua:

A proteção da privacidade é um direito fundamental do indivíduo e se tornou ainda mais relevante na era digital, na qual há uma enorme quantidade de dados pessoais disponíveis na rede, susceptíveis de serem coletados, armazenados e processados por terceiros, inclusive sem o conhecimento ou consentimento do titular. (PINHO, 2023, p. 50).

Outro importante aspecto a ser observado nessa pesquisa é a autonomia do consumidor. Nesse caso, o consumidor deve ter a opção de como serão administrados seus dados e sua escolha quanto a sua utilização ou mesmo descarte desses dados.



Essa opção de escolha traz o consumidor para um papel ainda mais relevante na relação com a empresa, propiciando assim atuação mais atuante desse consumidor na relação consumerista na rede virtual. Enfatizando a proteção da autonomia do usuário da rede esclarece Pinho (2023, p. 54):

A autonomia do indivíduo também deve ser protegida na era digital, sendo essencial que ele tenha o controle sobre seus próprios dados pessoais e possa decidir como eles serão utilizados, em conformidade com suas preferências e interesses.

A LGPD mesmo sendo o dispositivo jurídico concebido para a proteção de dados dos usuários da internet não deve ser entendida como o único pois tem seus fundamentos baseados em vários outros dispositivos de nosso ordenamento jurídico como Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor.

Por isso, quando se fala do estudo da relação entre consumidor e LGPD transitamos entre várias áreas do Direito tendo como exemplos o Direito Digital e o Direito Constitucional, trazendo uma base legal e objetiva para esse estudo. Direitos dos titulares desses dados, essa proteção deve ser garantida por meio de normas legais específicas e de medidas técnicas que visem a preservação da confidencialidade e integridade dos dados pessoais (COSTA et al., 2023).

Fica clara a importância do estudo da relação de consumo no meio digital dada ao aumento muito grande da atividade como um todo no meio informacional. O consumidor claramente não fica de fora desse processo. Hoje é cada vez mais raro encontrar alguém que não tenha comprado um produto ou adquirido um serviço na internet. E com esse aumento de atividade vem também a maior exposição de seus dados, que interpretados podem se transformar em informações poderosas para empresas ou até mesmo criminosos. Por isso é vital que em um mundo cada vez mais digital a palavra de ordem seja proteção.

Ainda assim, é importante analisar a vulnerabilidade dos dados, a adequação dos processos e prevenir as fraudes, nesse contexto, Jimene (2020, p. 25) conceitua:

A segurança da informação já existia antes da necessidade de proteção de dados pessoais e era voltada para a proteção de informações confidenciais e estratégicas relacionadas aos negócios. É apropriado afirmar, portanto,



que "Nem todo incidente de segurança da informação é uma violação de dados pessoais, mas toda violação de dados pessoais é um incidente de segurança". No contexto dos dados pessoais, a segurança da informação tem como objetivo proteger o negócio contra riscos e incidentes, como vazamentos de dados, ataques cibernéticos e indisponibilidade. Para isso, envolve a análise de vulnerabilidades, a adequação e automatização de processos, a prevenção de fraudes, entre outras medidas.

Em suma, seu trabalho visa garantir que os dados não sejam utilizados para fins diferentes daqueles para os quais foram coletados. É necessário adotar medidas técnicas e administrativas que garantam a proteção dos dados pessoais contra acessos não autorizados e situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, compartilhamento ou divulgação.

Isso significa que a conformidade com a LGPD requer a implementação de procedimentos relacionados à tecnologia da informação, dada a quantidade significativa de dados armazenados em sistemas informatizados, que devem ser protegidos por medidas e técnicas de segurança.

A segurança da informação vai além de ser uma estratégia, ela é fundamental para a proteção do conjunto de dados de uma organização. Seus métodos visam garantir a disponibilidade, confidencialidade, integridade e autenticidade das informações.

É crucial para qualquer empresa ter conhecimento sobre seus dados, restringir o acesso a eles e saber onde estão sendo armazenados, transmitidos e compartilhados. Utilizar ferramentas tecnológicas podem ajudar na segurança de navegação na rede de internet, segundo Jimene (2020, p. 15):

A utilização de recursos tecnológicos que possibilitem a segurança da informação no ambiente digital é necessária para que sejam cumpridas as obrigações legais de tratamento de dados pessoais e seja garantida a privacidade dos titulares. São alguns exemplos de mecanismos tecnológicos que contribuem para a segurança da informação e, conseqüentemente, para a proteção de dados: ferramentas de autenticação de acesso, recursos de criptografia, assinatura digital e certificação digital.

É fundamental estarmos cientes do contexto atual em que vivemos, no qual os dados pessoais são altamente valorizados e os usuários estão altamente conectados. Para garantir pleno respeito aos direitos fundamentais e reduzir os

riscos de ataques e uso indevido de dados pessoais, é crucial desenvolver uma cultura de gestão de segurança da informação no Brasil.

Reconhecer a importância desse contexto e agir de acordo são passos essenciais. Devemos implementar políticas e práticas que promovam a conscientização sobre segurança da informação, tanto em nível individual quanto organizacional. Isso envolve adotar medidas preventivas, como utilizar tecnologias apropriadas, estabelecer políticas de privacidade transparentes e educar os usuários sobre boas práticas de segurança, proteger os dados pessoais é uma responsabilidade compartilhada por todas as partes envolvidas, como, empresas, instituições e indivíduos.

Precisamos estabelecer uma cultura na qual a segurança da informação seja uma prioridade, assegurando a confidencialidade, integridade e disponibilidade dos dados. Somente assim poderemos preservar os direitos individuais e coletivos e mitigar os riscos associados ao uso indevido dos dados pessoais.

### **CAPÍTULO 3 - Da legislação aplicada, os meios de fiscalização e sanções.**

#### **3.1 A criação da LGPD**

Sua história remonta a um contexto global de crescente preocupação com a privacidade e a segurança das informações pessoais, impulsionada pelo avanço da tecnologia e da internet. A LGPD foi promulgada em setembro de 2020 e entrou em vigor em setembro de 2021. A criação da LGPD foi influenciada em grande parte pelo Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR), da União Europeia, que entrou em vigor em 2018. No site da União Europeia, tem a seguinte definição da Norma:

Este regulamento é uma medida essencial para reforçar os direitos fundamentais das pessoas na era digital e facilitar a atividade comercial mediante a clarificação das normas aplicáveis às empresas e aos organismos públicos no mercado único digital. A adoção de um ato legislativo único visa também acabar com a fragmentação resultante da coexistência de sistemas nacionais diferentes e com encargos

administrativos desnecessários (COMISSÃO EUROPEIA, [201-?], não paginado). 2

O GDPR distribuiu um conjunto abrangente de regras para a proteção de dados pessoais na Europa, e seus princípios fundamentais incluem o consentimento explícito, a transparência, o direito de acesso e a portabilidade de dados, bem como avaliações para empresas que violam as normas. No Brasil, a LGPD se tornou necessária para alinhar as práticas de tratamento de dados pessoais com os padrões internacionais, garantindo assim a proteção dos direitos dos cidadãos. Ela estabelece diretrizes claras sobre como as organizações devem coletar, armazenar, vender e compartilhar informações pessoais.

Além disso, a lei também prevê os direitos dos titulares de dados, como o direito de acesso, retificação, exclusão e portabilidade de seus dados. A LGPD se aplica a todas as organizações, sejam elas públicas ou privadas, que realizam o tratamento de dados pessoais no Brasil. As empresas que não cumpram as disposições da lei podem enfrentar multas substanciais e outras avaliações, ou que tornem uma legislação significativa no contexto da segurança da informação e da privacidade.

A criação da LGPD representou um marco importante na legislação de proteção de dados no Brasil, incentivando a responsabilidade das organizações em relação à segurança e à privacidade dos dados pessoais dos indivíduos. Ela também impulsionou a conscientização sobre a importância da privacidade dos dados em um mundo cada vez mais digital e interconectado. Com a LGPD em vigor, as organizações e os cidadãos brasileiros estão em uma posição mais segura em relação ao tratamento de dados pessoais, promovendo a confiança e a transparência no ambiente digital.

### **3.2 Fiscalização dos meios digitais no Brasil**

A fiscalização dos meios digitais no Brasil é realizada por diferentes órgãos governamentais e segue as regulamentações previstas na legislação brasileira. Alguns dos principais aspectos da fiscalização dos meios digitais no país incluem:



**Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL):** é uma agência reguladora responsável por fiscalizar e regulamentar as telecomunicações no Brasil, incluindo a infraestrutura de comunicação digital, como redes de internet, comunicações móveis e fixas.

**Ministério da Justiça e Segurança Pública:** é responsável por questões relacionadas à segurança digital, combate a crimes cibernéticos e proteção dos direitos do consumidor em transações on-line. A Polícia Federal também desempenha um papel importante na investigação de crimes cibernéticos.

**Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD):** é a agência responsável por fiscalizar a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que regulamenta o tratamento de dados pessoais no Brasil. A ANPD garante que as empresas e organizações cumpram as regras de proteção de dados.

**Comissão de Valores Mobiliários (CVM):** regula o mercado financeiro e de capitais, incluindo investimentos em ativos digitais e criptomoedas. Ela também é responsável por fiscalizar as informações divulgadas por empresas de capital aberto que atuam no mercado digital.

**Tribunal de Contas da União (TCU):** é responsável por fiscalizar as ações do governo federal, incluindo projetos e gastos relacionados à tecnologia da informação e sistemas digitais.

**Regulamentações específicas:** Além das agências e órgãos referenciais, existem leis e disposições específicas para setores como comércio eletrônico, publicidade on-line, direitos autorais na internet e muito mais. Essas regulamentações também são fiscalizadas pelas respectivas autoridades.

Além disso, a sociedade civil desempenha um papel importante na fiscalização dos meios digitais, denunciando abusos e visibilidade de direitos, muitas vezes por meio de organizações de defesa dos direitos digitais. É importante lembrar que a fiscalização dos meios digitais no Brasil deve equilibrar a garantia da liberdade de expressão, a proteção de dados pessoais, a segurança cibernética e o cumprimento das leis. A regulamentação e fiscalização continuam a evoluir à medida que a tecnologia e a sociedade digital se desenvolvem.

### 3.3 Os casos de vazamento de dados no Brasil

O Brasil, como muitos outros países, gerou vários casos de vazamentos de dados na internet ao longo dos anos. Esses vazamentos podem ocorrer devido a falhas de segurança, hacking, exposição acidental ou intencional de informações sensíveis. Abaixo alguns casos notáveis de vazamentos de dados no Brasil até a minha última atualização em setembro de 2021:

**TSE (Tribunal Superior Eleitoral):** Em novembro de 2020, houve um grande vazamento de dados pessoais de mais de 220 milhões de brasileiros, incluindo informações confidenciais, como CPF, títulos de eleitor e endereços. O vazamento foi associado a uma falha de segurança no sistema do TSE, que administra as eleições no Brasil.

**Facebook:** Em abril de 2019, foi revelado que cerca de 500 milhões de registros de usuários do Facebook, incluindo brasileiros, foram expostos em servidores públicos na internet. Esses dados continham informações pessoais, como números de telefone e IDs de perfil.

**Serasa Experian:** Em janeiro de 2021, a Serasa Experian, uma das principais agências de crédito do Brasil, teve um vazamento de dados que expôs informações pessoais de mais de 220 milhões de brasileiros. Esse vazamento incluiu dados como CPF, histórico de crédito e informações de negócios.

**SUS (Sistema Único de Saúde):** Em janeiro de 2021, houve relatos de um vazamento de dados do sistema de saúde brasileiro que expôs informações de pacientes, incluindo diagnósticos médicos e outros dados sensíveis.

**Bradesco:** Em março de 2020, o Bradesco, um dos maiores bancos do Brasil, cometeu um incidente de vazamento de dados. Detalhes específicos sobre o incidente não foram amplamente divulgados.

**Caso Netshoes (2018):** A empresa de comércio eletrônico Netshoes revelou em 2018 que havia sofrido um vazamento de dados que expôs informações de clientes, incluindo nomes, endereços e números de cartão de crédito.

**Caso Uber (2016):** Embora não seja uma empresa brasileira, a Uber também teve um grande vazamento de dados em 2016 que afetou usuários no Brasil. Neste caso, as informações de motoristas e passageiros estavam comprometidas.





**Empresas e organizações:** Várias outras empresas e organizações no Brasil também foram alvo de vazamentos de dados ao longo dos anos. Isso inclui informações de clientes e funcionários de diferentes setores.

É importante notar que os vazamentos de dados são um problema global e não se limitam apenas ao Brasil. Muitas vezes, a segurança cibernética é um desafio em todo o mundo, e as organizações precisam tomar medidas rigorosas para proteger as informações pessoais dos cidadãos e clientes.

Além disso, as autoridades governamentais, como a ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) no Brasil, estão trabalhando para criar disposições mais rígidas e diretrizes de segurança de dados para ajudar a prevenir futuros vazamentos. Quando ocorrerem vazamentos de dados pessoais no Brasil, as organizações são obrigadas a notificar as autoridades e as partes afetadas de acordo com as disposições da LGPD.

Os vazamentos de dados podem ocorrer de várias formas, como invasões cibernéticas, perda de dispositivos de armazenamento, falhas de segurança, entre outros. Assim, encontramos alguns pontos-chave relacionados a vazamentos de dados sob a LGPD, como a notificação de vazamentos, pois as organizações são obrigadas a notificar a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e os titulares dos dados em caso de vazamento de dados pessoais que possam resultar em riscos ou danos relevantes aos titulares. A notificação deve ser feita sem demora injustificada.

Outro ponto são as sanções, pois a LGPD prevê deliberações para organizações que não cumpram suas obrigações de proteção de dados, incluindo a obrigação de notificar vazamentos. As deliberações podem incluir multas substanciais.

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) é uma regulamentação no Brasil que trata da proteção e privacidade de dados pessoais. Em caso de vazamento de dados pessoais, é importante que as empresas e organizações estejam preparadas para lidar com a situação de acordo com a LGPD.

Encontramos assim algumas etapas que podem ajudar a lidar com um vazamento de dados de acordo com a LGPD, como a avaliação e a notificação, quando a empresa deve avaliar a extensão do vazamento de dados e notificar



imediatamente a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e os titulares dos dados afetados. A notificação deve ser feita de maneira clara e em tempo hábil.

Outro ponto é o isolamento e a remediação, a empresa deve tomar medidas imediatas para isolar e conter o vazamento de dados. Isso pode envolver o bloqueio de acessos não autorizados e a correção da vulnerabilidade que levou ao vazamento. Não menos importante temos o Registro de Incidente, a empresa deve manter registros detalhados do incidente de vazamento de dados, incluindo informações sobre como ocorreu, quais dados foram afetados e quais medidas foram tomadas para remediar a situação.

Além de notificar a ANPD, a empresa também deve comunicar o vazamento de dados aos titulares dos dados, explicando o que aconteceu, os riscos envolvidos e as medidas que estão sendo tomadas para proteger seus dados. Com a avaliação de impacto, a LGPD exige que as empresas realizem uma Avaliação de Impacto à Proteção de Dados (AIPD) em casos de vazamento de dados que possam representar um risco aos titulares. Isso ajuda a determinar o grau de risco e a necessidade de medidas adicionais.

Já na Cooperação com a ANPD, as empresas devem cooperar com a Agência durante a investigação do incidente, fornecendo informações e documentos relevantes. As medidas preventivas são usadas para evitar futuros vazamentos de dados, a empresa deve revisar e fortalecer suas medidas de segurança de dados, implementando controles adequados.

O treinamento de funcionários é importante para que os funcionários estejam cientes das políticas de segurança de dados e saibam como reconhecer e relatar incidentes de segurança. A documentação em conformidade, pois manter registros detalhados de todas as ações tomadas em resposta ao vazamento de dados é essencial para demonstrar conformidade com a LGPD.

Lembrando que a LGPD prevê multas substanciais para empresas que não cumpram suas disposições, incluindo aquelas relacionadas a vazamentos de dados. Portanto, é fundamental que as organizações estejam preparadas para lidar com incidentes de segurança de dados de acordo com a legislação, além disso,

consultar um advogado especializado em privacidade de dados pode ser útil para garantir a conformidade com a LGPD.

### 3.4 Os golpes aplicados no consumidor digital brasileiro

Os golpes aplicados aos consumidores pela internet são uma preocupação crescente em todo o mundo. Esses golpes podem assumir várias formas e visam enganar as pessoas para que revelem informações pessoais, financeiras ou realizem transações fraudulentas, que alavancaram as ocorrências por este meio segundo a ANPD, vejamos:

No primeiro semestre do ano, o número de consumidores que tiveram dados pessoais ou financeiros consultados, coletados, publicados ou repassados sem autorização mais que dobrou em relação ao mesmo período do ano passado, segundo dados da plataforma Consumidor.gov.br. Foram 47.413 reclamações, enquanto em 2020, o registro é de 21.310. O número do primeiro semestre deste ano, inclusive, já supera o total do ano passado, que foi de 44.750.

Diante dos dados apresentados, vejamos alguns dos golpes mais comuns aplicados aos consumidores pela internet:

**Phishing:** Os golpistas enviam e-mails ou mensagens de texto falsas que parecem ser de empresas legítimas, bancos ou organizações governamentais. Essas mensagens solicitam informações adicionais, como senhas, números de cartão de crédito ou informações pessoais.

**Vendas on-line falsas:** Golpistas criam sites de comércio eletrônico falsos que oferecem produtos a preços muito baixos. Os consumidores fazem compras, mas os produtos nunca são entregues ou são produtos falsificados.

**Golpes de leilão on-line:** Vendedores fraudulentos anunciam produtos em sites de leilão on-line, recebem pagamentos, mas nunca entregam os produtos. Às vezes, os produtos são completamente fictícios.

**Esquemas de pirâmide e marketing multinível fraudulento:** Os golpistas prometem lucros por meio de recrutamento e investimento, mas o esquema é insustentável e resulta em perda financeira para a maioria dos participantes.

**Golpes de namoro on-line:** Golpistas se fazem passar por interesses românticos em sites de namoro on-line e, depois de conquistar a confiança da vítima, pedem



dinheiro para uma emergência ou para comprar passagens para se encontrar pessoalmente.

**Falsos suporte técnico:** Os golpistas ligam ou enviam mensagens informando que o computador da vítima está infectado por vírus e que precisa de acesso remoto para corrigir o problema. Eles cobram por serviços inexistentes.

**Golpes de investimento financeiro:** Golpistas prometem retornos de investimento garantidos e vendem produtos financeiros falsos ou fraudulentos.

**Falsas ofertas de emprego:** Sites e anúncios falsos de emprego são usados para coletar informações pessoais e financeiras das vítimas.

**Golpes de herança ou loteria:** As vítimas são informadas de que ganharam uma herança ou loteria, mas devem pagar taxas adiantadas para liberar os fundos, que nunca chegam.

**Golpes de ransomware:** Os golpistas infectam o computador da vítima com malware que criptografa seus arquivos e desativa um resgate para desbloqueá-los.

Para se proteger contra esses golpes, é importante manter a vigilância, verificar a segurança das empresas e pessoas com quem você lida on-line, nunca compartilhar informações pessoais ou financeiras com desconhecidos e estar atento aos sinais de alerta de atividades fraudulentas. Além disso, usar software de segurança, manter seus sistemas atualizados e educar-se sobre os tipos de golpes é fundamental. Se você suspeitar de um golpe, denuncie às autoridades locais e portais de denúncias on-line.

### **3.5 A LGPD e a postura dos tribunais**

Os julgamentos relacionados à LGPD envolvem a aplicação da legislação e a avaliação de casos que possam estar desacordos com seus princípios. Os julgamentos podem ocorrer em várias instâncias, incluindo:

**Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD):** A ANPD é o órgão responsável por fiscalizar e aplicar a LGPD no Brasil. Ela pode receber denúncias, conduzir investigações e tomar medidas contra organizações que não estejam em conformidade com a lei.



**Ações Civis Públicas:** Órgãos como o Ministério Público podem entrar com ações civis públicas contra organizações que não estejam em conformidade com a LGPD. Nesses casos, os tribunais podem julgar se a legislação foi violada e impor avaliações.

**Ações Individuais:** Indivíduos que se sentem lesados por causa da LGPD também podem entrar em ações judiciais individuais para proteger seus direitos à privacidade e à proteção de dados.

**Tribunais:** Os tribunais brasileiros, incluindo os Tribunais Superiores, podem julgar casos que envolvam a LGPD e determinar responsabilidades e avaliações.

**Medidas administrativas:** Além de ações judiciais, a ANPD pode impor medidas administrativas, como advertências, multas e outras avaliações, em conformidade com a LGPD, tendo como exemplo a multa no valor de 2,4 milhões de Reais, aplicada ao Banco Safra em 2022, em razão do uso e compartilhamento indevido dos dados dos aposentados e pensionistas do INSS. Multa mantida pelo Ministério da justiça em recurso interposto pelo banco, sob a alegação do réu não ter fiscalizado os correspondentes bancários em suas atividades (Gil, 2022, p. 51).

Ficou comprovado nos autos que a instituição financeira não impediu que terceiros, por ela contratada, agissem de forma abusiva. Os consumidores cujos dados foram utilizados para os contatos não eram informados da abertura de banco de dados e de cadastro, o que ocasionou exploração da hipervulnerabilidade de idosos aposentados e pensionistas do INSS (GOV.BR, 2022c, não paginado)

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) representa um marco significativo na legislação brasileira, estabelecendo diretrizes claras para a coleta, armazenamento e compartilhamento de dados pessoais. Em um mundo cada vez mais digitalizado, onde a informação é considerada o novo "ouro", garantir a privacidade e a segurança dos dados dos cidadãos tornou-se uma necessidade imperativa. A análise anterior destaca a importância de seguir protocolos e diretrizes rigorosas ao lidar com informações sensíveis.

Assim como as inspeções garantem a conformidade com padrões estabelecidos, a LGPD serve como um padrão para proteger os direitos dos indivíduos no ambiente digital. Os tribunais brasileiros têm desempenhado um papel



crucial na interpretação e aplicação da LGPD. Desde a sua promulgação, vários casos foram levados aos tribunais, desafiando as nuances da lei e buscando esclarecimentos sobre suas disposições. De maneira geral, os tribunais têm adotado uma postura proativa, reconhecendo a importância da proteção de dados e impondo sanções a entidades que violem as disposições da LGPD.

Além disso, os tribunais têm enfatizado a necessidade de transparência e consentimento informado ao coletar e processar dados pessoais. Decisões recentes refletem uma tendência de responsabilizar as organizações por quaisquer lapsos na proteção de dados, reforçando a seriedade com que a LGPD deve ser tratada. Bem como divergem nas decisões, no caso em tela, o STJ reformou uma decisão do Tribunal de Justiça de São Paulo com base na não comprovação do dano causado ao requerente, conforme julgado:

PROCESSUAL CIVIL E ADMINISTRATIVO. INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. VAZAMENTO DE DADOS PESSOAIS. DADOS COMUNS E SENSÍVEIS. DANO MORAL PRESUMIDO. IMPOSSIBILIDADE. NECESSIDADE DE COMPROVAÇÃO DO DANO.

I - Trata-se, na origem, de ação de indenização ajuizada por particular contra concessionária de energia elétrica pleiteando indenização por danos morais decorrentes do vazamento e acesso, por terceiros, de dados pessoais. II - A sentença julgou os pedidos improcedentes, tendo a Corte Estadual reformulada para condenar a concessionária ao pagamento da indenização, ao fundamento de que se trata de dados pessoais de pessoa idosa. III - A tese de culpa exclusiva de terceiro não foi, em nenhum momento, abordada pelo Tribunal Estadual, mesmo após a oposição de embargos de declaração apontando a suposta omissão. Nesse contexto, incide, na hipótese, a Súmula n. 211/STJ. In casu, não há falar em prequestionamento ficto, previsão do art. 1.025 do CPC/2015, isso porque, em conformidade com a jurisprudência do STJ, para sua incidência deve a parte ter alegado devidamente em suas razões recursais ofensa ao art. 1022 do CPC/2015, de modo a permitir sanar eventual omissão através de novo julgamento dos embargos de declaração, ou a análise da matéria tida por omissa diretamente por esta Corte. Tal não se verificou no presente feito. Precedente: AgInt no REsp 1737467/SC, Rel. Ministro Napoleão Nunes Maia Filho, Primeira Turma, julgado em 8/6/2020, DJe 17/6/2020.

A jurisprudência em tela demonstra que apesar da existência da hipossuficiência na relação de consumo, o consumidor tem que comprovar o dano causado para que seja reparado.

Em conclusão, a LGPD não é apenas uma legislação; é um reflexo da evolução da sociedade e da necessidade de proteger os direitos fundamentais dos



cidadãos na era digital. A postura dos tribunais reforça a importância da lei, garantindo que as organizações adotem práticas de proteção de dados robustas e respeitem os direitos dos indivíduos.

A relação próxima entre a Lei Geral de Proteção de Dados e as relações consumeristas é amplamente notada em julgados que envolvam a violação de dados de consumidores evidenciando assim a importância da LGPD para os consumidores em suas compras de produtos e/ou serviços na grande rede mundial de computadores.

Confirmando isso o TJDF, em sua página eletrônica conceitua:

A Lei Geral de Proteção de Dados destina-se à proteção de informações sensíveis das pessoas naturais e, por isso, incide sobre qualquer operação de tratamento de dados privativos realizada no Brasil, sobretudo no que se refere às relações de consumo. A norma tem por escopo garantir a movimentação e o uso adequados de informações reservadas, com a anuência do usuário.

### 3.6 As sanções da LGPD para proteção do consumidor digital

A lei geral de proteção de dados estabelece recomendações e avaliações administrativas que podem ser aplicadas em casos de violação das normas de proteção de dados pessoais. Nesse sentido, Buoni (2020, p. 17) conceitua:

A LGPD estabelece duas hipóteses para a configuração da responsabilidade civil dos agentes de tratamento de dados: a “violação à legislação de proteção de dados pessoais” e a “violação da segurança dos dados”. Ambos são calibrados pela noção de tratamento irregular, previsto no artigo 44, o qual procura sistematizar critérios para a aferição da culpa dos agentes de tratamento de dados a esse respeito. Ressalta-se desde logo, contudo, que não parece haver razão para tal bifurcação, uma vez que as consequências são as mesmas (obrigação de indenizar) e, em especial, que essas duas hipóteses de responsabilidade civil são reunidas no artigo 44 sob a noção ampla de “tratamento irregular”.

A LGPD prevê uma série de avaliações que podem ser impostas às organizações que não cumprem suas disposições. Estas avaliações incluem:

**Advertência:** Em casos menos graves, a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) pode emitir uma advertência, alertando a organização para corrigir suas práticas de tratamento de dados.



**Multas:** A LGPD prevê multas que podem chegar a até 2% do faturamento da empresa, limitadas a 50 milhões de Reais por infração. As multas podem ser aplicadas em casos de descumprimento das normas da LGPD.

**Suspensão parcial do funcionamento do banco de dados:** A ANPD pode determinar a suspensão parcial das atividades relacionadas ao tratamento de dados pessoais por um período de até 6 meses.

**Eliminação de dados:** A Agência pode ordenar a eliminação de dados pessoais objeto de violação, a ordens da autoridade.

**Bloqueio de dados:** O órgão pode determinar o bloqueio dos dados pessoais objeto de violação, impedindo seu acesso e tratamento.

**Publicização da infração:** Como autoridade, pode publicar informações sobre a infração e as avaliações aplicadas, o que pode prejudicar a autoridade da organização.

É importante observar que a LGPD não se aplica exclusivamente ao direito do consumidor, mas sim a todas as atividades que envolvem o tratamento de dados pessoais, ou que podem incluir relações de consumo. A LGPD busca proteger os direitos fundamentais relacionados à privacidade e à proteção de dados pessoais, conforme Lei nº 13.709/18, vejamos:

Art. 52. Os agentes de tratamento de dados, em razão das infrações cometidas às normas previstas nesta Lei, ficam sujeitos às seguintes sanções administrativas aplicáveis pela autoridade nacional: (Vigência)

I - advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;  
II - multa simples, de até 2% (dois por cento) do faturamento da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou conglomerado no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração;

III - multa diária, observado o limite total a que se refere o inciso II;

IV - publicização da infração após devidamente apurada e confirmada a sua ocorrência;

V - bloqueio dos dados pessoais a que se refere a infração até a sua regularização;

VI - eliminação dos dados pessoais a que se refere a infração;

Nesse contexto, as organizações que lidam com dados pessoais de consumidores devem estar em conformidade com a LGPD, a fim de proteger os direitos e a privacidade desses indivíduos. Caso contrário, podem estar sujeitas às





sanções supracitadas, além das avaliações previstas no Código de Defesa do Consumidor em caso de observação desse conjunto de normas específicas.

### **3.7 A importância do estudo da LGPD combinado com a defesa do consumidor para mundo jurídico**

O avanço tecnológico e a crescente digitalização das relações sociais e comerciais trouxeram consigo uma série de desafios para o mundo jurídico. Dentre esses desafios, a proteção de dados pessoais e a defesa do consumidor emergem como temas centrais.

Nesse contexto, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) assume um papel fundamental. A LGPD, sancionada em 2018, estabelece diretrizes claras sobre o tratamento de dados pessoais no Brasil, tanto por entidades públicas quanto privadas. Seu principal objetivo é garantir a privacidade e a proteção dos dados dos cidadãos, estabelecendo direitos, deveres e sanções em caso de descumprimento. Direitos esses que passaram a ser fundamentais através da Emenda Constitucional 115 de 2022, onde estabeleceu alteração no Artigo 5º, incluindo o inciso LXXIX, *in verbis*:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

LXXIX - é assegurado, nos termos da lei, o direito à proteção dos dados pessoais, inclusive nos meios digitais. (Incluído pela Emenda Constitucional nº 115, de 2022)

O consumidor moderno, ao realizar transações on-line, compartilha uma série de informações pessoais, desde dados bancários até preferências de consumo. Esses dados, quando não protegidos adequadamente, podem ser alvo de uso indevido, fraudes ou até mesmo comercialização sem o consentimento do titular. O mundo jurídico, ao se deparar com essa nova realidade, precisa estar preparado para lidar com questões relacionadas à violação de dados e à defesa dos direitos do consumidor.



Advogados, juízes e demais profissionais do direito devem compreender profundamente a LGPD para garantir que as relações comerciais ocorram de forma justa e transparente. Além disso, a LGPD traz consigo a necessidade de uma mudança cultural nas empresas. O respeito à privacidade do consumidor deve ser incorporado como um valor central nas práticas empresariais.

Isso implica investir em tecnologia, capacitação e em processos internos que garantam a conformidade com a lei. A defesa do consumidor, nesse cenário, vai além da mera relação de consumo. Trata-se de garantir a dignidade, a honra e os direitos fundamentais de cada indivíduo. O mundo jurídico, portanto, tem o dever de promover e defender esses direitos, atuando como um guardião das relações justas e equilibradas na sociedade digital. O estudo da LGPD e sua relação com a defesa do consumidor é de suma importância para o mundo jurídico, a lei não apenas estabelece diretrizes para a proteção de dados, mas também reforça a necessidade de um compromisso ético e responsável por parte das empresas e dos profissionais do direito.

A era digital trouxe consigo desafios complexos, mas também a oportunidade de construir uma sociedade mais justa, transparente e respeitosa. Trazer mais informações para a sociedade é fundamental para o desenvolvimento de uma população informada, crítica e capaz de tomar decisões conscientes. Podemos citar maneiras de promover a disseminação de informações, como investir em educação de qualidade é a base para uma sociedade bem informada, isso inclui não apenas o ensino fundamental e médio, mas também o ensino superior e a educação continuada.

A mídia tem um papel crucial na disseminação de informações. É essencial apoiar o jornalismo independente e ético, que fornece notícias e análises imparciais. As Bibliotecas são espaços democráticos de acesso ao conhecimento. Investir em bibliotecas públicas e promover a leitura pode ampliar significativamente o acesso à informação.

A digitalização e a internet democratizaram o acesso à informação. Promover a inclusão digital e garantir que todos tenham acesso à internet de alta velocidade pode ampliar o alcance das informações. Organizar eventos educativos em



comunidades, escolas e empresas pode ajudar a disseminar informações sobre tópicos específicos.

Outro ponto seria incentivar a publicação de pesquisas, estudos e artigos em revistas, jornais e plataformas on-line. Parcerias com Organizações como Governos, ONGs e empresas privadas podem colaborar em campanhas de conscientização sobre temas relevantes para a sociedade. Cursos on-line gratuitos ou de baixo custo podem ser uma excelente maneira de disseminar conhecimento sobre uma variedade de tópicos. Utilizar plataformas de mídia social para compartilhar informações, vídeos educativos e infográficos.

Desenvolver aplicativos que forneçam informações úteis, notícias e recursos educativos. Programas educativos, documentários e talk shows podem ser usados para educar e informar o público sobre questões importantes. Criar espaços para discussões abertas sobre temas relevantes, permitindo que as pessoas compartilhem e recebam informações. Grupos locais e organizações comunitárias podem organizar eventos e atividades para educar os membros da comunidade sobre questões locais e globais.

Ao adotar essas estratégias e garantir que a informação seja acessível, relevante e confiável, podemos criar uma sociedade mais informada e capacitada para enfrentar os desafios do mundo moderno. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) representa um marco significativo na proteção de dados pessoais e na garantia de direitos fundamentais dos cidadãos. A LGPD consolida o direito à privacidade e à proteção de dados pessoais como direitos fundamentais. Isso significa que cada indivíduo tem o direito de saber como seus dados são coletados, tratados e para quais finalidades são utilizados.

A lei exige que as organizações sejam transparentes sobre como coletam, armazenam e processam dados pessoais. Isso dá aos indivíduos uma visão clara de como suas informações são usadas e para quais propósitos, um dos pilares da LGPD é o consentimento. As organizações só podem coletar e processar dados pessoais se tiverem o consentimento explícito do titular dos dados. Isso coloca o poder nas mãos dos indivíduos, permitindo-lhes decidir quem pode acessar suas informações e para quê (BRASIL, 2018).



A LGPD estabelece padrões rigorosos de segurança para a proteção de dados pessoais. As organizações são obrigadas a adotar medidas técnicas e administrativas para proteger os dados contra acessos não autorizados, perdas, alterações e outros riscos. A lei introduz o conceito de responsabilização, onde as organizações devem não apenas cumprir as regras, mas também demonstrar que estão tomando medidas proativas para garantir a proteção de dados.

Em caso de violações, a LGPD prevê uma série de sanções, que vão desde advertências até multas significativas. Isso serve como um forte incentivo para que as organizações cumpram a lei. A LGPD promove uma mudança cultural nas organizações, incentivando-as a adotar uma abordagem centrada na privacidade e a considerar a proteção de dados como parte integrante de suas operações. Alinha o Brasil com padrões internacionais de proteção de dados, facilitando o fluxo de dados entre fronteiras e fortalecendo a posição do país no cenário global.

A lei dá aos indivíduos o direito de acessar, corrigir, excluir e portar seus dados, permitindo-lhes ter maior controle sobre suas informações pessoais. Ao estabelecer regras claras sobre o tratamento de dados, a LGPD pode impulsionar a confiança dos consumidores e incentivar a inovação, contribuindo para o desenvolvimento econômico. Em resumo, a LGPD é de extrema relevância para a sociedade, pois coloca o indivíduo no centro da economia digital, garantindo seus direitos e promovendo a transparência, a responsabilidade e a segurança no tratamento de dados pessoais (BRASIL, 2018).

### **3.8 A Lei Geral de Proteção de Dados e sua relevância para a proteção do consumidor no mundo digital**

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) é de extrema importância para o direito do consumidor, pois representa um avanço significativo na garantia da privacidade e dos direitos das pessoas em um mundo cada vez mais digital e interconectado. A relação entre a LGPD e o direito do consumidor pode ser vista sob diversas perspectivas:

- A lei garante que as empresas que coletam dados pessoais dos consumidores sigam regras rigorosas de proteção e tratamento dessas



informações. Isso impede o uso indevido de dados pessoais, evitando o direcionamento de anúncios invasivos e a exposição excessiva a produtos e serviços, respeitando, assim, a privacidade do consumidor.

- Exige que as empresas obtenham o consentimento informado dos consumidores para coletar e processar seus dados pessoais. Isso fortalece a noção de que o consumidor tem o direito de escolher como suas informações são utilizadas, garantindo sua autodeterminação.
- A LGPD permite que os consumidores tenham acesso às informações que as empresas possuem sobre eles, possibilitando maior transparência nas relações de consumo. Isso permite que os consumidores revisem, corrijam e, se desejarem, excluam seus dados pessoais, dando-lhes mais controle sobre suas informações.
- O ordenamento jurídico também obriga as empresas a adotar medidas de segurança específicas para proteger os dados pessoais dos consumidores contra vazamentos e segurança. Isso reduz a probabilidade dos consumidores serem vítimas de crimes cibernéticos, como roubo de identidade.
- Estabelece a responsabilidade das empresas em relação ao tratamento de dados pessoais, tornando-as passíveis de avaliações em caso de descumprimento das normas. Isso incentiva as empresas a serem mais cuidadosas e responsáveis em suas práticas de coleta e tratamento de dados, o que beneficia os consumidores.
- Permite que os consumidores solicitem a transferência de seus dados pessoais de uma empresa para outra. Isso facilita a mudança de fornecedores de serviços e promove a competição, uma vez que os consumidores não ficam presos a uma única empresa devido à dificuldade de migrar seus dados.
- Nos mercados de tratamento de dados pessoais, a LGPD contribui para a redução de práticas comerciais enganosas, como a obtenção de dados sob promessas falsas. Isso aumenta a confiança do consumidor no mercado.



Em resumo, a LGPD desempenha um papel fundamental na proteção dos direitos dos consumidores, garantindo a privacidade, a segurança e a transparência no tratamento de seus dados pessoais. Ela cria um ambiente mais equitativo e responsável nas relações de consumo, fortalecendo a posição do consumidor e promovendo uma cultura de respeito à privacidade e aos direitos individuais. Sendo assim é de vital importância o conhecimento por parte do consumidor, enquanto agente primordial das relações consumeristas na internet, do dispositivo jurídico primordial que vai resguardar sua atividade na rede mundial de computadores.

Não se pode dissociar o ramo do Direito do consumidor do contemporâneo ramo do Direito digital pois um complementa o outro em relações consumeristas cada vez mais virtuais demandando assim uma maior proteção dos seus dados disponibilizados na internet.

### **Considerações finais**

A promulgação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) representou um marco importante na proteção dos direitos dos consumidores, reforçando a necessidade de respeitar a privacidade e a segurança das informações pessoais. Durante esta discussão, exploramos os principais aspectos da LGPD e como ela se relaciona com a proteção do consumidor, sendo assim, um marco significativo na proteção dos direitos e na privacidade do consumidor na era digital.

Este artigo escrutinou a importância crucial dessa legislação no contexto contemporâneo, destacando seus impactos positivos na segurança dos dados pessoais e no fortalecimento dos direitos do consumidor. A implementação efetiva da LGPD e do CDC nas empresas envolve desafios significativos. Além dos aspectos tecnológicos, há a necessidade de treinamento e conscientização dos funcionários, mudanças nos processos internos e, em muitos casos, uma revisão completa das práticas de coleta e tratamento de dados.

As pequenas e médias empresas, em particular, podem enfrentar dificuldades devido a recursos limitados, necessitando de orientação e apoio para se adaptarem a essas mudanças. Ao passo em que o mundo se torna cada vez mais



interconectado e digitalizado, a necessidade de regulamentação se tornou imperativa, e a LGPD surge como uma resposta necessária e oportuna.

A convergência da LGPD com o CDC inaugura uma era de responsabilidade de dados, onde a gestão ética e responsável dos dados pessoais dos consumidores se torna um pilar central das operações empresariais. Esta responsabilidade vai além da mera conformidade legal; ela reflete uma mudança cultural nas organizações, onde a privacidade dos dados é vista como um valor intrínseco, e não apenas como uma obrigação regulatória.

Sendo assim, a Lei Geral de Proteção de Dados representa um avanço significativo na proteção dos direitos do consumidor no ambiente digital. Ao garantir a privacidade dos dados pessoais e fortalecer a transparência e a responsabilidade das empresas, a lei desempenha um papel fundamental na construção de um ambiente digital mais seguro e ético. À medida que a tecnologia continua a avançar, a LGPD serve como um farol de orientação, garantindo que os interesses dos consumidores digitais brasileiros não sejam negligenciados em nome da inovação.

A interação entre a LGPD e o CDC é mais do que uma questão de conformidade legal, é um catalisador para uma transformação mais ampla nas práticas empresariais e na cultura organizacional. As empresas que abraçam essa mudança não apenas se alinham com as exigências legais, mas também se posicionam como líderes éticos na era digital.

Esta evolução representa uma oportunidade significativa para as empresas construírem uma relação de confiança duradoura com os consumidores, fundamentada no respeito à privacidade e na proteção de dados. A longo prazo, a integração da LGPD com o CDC pode levar a um ambiente de negócios mais ético e sustentável. À medida que as empresas se tornam mais conscientes da importância da proteção de dados, espera-se que surjam novas inovações e abordagens para a gestão de dados. Além disso, a crescente conscientização dos consumidores sobre seus direitos pode levar a uma maior demanda por transparência e práticas de negócios éticas.



A tecnologia desempenha um papel crucial nesta nova era. As soluções de tecnologia da informação são fundamentais para garantir a conformidade com a LGPD e o CDC, permitindo às empresas gerenciar consentimentos, armazenar dados de forma segura, e processar solicitações dos titulares dos dados de maneira eficiente. A tecnologia emergente, como a inteligência artificial e o aprendizado de máquina, pode ser utilizada para melhorar a proteção de dados e a personalização das experiências dos consumidores, sempre respeitando os limites legais e éticos. Portanto, é imperativo que os consumidores, empresas e órgãos reguladores continuem a apoiar e fortalecer essa legislação, garantindo que a privacidade e a proteção de dados permaneçam como prioridades essenciais na era digital.

## Referências

ALBERTIN; MOURA, A. L, MOURA, R.M. E-commerce nas empresas brasileiras. 1º Ed. São Paulo: Atlas, 2012. Cap. 1.

ANPD; **Fique de olho para não cair em golpes virtuais**; ago de 2021, atualizado em out de 2022. Disponível em:  
<https://www.gov.br/pt-br/noticias/justica-e-seguranca/2021/08/fique-de-olho-para-nao-cair-em-golpes-virtuais> Acesso em: 15 abr. 2023.

BIONI, Bruno. **Responsabilidade civil na proteção de dados pessoais: construindo pontes entre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e o Código de Defesa do Consumidor** Disponível em: <https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/662/506>

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados**. Diário Oficial da União, Brasília, 14 ago. 2018. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm). Acesso em: 12 mar. 2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em:  
[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 10 abr. 2023.

BRASIL. [Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.]. **Código de Defesa do Consumidor**. Diário Oficial da União, Brasília, 12 set. 1990.. Disponível em:  
[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm). Acesso em: 02 out. 2023.

COMISSÃO EUROPEIA. A proteção de dados na EU. [201-?]. Disponível em:  
[https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu\\_pt](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu_pt). Acesso em: 01 out. 2023.





DONEDA, Danilo. **A Proteção dos dados pessoais como um Direito Fundamental. Espaço Jurídico Joaçaba**, v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011 Direito Digital e LGPD na Prática 2º Edição GARRIDO, Patrícia Peck - Direito Digital, Saraiva Jur; 7ª edição, 2021.

DONEDA, Danilo. **A proteção de dados em tempos de coronavírus: A LGPD será um elemento fundamental para a reestruturação que advirá após a crise.** JOTA, [S. I.], p.447, 25 mar. 2020. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/a-protECAo-de-dados-em-tempos-de-coronavirus-25032020>. Acesso em: 02 jul. 2023.

Gil, Aline. Lei Geral de Proteção de Dados e a Vulnerabilidade do consumidor na era digital, p. 51, 12, ago./dez. 2022n. Disponível em: <https://repositorio.uces.br/xmlui/handle/11338/11745>. Acesso em 20 set; 2023.

INEP, 2022. **Ensino a distância cresce 474% em uma década**, Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/censo-da-educacao-superior/ensino-a-distancia-cresce-474-em-uma-decada> Acesso em: 15 de jul. de 2023

JIMENE, Camilla do Vale. **Da importância da segurança da informação para adequação à LGPD.** In: BLUM, Renato Opice (Org.). Proteção de dados: desafios e soluções na adequação à lei. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

LEÓN, Lucas Pordeus. **O Brasil tem 152 milhões de pessoas com acesso à internet. 2021.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-08/brasil-tem-152-milhoes-de-pessoas-com-acesso-internet>. Acesso em: 12 ago. 2023.

LOPES, Alan Moreira - **Direito Digital e LGPD na Prática, 2º Edição, Direito Digital e LGPD na Prática 2º Edição**, Rumo Jurídico, 2022.

MIRAGEM, Bruno. **A lei geral de proteção de dados (Lei 13.709/2018) e o direito do consumidor. Revista dos Tribunais, [S. I.], v. 1009/2019**, nov. 2019. Disponível em: <https://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-odireito-do-consumidor.pdf>. Acesso em: 12 out. 2022.

MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Claudia Lima; MAGALHÃES, Lucia Ancona Lopez de (org.). **Direito do consumidor 30 anos de CDC: da consolidação como direito fundamental aos atuais desafios da sociedade.** Rio de Janeiro: Forense, 2020. E-book.i

MORAES, Ana Paula - **LGPD APLICADA, 2º Edição, LGPD Aplicada 2º Edição**, ATLAS, 2022.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You.** Londres: Penguin UK, 2011.



RIBAS, Alexandre. **Os diferentes conceitos de dados de pesquisa na abordagem da biblioteconomia de dados Alexandre Ribas Semeler – 03 maio 2019**

SILVEIRA, Sergio Amadeu. **“Tudo sobre tod@s: redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais”**. Liinc em Revista, São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2017.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Direito digital e processo eletrônico**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2020. E-book.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Direitos do consumidor**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020. E-book.

TJDF. **LGPD nas relações de consumo**. TJDF, 01 mar. 2023. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/o-consumidor-na-internet/lei-geral-de-protecao-de-dados>, Acesso em: 22 ago. 2023.