

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

CONSUMER PERSONALITY RIGHTS BEFORE PRIVACY POLICIES AND THE TERMS OF USE AND THE GENERAL DATA PROTECTION LAW

Thais Keila Fernandes de Freitas Justino

Mestranda em Ciências Jurídicas pelo Centro Universitário UNICESUMAR/Minter-Cuiabá/MT. Especialista Lato Sensu em Direito Penal e Processual Penal pela Faculdade Dom Alberto do Rio Grande do Sul. Analista/Gestora Judiciária do Tribunal de Justiça do Estado de Mato Grosso. Mato Grosso (Brasil).
E-mail: thaiskeila@hotmail.com.
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7213431369688010>.

Rodrigo Valente Giublin Teixeira

Doutor em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). MBA em Business Law pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Mestre em Direito pela Universidade Estadual do Paraná (UEL). Bolsista Produtividade em Pesquisa do ICETI – Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação. Professor Titular do Doutorado, Mestrado e da Graduação na UniCesumar. Advogado. Paraná (Brasil).
E-mail: rodrigo@rodrigovalente.com.br.
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9514467370087290>.

Submissão: 21.06.2023.

Aprovação: 26.02.2025

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi analisar a capacidade do usuário em entender e proteger suas informações através de seu consentimento mediante a relação de confiança estabelecida, bem como identificar a mitigação do seu poder de autodeterminação de seus dados pessoais. Para tal mister, será abordado o reconhecimento dos dados pessoais como um insumo no mercado virtual e a importância da LGPD, no contexto da vulnerabilidade em que se encontra o consumidor frente às políticas de privacidade. O consentimento por parte do titular muitas vezes não reflete a realidade porque na grande maioria das vezes não leem as políticas de privacidade, conforme pesquisa mencionada que foi realizada em três universidades brasileiras. Uma alternativa apresentada é o uso do modelo *European Data Protection Board* (EDPB) que não permite às empresas bloquear o acesso à prestação do serviço caso o titular dos dados não realize o aceite. Conclui-se que para aplicação das sanções frente à lei é necessário que os titulares dos dados tenham conhecimento do fluxo de utilização de seus dados, e caso ocorra danos causados na esfera consumerista ficará a critério da aplicação das normas do Código de Defesa do Consumidor e outras legislações permitindo o diálogo das fontes. O método empregado foi o dedutivo e a metodologia utilizada neste trabalho foi a pesquisa bibliográfica.

PALAVRAS-CHAVE: Proteção de Dados; Direitos da Personalidade; Direito do Consumidor

ABSTRACT

The objective of this work was to analyze the user's ability to understand and protect their information through their consent via the established trust relationship, as well as to identify the mitigation of their power of personal data self-determination. For this purpose, the recognition of personal data as an input in the virtual market and the importance of the LGPD will be addressed, in the context of the vulnerability in which the consumer is faced with privacy policies. The consent by the holder often does not reflect reality because most of the time they do not read the privacy policies, according to the aforementioned research carried out in three Brazilian universities. An alternative presented is the use of the European Data Protection Board (EDPB) model, which does not allow companies to block access to the provision of the service if the data subject does not accept it. It is concluded that for the application of sanctions under the law, it is necessary that data subjects are aware of the flow of use of their data, and in the event of damage caused in the consumerist sphere, it will be at the discretion of the application of the rules of the Consumer Defense Code and other legislation allowing dialogue between sources. The method employed was deductive and the methodology used in this work was bibliographical research.

KEYWORDS: *Data Protection; Personality Rights; Consumer Law*

1 INTRODUÇÃO

A Lei Geral de Proteção de Dados foi editada para regular e proteger os dados dos usuários em razão da frequente violação aos direitos fundamentais, em especial, do direito à privacidade e liberdade. Dessa forma, o presente estudo tem por finalidade compreender o tratamento de dados dos usuários nas relações oriundas da internet, sob a ótica do Direito do Consumidor, da Lei Geral de Proteção de Dados e das demais normas que integram o sistema brasileiro de proteção de dados e de privacidade especificamente a questão da autodeterminação do consumidor frente as suas informações.

Considerando a condição de vulnerabilidade do consumidor, principalmente, na condição de usuário digital impossibilitado de modificar as cláusulas dos termos de uso e políticas de privacidade ao acessar conteúdo ou serviço virtual, fez-se uma análise de questões pertinentes à sociedade digital e o avanço da tecnologia, as hipóteses de tratamento de dados e seus princípios norteadores, a evolução do direito para resguardar os usuários e relação com o direito do consumidor e a ocorrência da limitação da privacidade e da autodeterminação dos dados dos consumidores pelos termos de uso e pelas políticas de privacidade.

Inicialmente, a reflexão é impulsionada pela análise da sociedade digital e o aumento no fluxo das informações em rede com a consequente mudança de paradigma com relação aos dados, o transformando em um importante ativo econômico.

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) é uma normatização dos princípios, direitos e obrigações relacionadas ao uso de um dos ativos digitais mais valiosos, que é os dados das pessoas (Pinheiro, 2021, p.19). Os riscos a privacidade inerentes à utilização das tecnologias da informação, relativos ao direito do consumidor fez com que os países cada vez mais criassem ferramentas de proteção e normas reguladoras.

Dessa forma, o intuito do legislador foi proteger os direitos fundamentais de liberdade, privacidade e propiciar o desenvolvimento da personalidade livre de vícios de consentimento, e estabelecer o princípio da boa fé no tratamento de dados, estabelecendo itens de controles técnicos e precisos para governança da segurança dos dados que possam identificar uma pessoa, incluindo seus dados sensíveis (Pinheiro, 2021, p. 21).

O presente artigo buscará contribuir cientificamente neste espectro trazendo elementos e conceitos acerca da era digital, dados pessoais e seu tratamento, direito à privacidade e à proteção dos dados.

A LGPD prevê diversas penalidades como advertência, multa, dar publicidade à infração, bem como bloqueio dos dados pessoais, suspensão parcial do funcionamento do banco de dados e da atividade de tratamento dos dados pessoais e proibição parcial ou total do exercício de atividades relacionadas. Busca-se explorar a influência e a importância que a aplicação da lei pode ter para o consumidor e o comportamento das empresas no trato dos dados respeitando os princípios fundamentais que regem a legislação, assegurando às pessoas o desenvolvimento de sua personalidade, privacidade, intimidade e honra.

Dessa forma, a presente pesquisa busca discorrer sobre a LGPD e sua aplicação frente ao Direito do Consumidor. Justifica-se a abordagem do tema, tendo em vista que a respectiva legislação tem o propósito de proteger direitos fundamentais como privacidade, liberdade e dignidade humana.

As políticas de privacidade devem apresentar cláusulas esclarecedoras e destacar o método do tratamento dos dados e o consentimento deverá ser livre, bem informado e inequívoco. Portanto, o consumidor ao anuir com a política de privacidade e com o termo de uso, se vê obrigado a disponibilizar os seus dados sem nenhuma possibilidade de negociação ou limitação. É importante que o consumidor tenha o efetivo controle dos seus dados frente às plataformas digitais.

O método de pesquisa utilizado na construção do trabalho é o dedutivo, utilizando-se de materiais bibliográficos, tais como livros e artigos científicos de especialistas.

2 A SOCIEDADE DIGITAL E O *BIG DATA*

Entre o final do século XIX e início do século XX a era da informação foi impulsionada com a invenção dos grandes veículos de comunicação como o telefone, o cinema, o rádio e a TV viabilizando, conseqüentemente, a massificação da informação. Com o advento da tecnologia digital a qual culminou na criação da internet, propiciou-se a origem descentralizada das informações, bem como, alterou significativamente a velocidade do compartilhamento delas (Pinheiro, 2021, p.34)

Os recursos naturais e manuais antes considerados a impulsionadores da economia foram substituídos por uma nova forma de organização em que a informação se torna elemento central para o desenvolvimento da economia. Essa mudança de paradigma foi possível em razão da crescente evolução tecnológica, que possibilitou a criação de instrumentos capazes de armazenar, processar e transmitir informações, em quantidade e velocidade instantânea (Bioni, 2019, p. 33-34).

Dessa forma, a sociedade brasileira caminha rapidamente para a percepção e a virtualização não apenas dos dados pessoais, mas também do desenvolvimento e da organização da vida cotidiana, pois a melhoria de toda organização social, tais como sistema de ensino, saúde, pesquisas ou mobilidade urbana, dependerá da maneira que se fará o tratamento desses dados. É importante salientar essa “dimensão social dos dados que vai muito além da criação de novos modelos de negócios e novos produtos para consumo”.

Os dados, neste novo século, é o recurso natural mais valioso, tal como o petróleo foi o recurso natural mais importante do século XX e assim como o óleo bruto precisa ser extraído e processado, há necessidade de que os dados também sejam coletados e tratados do seu estado bruto para geração de seu valor social e econômico (Gutierrez, 2019, p. 219)

Atualmente, uma infindável quantidade de dados circula no ambiente virtual e boa parte pode ser considerada lixo eletrônico, ou no termo técnico, ruído (*noise*), e dessa forma são gastos tempo e recursos para transformar o que é coletado em dados, para se extrair informações úteis e rentáveis. A positivação de regras e fundamentos gerais de proteção de dados pessoais obriga todos os agentes ao tratamento desses dados a agirem de forma atualizada e correta.

A economia cada vez mais será orientada pela inteligência de grande base de dados, big data e pela automação das decisões em forma de algoritmos, com a finalidade de aumentar a eficiência e obter dados mais “limpos”, portanto, mais úteis.

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

O reconhecimento que os dados pudessem ser um ativo financeiro foi impulsionado pela popularização dos computadores (Frazão, 2019, p. 156). Pode-se extrair dois conceitos em relação ao tratamento de dados: A *Data Base* (dados) e o *Big Data*. Entende-se por *Data base* as informações organizadas e acessadas através da memória de um dispositivo eletrônico. Essas informações podem estar dispostas através de números, gráficos, impressos, áudio, estatísticas, combinações, entre outras formas (Lima et al, 2019, s.p).

A informação pode ser um dado isolado, um documento físico ou eletrônico, um som ou uma imagem, contendo em si mesma sua principal riqueza.

Já o *Big Data*, é uma metodologia que faz uma correlação entre eventos e os organiza com o intuito de identificar padrões, com o objetivo de aferir a possibilidade de prováveis acontecimentos e padrões de comportamento, podendo ser reutilizada para uma série de finalidades (Bioni, 2019, p. 58)

Apesar dos bancos de dados terem acumulado informações por mais de um século, o conceito de *Big Data* já não é mais restrito apenas a atuários e cientistas. Com a evolução de novas tecnologias, uma vasta gama de pessoas, incluindo acadêmicos das áreas de ciências humanas e sociais, profissionais de marketing, organizações governamentais, instituições educacionais e indivíduos motivados, agora é capaz de produzir, compartilhar, interagir e organizar dados. Conjuntos de dados volumosos que antes eram obscuros e isolados agora são coletados e tornados facilmente acessíveis. Os dados estão se tornando cada vez mais digitais, assim como o oxigênio que respiramos e o dióxido de carbono que exalamos, podendo ser tanto uma fonte de sustento quanto de poluição (Boyd; Crawford, 2011).

Exemplo interessante é o que envolveu uma das mais abrangentes operações de busca por cúmplices dos responsáveis pelos ataques de 11 de setembro que foi realizada logo após o ocorrido. Porém, inicialmente, não havia uma clara compreensão do escopo da trama, incluindo o número de sequestradores ainda não identificados e a extensão da rede responsável pelos ataques. A CIA, FBI e outras agências trabalharam sem parar por três dias para identificar os envolvidos, enquanto os aviões eram pousados, os voos cancelados e os aeroportos fechados em todo o país.

Em um gesto improvável, a empresa Acxiom, pouco conhecida, mas extremamente lucrativa, foi capaz de fornecer informações valiosas sobre os perpetradores dos ataques, que possuía em seus vastos bancos de dados. De fato, descobriu-se que a Acxiom sabia mais sobre onze dos dezenove sequestradores do que o próprio governo dos EUA, incluindo informações sobre seus endereços antigos e atuais e seus colegas de casa. A empresa mantém perfis sobre 96% dos lares americanos e meio bilhão de pessoas em todo o mundo, com uma lista de

Revista *Argumentum* – RA, eISSN 2359-6889, Marília/SP, V. 26, N. 1, p. 65-83, Jan.-Abr. 2025. 69

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

pontos de dados que contém cerca de 1.500 itens, desde informações sobre animais de estimação até registros de medicamentos.

A Acxiom é um fornecedor discreto que atende às maiores empresas dos EUA, incluindo nove das dez maiores empresas de cartão de crédito e marcas de consumo, sendo considerada por um engenheiro como uma "fábrica automatizada" de dados (Boyd; Crawford, 2011).

A *big data* é uma tecnologia e apesar de não ser um sistema inteligente, pois não se preocupa com a causalidade de um evento, e sim com a probabilidade de ocorrer novamente, acaba por ser mais invasivo, haja vista a capacidade de coletar, armazenar e tratar de maneira mais detalhista e minuciosa as informações pessoais.

Em relação ao consumo, “a comodidade de poder consumir sem sair de casa não é novidade”. Era comum termos pães e leite entregues na porta de casa, assim como as assinaturas de jornal em papel, muitas vezes deixados antes do despertar dos moradores. Essa facilidade continuou aumentando com o surgimento dos chamados *disk entregas* e posteriormente com o surgimento da internet, a qual se integrou ao nosso cotidiano, nos fazendo dependentes para realização de tarefas de modo prático e célere (Pazzinato, 2014).

A comodidade e o conforto dos consumidores foram aumentados com o avanço tecnológico das comunicações e a integração dos computadores. Com a crescente utilização da internet e o aparecimento de um novo espaço (ciberespaço) houve a expansão das possibilidades de consumo e a facilitação da interação entre as pessoas, e novas possibilidades comerciais. O surgimento e crescimento do comércio eletrônico nesse novo ambiente são as características marcantes da sociedade tecnológica e de informação (Efing; Britto, 2021, p. 106).

Assim, nota-se que são nas relações de consumo que os dados estão sujeitos ao uso indevido, haja vista que empresas que operam no comércio eletrônico se utilizam dos dados coletados durante navegação na rede pelos consumidores, para realização de outras práticas não informadas, como por exemplo, publicidade personalizada ou mesmo a discriminação algorítmica.

Dessa forma, o desafio é aliar as necessidades e facilidades que a inovação tecnológica trouxe e continua trazendo com a proteção de dados que não queremos conscientemente compartilhar, antevendo a potencialidade de eventual dano, a ausência de transparência e informações no momento do consentimento, o tornando viciado, ou a coleta dos dados pessoais de forma não autorizada, e a utilização abusiva para finalidades deturpadas, seja buscando a monetização ou auxiliando o “cibercrime”. Há princípios mais nobres e primeiros

Revista *Argumentum* – RA, eISSN 2359-6889, Marília/SP, V. 26, N. 1, p. 65-83, Jan.-Abr. 2025. 70

a serem observados, como o resguardo ao livre desempenho da personalidade e a proteção à privacidade e dignidade humana.

3 A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS – LGPD E OS DIREITOS DA PERSONALIDADE

Existe um debate sobre a existência de uma cláusula geral de proteção dos direitos da personalidade no Brasil. Aqueles que defendem a existência dessa cláusula relacionam os direitos da personalidade à Constituição e, em nível infraconstitucional, sustentam a possibilidade de amparo no artigo 12 do Código Civil. A redação aberta desse artigo indicaria a existência de uma cláusula geral, já que não enumera de forma exaustiva os direitos da personalidade passíveis de proteção. Além disso, há uma distinção entre os direitos da personalidade especiais, que estão expressamente positivados na legislação, e o direito geral ou cláusula geral, que protege aspectos que os direitos especiais não abrangem explicitamente (Ikeda; Teixeira, 2022)

Nessa toada, os direitos da personalidade não estão restritos à doutrina do *numerus clausus* ou princípio da taxatividade, e por essa razão, possuem uma característica de tipicidade aberta. Isso significa que não é possível listar exaustivamente todos os direitos relacionados à personalidade de forma individual pelo legislador. É necessário reconhecer que os direitos fundamentais de proteção à pessoa humana são parte integrante de um direito geral de personalidade, o que implica que eles não se limitam a listas prévias estabelecidas em leis específicas, mas estão contidos em uma cláusula geral, que é aberta e sem conteúdo fixo (Hammerschmidt; Oliveira, 2006).

A ampliação dos direitos da personalidade é particularmente relevante devido ao avanço da engenharia genética e das novas tecnologias. Por outro lado, aqueles que argumentam contra a existência de uma cláusula geral de proteção se baseiam na insegurança jurídica. Alegam que a cláusula geral cria situações em que terceiros devem prever e se proteger de uma proteção genérica para todos, o que gera insegurança jurídica, além de haver falta de percepção social sobre todas as situações que envolvem o respeito à personalidade. (Ikeda; Teixeira, 2022).

O debate sobre a existência ou não de uma cláusula geral enriquece e aprofunda a doutrina dos direitos da personalidade. É importante destacar que nenhuma das correntes discorda da necessidade de proteger plenamente os atributos da personalidade, e a

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

controvérsia está centrada na segurança jurídica em relação à sua natureza absoluta ou erga omnes (Ikeda; Teixeira, 2022).

É relevante mencionar que existem decisões tanto no Superior Tribunal de Justiça quanto no Supremo Tribunal Federal que fazem referência explícita a uma cláusula geral na fundamentação. No entanto, a expansão dos direitos da personalidade deve ser analisada com cautela, pois não se trata apenas de confirmar uma vitória histórica da posição da pessoa nos ordenamentos jurídicos (Ikeda; Teixeira, 2022).

A realidade e a lei não devem ser moldadas com o compromisso de transformação social, pois isso seria uma maneira de evitar que as sociedades democráticas assumam a responsabilidade pela situação, que só pode ser alterada pela transformação histórica da realidade social. Portanto, a consagração dos direitos deve ser seguida pela sua efetivação, em harmonia com os demais direitos da personalidade e direitos fundamentais de terceiros, a fim de evitar sua violação contínua ou sua transformação em meros símbolos (Ikeda; Teixeira, 2022).

O universo tecnológico e a criação do *world wide web* (*www*)¹ encantou e ainda continua prospectando milhões de pessoas com a possibilidade de adquirir informações de forma instantânea.

Nessa perspectiva, um aspecto que merece atenção da comunidade acadêmica é que os acessos na web deixam rastros e informações que são processados por meios eletrônicos, são compartilhadas pelo mundo em frações de segundos. Assim, antes da revolução tecnológica, os seres humanos utilizavam cartas, telegramas, entre outros como forma de comunicação, e essas formas levavam determinado tempo, mas com o surgimento da internet, a comunicação avançou de maneira expressiva (Gunther, et al, 2020, s.p).

Atualmente, através das mídias sociais, ocorre a maior parte do compartilhamento de informações. Entretanto, tal comportamento comum da vida moderna apresenta riscos, como por exemplo, sujeição a vazamento de dados pessoais em caso de defeitos no sistema ou ataques de hackers ou ainda na mercantilização destes dados pessoais. Uma das vantagens é a possibilidade de que os rastros são detectados no mundo tecnológico por intermédio de dados trafegados.

¹ A World Wide Web (WWW ou Web) é um sistema de informação global que permite o acesso a documentos e outros recursos por meio da Internet. Ela foi criada por Tim Berners-Lee, um cientista da computação britânico, em 1989, enquanto trabalhava no CERN, uma organização científica internacional com sede em Genebra, na Suíça. Berners-Lee desenvolveu um protocolo chamado HyperText Transfer Protocol (HTTP) para padronizar a comunicação entre servidores e clientes, e também criou o primeiro navegador da Web, o WorldWideWeb, que foi lançado em janeiro de 1991.

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Em razão do avanço tecnológico, a propagação do uso de redes abertas e o crescimento do poder computacional propiciaram a supervalorização da informação, ameaçando o direito à privacidade e à intimidade daqueles que tem seus dados veiculados virtualmente. A organização social, política e econômica atual recorrem ao uso intenso da tecnologia da informação para coleta, produção, processamento, transmissão e armazenamento dos dados. A informação se torna assim a principal matéria-prima do novo modelo capitalista e isso acarreta mudanças avassaladoras (Vieira, 2007, p. 155-157). A extração de dados e sua comodificação figuram como a base do mercado moderno (Bioni, 2019, p. 13).

Desde o século XX, os debates europeus se ocupam deste assunto, assim como, na última década se intensificaram as discussões brasileiras sobre a proteção dados, impulsionadas pela evolução dos algoritmos e dos sistemas de inteligência artificial.

Dessa forma, são impostos novos desafios para proteção aos direitos fundamentais, ante aos riscos facilitados pelas modernas técnicas de processamento e análise de dados, como no caso da empresa Target que ao contratar estatístico para analisar os dados de consumo, foram capazes de enviar anúncios para uma adolescente grávida antes mesmo que sua família soubesse da gravidez (Duhigg, 2012) ou outros exemplos como o uso de coleta de dados através de dispositivos eletrônicos para pesquisas na área da saúde (Smit et al, 2022) ou prevenção ao suicídio (Barry, 2022).

Nesse contexto, importante a reflexão sobre o dado pessoal inferido, que são aqueles que derivam de outros dados, pessoais ou não, fornecidos ou observados, que surgem com aplicação de modelos estatísticos complexos baseados em algoritmos de mineração de dados e sistemas de aprendizado de máquina. Essa inferência computacional dos dados é fundamental para o funcionamento dos sistemas de inteligência artificial, e gera, por consequência a inferência de novos dados pessoais e a previsão de comportamentos futuros (Machado; Mendes, 2022).

Com o objetivo de aprimorar esse instantâneo tráfego de dados, a União Europeia editou o GDPR, ou seja, um Regulamento Geral de Proteção de Dados, visando uma melhora no tratamento de dados pessoais sensíveis dos cidadãos dos países integrantes da União Europeia e dar uma proteção maior aos dados pessoais.

A citada comunidade europeia demonstrou sua preocupação com a forma de tratamento dos dados pessoais sensíveis e procurou estabelecer um arcabouço normativo que era pela previsto na Diretiva 45/96/CE e em 2018 foi alterado pela GDPR para tratar da Proteção de Dados.

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

A importância e atualidade da discussão residem no fato de que o Brasil publicou em dezembro de 2018, a Lei n. 13.709/2018, que entrou em vigor em agosto de 2020 e causou muitas mudanças na forma como as empresas, o Estado e terceiros dão tratamento aos dados pessoais sensíveis dos brasileiros, com previsão de multas com o valor de até 50 milhões de reais em casos de descumprimento da LGPD, fiscalização que ficará a cargo da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

Vale ressaltar, ainda, que, após decisão do Supremo Tribunal Federal, o Congresso Nacional, aprovou a Emenda Constitucional 115/2022, inserindo na Constituição Federal norma protetora do direito fundamental autônomo à proteção de dados pessoais: “é assegurado, nos termos da lei, o direito à proteção dos dados pessoais, inclusive nos meios digitais” (art. 5º, inciso LXXIX).

A positivação de um direito fundamental, revestindo-o de status constitucional, gera efeitos benéficos conforme aponta a doutrina que analisa diversas vantagens atribuídas ao direito fundamental em decorrência de sua positivação: a) o direito passa a ser aplicado na forma de uma organização política concreta e passa a ser interpretado, regulamentado e aplicado no espaço de uma Constituição; b) aumenta sua força normativa, condicionando a atuação de todos os poderes estatais, do poder privado e dos indivíduos; c) o conteúdo do direito fundamental passa a ser mais concreto e específico, podendo, ainda gerar outros direitos. O direito fundamental à proteção de dados pessoais passa a ter o status constitucional em ambas as dimensões: material e formal (Fachin, 2022, p. 310).

Dessa forma, a tendência nas sociedades da informação para criar, compartilhar, vender e reter dados, perfis e outras informações sobre os indivíduos, apresentam desafios adicionais.

4 O DIREITO DO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES DO MUNDO VIRTUAL

Em sua obra *Psicopolítica*, Byung-Chul Han, afirma que hodiernamente, as pessoas são tratadas e comercializadas como pacotes de dados que podem ser explorados economicamente, se tornando dessa forma mercadoria (Chul Han, p. 90).

Baseada nesse pensamento, há uma frase clássica na economia - “se for grátis você é o produto”², e sendo assim, percebe-se que por muito tempo as plataformas que extraem os

² A frase foi usada antes do boom da internet no final dos anos 90. Por exemplo, você pode ver quase essa frase exata (provavelmente o princípio) descrita em uma entrevista em: Richard Serra, *Interviews, Etc.*, 1970-1980. É uma referência a um curta-metragem intitulado *Television Delivers People*, feito em 1973. Esse filme provavelmente merece o crédito por cristalizar o conceito de “você é o produto”. A citação também foi usada por *Revista Argumentum* – RA, eISSN 2359-6889, Marília/SP, V. 26, N. 1, p. 65-83, Jan.-Abr. 2025.

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

dados pessoais de seus usuários estão interessadas apenas em extrair essas informações, a serem processadas através de inteligência artificial, que serão convertidas em prognósticos comportamentais vendáveis para o mercado. O cuidado que se estabelece é somente para as empresas que compram o seu produto e não para o titular dos dados coletados. Esse é o mecanismo escondido a ser desvendado.

O consumidor ante a necessidade de proteção perante os grandes conglomerados de empresas é considerado grupo vulnerável nas relações de consumo (Paulichi; Cardin, 2020, s.p).

O contato cada vez mais próximo do indivíduo com os *gadgets*, que o fazem permanecer hiperconectados à chamada via online, bem como as sofisticadas e modernas estratégias de marketing e publicidade, criam sucessivas necessidades de consumo, antes mesmo de qualquer objetivo de informações ou de atender a necessidades reais (Bessa; Leite, 2017, p. 137).

O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor propiciou a edição de normas específicas de proteção, as quais se destacam, no âmbito internacional, a Lei de Proteção de Dados do Land alemão de Hesse (1970), identificado como o primeiro diploma a tratar especificamente da matéria, fruto dos debates na segunda metade da década de 1960 (Doneda, 2021, p. 3); a Resolução 39/42 da ONU, editada em 1985, e no Brasil a Constituição de 1988 que traz, como garantia fundamental, em seu artigo 5º, inciso XXXII, a previsão de que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” e artigo 170, inciso V, estabelecendo que a defesa do consumidor é um princípio geral da ordem econômica, de modo que o Estado poderá intervir para garantir a tutela dos consumidores.

Mesmo como o advento do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), a importância da discussão do conteúdo e do significado de vulnerabilidade não diminui e isso ocorre por não se tratar unicamente de conceito que justifica a edição de uma norma, e que conseqüentemente poderia naturalmente perder a força após a promulgação da lei, e sim de critério hermenêutico para uma boa aplicação do CDC, incluindo a definição de políticas públicas (Bessa, 2017, p. 140).

A evolução do próprio Direito fez nascer o direito digital abrangendo tradicionais institutos jurídicos para continuar garantindo a privacidade, o direito de imagem, autoral, propriedade intelectuais, segurança da informação e processo contra *hackers* entre outros. No

Andrew Lewis, conhecido como blue_beetle (perfil de blue_beetle|MetaFilter), que resumiu os sentimentos dos usuários insatisfeitos da seguinte forma: “Se você não está pagando por isso, você não é o cliente; você é o produto que está sendo vendido”.

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Direito Digital há prevalência de princípios sobre as regras, em virtude da lentidão do processo legislativo em face da velocidade da evolução da tecnologia e tem como características o dinamismo, a celeridade, a autorregulação, base legal na prática costumeira e por analogia, arbitragem e nos princípios universais do direito como a boa fé (Pinheiro, 2021, p. 49).

De qualquer sorte, as regras já positivadas nos diversos diplomas legais, como a Constituição Federal, Código de Defesa do Consumidor, Marco Civil da Internet, Decreto nº 7.962/2013 (que regula comércio eletrônico), Lei Geral de Proteção de Dados são as que norteiam as relações eletrônicas.

A relação entre o usuário e o controlador é consumerista e em questões específicas relativas à proteção de dados é aplicado o Código de Defesa do Consumidor, responsável até então pela modernização do ordenamento jurídico no que tange a preocupação genuína com o consumidor e sua situação de vulnerabilidade, como por exemplo, a regulação de normas que dispõem sobre a utilização de forma abusiva das informações constantes em banco de dados de clientes. Mesmo com essa previsão legal, foi identificada ao longo dos anos a carência de solução para problemas específicos envolvendo um tratamento mais analítico (Doneda, 2020, p. 271).

Nesse aspecto, o Código de Defesa do Consumidor possui natureza de ordem pública, de interesse social e multidisciplinar e demonstra o principal instrumento jurídico do microsistema de defesa do consumidor na sociedade de consumo contemporânea.

5 O CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO

Entre os objetos de proteção de privacidade do consumidor focados na Lei Geral de Proteção de Dados o ciberespaço é uma nova dimensão vislumbrada pela neolegislação que elencou dez hipóteses autorizativas, destacando-se entre elas o consentimento e o legítimo interesse, (art. 7º, I, da LGPD) e (art. 7º, IX, da LGPD) respectivamente.

Um dos pontos mais sensíveis relativos à proteção de dados pessoais é o consentimento do titular para o tratamento de seus dados pessoais, ocasião em que o direito civil tem a oportunidade de estruturar e ajustar os efeitos desse consentimento quanto aos interesses pertinentes, a partir da consideração da autonomia da vontade, da circulação de dados e dos direitos fundamentais (Doneda, 2020, p. 292).

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Devido à fluidez das transações econômicas e o aumento da velocidade com que acontece, o consentimento que ocorre muitas vezes no mesmo ritmo das operações e com pouca atenção por parte do consumidor, gerando a necessidade de se observar que quem está recebendo esse consentimento tenha legítimo interesse. Portanto, esses conceitos carecem de atenção da academia e aparecem como objeto de estudo e pesquisas.

A confiança sempre foi a base de toda transação comercial, mas é pouco explorada em estudos, vez que o volume e a análise da integridade do tomador dos dados são testados de forma estatística, o que pode indicar um resultado aceitável estatisticamente, mas despreza a essência da relação comercial. Portanto propõe-se um debate do fator fundamental que é a confiança com base no artigo 10 da LGPD.

Nesse ambiente de fluidez e volumes monumentais de transações que temos o advento da LGPD e, em especial, o art. 10 da lei trata do instituto da confiança do consumidor quanto da base de tratamento do legítimo interesse.

Em face dessa vulnerabilidade real em que se encontra o usuário final de serviços e produtos originários do mundo virtual, os quais invariavelmente coletam dados do consumidor, seja para garantir a entrega, fornecer o serviço ou somente para liberar acesso a determinada plataforma ou aplicativo; várias leis, tais como o Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor, Marco Civil da Internet, Lei do Cadastro Positivo, têm sido propostas e criadas com o solo objetivo de coibir abusos. Isso denota a importância de dar proteção à confiança do vulnerável visando serviços que atendam o consumidor e resguardem as legítimas expectativas.

Segundo Marcelo Negri em sua conclusão em artigo que trata de pesquisa realizada em três universidades de três estados da federação brasileira com o foco na percepção do uso de dados coletados a partir de tecnologias vestíveis, somente 9,42% da amostra de fato reconhece as implicações de conceder acesso a seus dados e a maioria absoluta, pouco ou nenhum conhecimento tinha, dos riscos de erosão dos direitos da personalidade.

O autor da pesquisa introduz a teoria da responsabilidade do empreendedor e propõe na conclusão de seu trabalho três dimensões de responsabilidade para aqueles que manuseiam os dados de clientes, responsabilidade zero – para aqueles que operam dentro dos limites da lei, com diligência e segurança, responsabilidade objetiva somente pelo fato de haver evidência de acesso não autorizado a dados pessoais.

E por fim, a responsabilidade subjetiva, a qual requer prova de dano ou prejuízo proveniente de acesso não autorizado. No estudo privacidade contextual, de Helen Nissenbaum, a autora aponta a falta de ação por parte da ANPD – Autoridade Nacional de

Revista *Argumentum* – RA, eISSN 2359-6889, Marília/SP, V. 26, N. 1, p. 65-83, Jan.-Abr. 2025.

Dados Pessoais no controle do uso dos dados pessoais ao não prevenir ou reprimir práticas abusivas (Soares et al. 2020.p. 1-12).

As empresas estabeleceram formulários para aceite, através de simples “pop up”, que demandam uma simples anuência do usuário, o que não significa que este tenha ciência de que está dando amplo consentimento. O procedimento virou somente mais uma etapa no processo, sem o qual o consumidor não tem acesso ou não consegue concluir com sucesso a transação, não ficando atenta a essência da política de privacidade. O modelo EDPB - European Data Protection Board viabiliza o acesso do usuário e impossibilita que as empresas impeçam o uso do serviço, vez que o cliente não aceitou a exigência de liberação e consentimento do uso de seus dados.

Ao clicar para contratar um produto ou serviço, o consumidor não apenas está adquirindo o item desejado, mas também está concordando em fornecer suas informações pessoais, especialmente aquelas que podem ser utilizadas para fins publicitários ou para criar tendências de mercado. Ao celebrar um contrato eletrônico, muitas vezes não é dada ao consumidor a opção de adquirir o produto ou serviço sem fornecer seus dados pessoais. Em vez disso, é apresentada uma caixa retangular ou redonda (comum em contratos eletrônicos) para o consumidor marcar, confirmando que, ao adquirir o bem ou serviço e efetuar o pagamento, também concorda em ceder gratuitamente seus dados privados (Basan et al, 2021).

É importante que o consentimento não dependa apenas da vontade de uma pessoa extremamente vulnerável, mas sim de uma abordagem abrangente (internacional, pública, estatal, social e privada) que possa garantir a proteção de dados e fortalecer o poder individual. Atualmente, a transmissão de informações não é mais apenas interpessoal, mas também abstrata (por meio da coleta de informações), e é cada vez mais importante controlar as informações que entram na esfera privada, incluindo o direito de não saber e de não receber publicidade.

Portanto, é necessário promover o desenvolvimento autônomo da personalidade, especialmente com a dissolução das fronteiras entre o público e o privado. A ampliação da proteção da esfera privada é essencial para a cidadania e não pode depender apenas de autorregulação ou relações contratuais. No entanto, garantir um consentimento verdadeiramente livre é uma tarefa difícil, uma vez que a proteção da informação pode ser negligenciada em prol de outras prioridades, dificultando assim o exercício da cidadania. (Segundo; Couto, 2022, p. 563).

Nas situações concretas da vida cotidiana percebe-se que a alternativa de não revelação dos dados pessoais pelo seu titular costuma representar renúncia a certos bens ou serviço. A disparidade dos meios e poder entre a pessoa a quem é demandado o consentimento para utilização de seus dados pessoais e aquele que os solicita enseja, na verdade, a uma opção de “tudo ou nada” e/ou “pegar ou largar” (Doneda, 2020, p. 293).

Esta reflexão sobre o papel do consentimento para o tratamento de dados pessoais deveria abarcar o direito do consumidor, do usuário, a participar dos meios digitais, todavia sob regras lícitas.

6 CONCLUSÃO

As evoluções científicas e tecnológicas vislumbraram facilidades e provocou uma modificação na estrutura das relações sociais. Ao desbravar o mundo virtual o usuário consome informações e na mesma proporção fomenta um mercado explorado a partir de dados pessoais coletados, ferindo assim direitos da personalidade e outros princípios gerais do direito.

A partir desse novo contexto socioeconômico são coletados, armazenados e tratados quantidade monumental de dados pessoais, permitindo o desenvolvimento de determinados perfis e padrões de comportamentos os quais são submetidos a tecnologias como o big data e atender a interesses comerciais.

Dessa forma, com o surgimento destas novas tecnologias, faz-se necessária a ampliação dos mecanismos legais de tutela do consumidor e garantir o equilíbrio entre as partes. Além disso, pretende-se evitar a utilização abusiva dos dados pessoais dos consumidores, respeitando-se a sua vulnerabilidade e garantindo maior humanidade nas relações consumeristas e, especialmente, a fruição de outros direitos fundamentais também indispensáveis para o exercício da cidadania e essenciais para a manutenção da dignidade humana no ambiente cibernético.

Na hipótese, atribui-se destaque aos direitos da segurança das informações e dos dados pessoais, igualdade, proteção de dados pessoais, sigilo das comunicações dos dados, privacidade, intimidade, livre desenvolvimento da personalidade e liberdade de escolha e disposição sobre os dados. É possível lembrar, nesse ponto, da ampliação da tutela do consumidor, inclusive do seu acesso à justiça para o efetivo exercício desses direitos.

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Os sistemas jurídicos consolidados ao longo dos anos devem ser continuamente discutidos e atualizados em virtude de se tornarem pouco eficientes diante dos novos conflitos originários da constante evolução, em especial das tecnologias.

É necessário ainda, norteados pelo princípio da boa fé e da confiança que haja uma conjugação de esforços de usuários e instituições envolvidas para a eficácia desses instrumentos jurídicos, a exemplo da atuação conjunta dos órgãos de fiscalização que são a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e do Conselho Nacional de Proteção de Dados (CNPd) criados pela LGPD. Além disso, é indispensável a observância das normas consumeristas atreladas a essa atuação conjunta, sendo, assim, o diálogo de fontes, introduzido em nosso ordenamento pela doutrinadora Claudia Lima Marques, um importante instrumento para efetiva tutela do consumidor.

Entre os princípios que norteiam o tratamento de dados, destacam-se os princípios da finalidade, da necessidade e da segurança para com os dados dos consumidores. A LGPD também enumera as bases legais que permitem o tratamento dos dados e entre elas está o legítimo interesse que é subjetivo. O desafio é também garantir que a lei não enrijeça ou impeça o desenvolvimento econômico, o empreendedorismo e a inovação.

Com vistas a permitir e garantir o direito de autodeterminação informacional, utiliza-se como estratégia regulatória a legalização das atividades do controlador de dados através do consentimento. No entanto, na prática verificou-se que tal mecanismo é insuficiente para proteção desses direitos, haja vista não garantir o conhecimento e controle de seus dados, por parte do usuário, conforme pesquisa abordada neste artigo.

O consumidor é a parte vulnerável dessa relação de consumo, sendo necessário, portanto, viabilizar novas técnicas que sejam capazes de atingir a finalidade de informação e efetiva proteção. Os termos de uso e as políticas de privacidade na maioria dos casos equiparam-se a um contrato de adesão, ocasião em que o consumidor não detém dos meios necessários para equilibrar a relação contratual de forma autônoma e garantir sua autodeterminação.

Esses fundamentos devem permitir que o titular disponha de ferramentas para exigir sua autodeterminação informacional que abrange o conhecimento de todo o mecanismo por trás da coleta e armazenamento de dados, respeitando assim seus direitos da personalidade.

Por fim, o presente trabalho trouxe exemplos de aplicações da LGPD no Brasil e suas consequências jurídicas como multa por danos morais e apresentou formas de responsabilização civil com a teoria da responsabilidade do empreendedor.

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Após a entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de dados, o grande desafio que se impõe é garantir sua efetividade.

REFERÊNCIAS

BARRY, Ellen. Can Smartphones Predict Help Predict Suicide? *The New York Times*, 30 set. 2022. Disponível em: www.nytimes.com/2022/09/30/health/suicide-predict-smartphone.html. Acesso em: 14 abr. 2023.

BASAN, Arthur Pinheiro; OLIVEIRA, Andréa Luísa de Oliveira e COUTO, José Henrique de Oliveira. O elemento volitivo do Consumidor frente à Coleta de Dados Pessoais nos Contratos Eletrônicos e o Paradigma do Consentimento. *Revista Jurídica Cesumar - Mestrado*, v. 21, n. 3, 2021: set./dez. Centro Universitário de Maringá. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/9848>. Acesso em: 14 abr. 2023

BESSA, Leonardo Roscoe; LEITE, Ricardo Rocha. Vulnerabilidade do consumidor e redução dos módulos de prova. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 113, ano 26, p. 135-152, São Paulo: Ed. RT, set-out. 2017.

BIONI, Bruno Ricardo. *Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019. E-book.

BOLESINA, Iuri e GERVASONI, Tássia A. *A proteção do Direito Fundamental à privacidade na era digital e a responsabilidade civil por violação do direito à intimidade*. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/nej/article/view/16093/10742>. Acesso em: 25 jul. 2022.

BOYD, Danah and CRAWFORD, Kate. *Six Provocations for Big Data* (September 21, 2011). A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society, September 2011. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1926431>. Acesso em: 14 abr. 2023.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, 57ª edição do Texto Constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações adotadas pelas Emendas constitucionais nºs 1/1992 a 125/2022, pelo Decreto legislativo nº 186/2008 e pelas Emendas constitucionais de revisão nºs 1 a 6/1994. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 14 abr. 2023.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. *Lei Geral de Proteção de Dados*. Diário Oficial da União, Brasília, 15 ago. 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm. Acesso em: 07 jul. 2022.

CHUL HAN – Byung. *Psicopolítica – O neoliberalismo e as novas técnicas de poder*. 1. ed. Editora Âyiné, 2020

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

DONEDA, Danilo Cesar Maganhoto. *Da privacidade à proteção de dados pessoais: elementos de formação da Lei Geral de Proteção de Dados*. 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. E-book.

EFING, Antonio; BRITTO, Melina. A reafirmação dos direitos do consumidor virtual brasileiro e a Lei Geral de Proteção de Dados. *Argumenta Journal Law*, Jacarezinho – PR, Brasil, n. 35, 2021, p. 93-121.

FACHIN, Zulmar Antonio. O direito fundamental à proteção de dados pessoais: Análise da decisão paradigmática do STF na ADI 6.387-DF. *Revista Videre*, v. 14, n 29, p. 298-313, Dourados, jan-abr 2022.

FRAZÃO, Ana. Fundamentos da proteção dos dados pessoais – Noções introdutórias para a Compreensão da Importância da Lei Geral de Proteção de Dados. In: FRAZÃO, Ana; TEPEDINO, Gustavo; DONATO, Milena (Coords.). *Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no Direito Brasileiro*. 1. Ed. São Paulo: Thomas Reuters Brasil, 2019.

GUNTHER. Luiz Eduardo; COMAR. Rodrigo Thomazinho; RODRIGUES. Luciano Ehlke. A proteção e o tratamento de dados pessoais sensíveis na era digital e o direito à privacidade: os limites da intervenção do estado. *Relações Internacionais no Mundo Atual*, [S.l.], v. 2, n. 27, p. 25-41, nov. 2020. ISSN 2316-2880. Disponível em: <http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RIMA/article/view/3972>. Acesso em: 08 jul. 2022.

GUTIERREZ. Andriei. Revisitando a privacidade na sociedade digital. In: REIA, JHESSICA et al. *Horizonte presente: tecnologia e sociedade em debate*. Belo Horizonte: Casa do Direito; FGV – Fundação Getúlio Vargas, 2019.

HAMMERSCHMIDT, Denise; OLIVEIRA, José Sebastião de. Direito à Intimidade Genética: Um contributo ao estudo dos Direitos da Personalidade. *Revista Jurídica Cesumar*, v. 6, n. 1, 2006. Centro Universitário de Maringá. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/320>. Acesso em: 14 abr. 2023.

IKEDA, Walter Lucas; TEIXEIRA, Rodrigo Valente Giublin. Direitos da Personalidade: terminologias, estrutura e recepção. *Revista Jurídica Cesumar - Mestrado*, [S.l.], v. 22, n. 1, p. 129-152, 2022. Centro Universitário de Maringá. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/10618>. Acesso em: 02 mar. 2023.

Julie-Anne R. Smit; Menno Mostert & Johannes J. M. van Delden. Protecting Privacy While Optimizing the Use of (Health)Data: The Importance of Measures and Safeguards, *The American Journal of Bioethics*, 2022. Vol. 22, n.7, 79-81.

LIMA, Ana; HISSA, Carmina; SALDANHA, Paloma. Distopia Cibernética e a Vida Social: A exposição e a venda de dados são legais? 2019. Disponível em: <https://thomsonreuters.jusbrasil.com.br/doutrina/1279971211/direito-digital-ed-2019>. Acesso em: 06 jul. 2022.

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE E O TERMO DE USO E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

MACHADO, Diego; MENDES, Laura Schertel. A proteção dos dados sensíveis inferidos: um comentário ao Caso C-184/20 do Tribunal de Justiça Europeu. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 144, ano 31, p. 97-121. São Paulo: Ed. RT, nov./dez. 2022. Disponível em: <https://proview.thomsonreuters.com/title.html?redirect=true&titleKey=rt%2Fperiodical%2F92900151%2Fv20220144.2&titleStage=F&titleAcct=763759a7f489496798d92b2660d307fa#s1=pi&eid=3b6489b6c5a0ae10e460e6f92252cca9&eat=&pg=&psl=&nvgS=false&tmp=158>. Acesso em: 01 fev. 2023.

OLIVIERI, Alejandro Gabriel e CASTRO, Gustavo Javier. A sociedade digital de extração de dados e os desafios para a democracia. *Revista Processus de Políticas Públicas e Desenvolvimento Social*, Ano III, Vol. III, n. 6, jul-dez, 2021. Disponível em <http://periodicos.processus.com.br/index.php/ppds/article/view/349/433>. Acesso em: 23 jul. 2022.

PAULICHI, Jaqueline Silva; CARDIN, Valéria Silva Galdino. Das formas de inteligência artificial e os impactos nos padrões de consumo e a proteção dos direitos da personalidade. *Revista Meritum*, v. 15, n. 4, p. 228-245. 2020.

PINHEIRO, Patricia Peck. *Direito Digital*. 7. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021. E-book.

PINHEIRO, Patricia Peck. *Comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD)*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

SEGUNDO, Elpídio Paiva Luz, COUTO, Eliane Lopes. A proteção de dados e a hipervulnerabilidade do consumidor sob a perspectiva do consentimento e privacidade na internet. *Revista Jurídica Cesumar – Mestrado*, v. 22, n.3, p. 551-566, setembro/dezembro 2022. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/11114/7214>. Acesso em: 28 mar. 2023.

SOARES, Marcelo Negri; KAUFFMAN, Marcos Eduardo; CHAO, Kuo-Ming e SAAD, Maktoba Omar. New Technologies and the impact on personality rights in Brazil. *Revista de Ciências Jurídicas Pensar*, v. 25, n. 1, p. 1-12, Fortaleza, jan-mar. 2020.