PEDRO RODRIGUES GARCEZ

**DIREITO DIGITAL NO E-COMMERCE: O CONSUMIDOR BRASILEIRO E A NOVA LEI DE PROTEÇÃO DE DADOS.**

CURSO DE DIREITO – UniEVANGÉLICA

2020

PEDRO RODRIGUES GARCEZ

**DIREITO DIGITAL NO E-COMMERCE: O CONSUMIDOR BRASILEIRO E A NOVA LEI DE PROTEÇÃO DE DADOS.**

Monografia apresentada ao Núcleo de Trabalho de Curso da UniEvangélica, como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Direito, sob a orientação do Prof. Dr. Eumar Evangelista de Menezes Júnior.

ANÁPOLIS - 2020

PEDRO RODRIGUES GARCEZ

**DIREITO DIGITAL NO E-COMMERCE: O CONSUMIDOR BRASILEIRO E A NOVA LEI DE PROTEÇÃO DE DADOS.**

Anápolis, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 2020.

Banca Examinadora

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**AGRADECIMENTOS**

A Deus e minha família.

**RESUMO**

Este trabalho visa esclarecer a correlação entre o Código do Consumidor e a Lei Geral de Proteção de Dados na relação consumerista. O desenvolvimento da monografia se dará de forma a elucidar a evolução normativa do direito digital no Brasil, bem como os conceitos que a referida lei abrange, perpassando a sua evolução e como ela se aplica ao consumidor, assim como os desafios que circundaram a sua sansão. A metodologia utilizada para a elaboração deste artigo abrange uma revisão bibliográfica de natureza qualitativa, concernentes a todos os aspectos supramencionados. É possível constatar através do resultado desta pesquisa que o aparato legislativo vem se moldando conforme as exigências da sociedade, dado o avanço tecnológico que atualmente se vivencia, junto a informatização e o acesso a internet fatos que motivam a elaboram de leis específicas que controlassem as ações por parte dos usuários da internet, em ambos os polos numa relação de consumo, ou seja, fornecedor e consumidor. O desafio consiste em aperfeiçoar a Lei Geral de Proteção de Dados cada vez mais à realidade, bem como aprimorar o órgão responsável pela sua fiscalização, para então garantir sua eficácia plena e a supremacia dos direitos fundamentais.

**Palavras-chave**: Direito Digital. Direito do Consumidor. Lei Geral de Proteção de Dados. Internet.

**SUMÁRIO**

**INTRODUÇÃO 01**

**CAPÍTULO I – O DIREITO DIGITAL NO BRASIL 03**

1.1 Evolução normativa 03

1.2 Regulação e regulamentação 05

1.3 Políticas públicas 09

1.4 O tratamento dos dados pessoais 11

1.5 Papéis das inteligências artificiais nas plataformas digitais comerciais 13

**CAPÍTULO II – DIREITO CONSUMIDOR BRASILEIRO NO TRATO DO *E-COMMERCE* 16**

2.1 Conceitos 16

2.2 Comércios virtuais, linhas e contornos 19

2.3 Regulação e regulamentação 21

2.4 Função social da atividade econômica virtual 24

2.5 A proteção do consumidor digital 26

**CAPÍTULO III – CONSUMIDOR DIGITAL E A LEI DE PROTEÇÃO DE DADOS 29**

3.1 Conjunturas da Lei 13.709/18 29

3.2 Conceitos e princípios norteadores da LGPD 31

3.3 Revogações e alterações 33

3.4 A transparência algorítmica no manuseio de dados pessoais 35

3.5 O alcance da lei e a proteção ao e-consumidor 37

**CONCLUSÃO 40**

**REFERÊNCIAS 41**

**INTRODUÇÃO**

O presente trabalho visa esclarecer de forma abrangente e acessível, todos os processos legislativos que se deram no Brasil até a elaboração e sanção da Lei Geral de Proteção de Dados, na qual, visa regulamentar o uso de dados pessoais por empresas. Garantido ao consumidor a tutela de seus direitos, preceituados pela Constituição Federal, bem como o Código do Consumidor e a lei supramencionada.

A internet representa um marco na sociedade, visto que modificou a forma das pessoas se relacionarem, ao mesmo tempo em que oferece um mar de oportunidades, vez que decentraliza as informações e expõe um mar de possibilidades aqueles que fazem uso dela. Decorrente das transformações advindas desta ferramenta e das leis que visam assegurar e regular os direitos das pessoas é que se faz importante a elaboração deste trabalho, visto que o mundo virtual não é uma terra sem lei.

A organização desta monografia divide-se em três capítulos: I- O direito digital no Brasil; II- Direito do consumidor brasileiro no trato do *e-commerce*; III- Consumidor digital e a lei de proteção de dados. O primeiro capítulo demonstra o percurso do direito digital no país, abordando conceitos, bem como a evolução digital, e a regulação e regulamentação da lei na sociedade, perpassando as políticas públicas e a função da inteligência artificial no cenário atual.

O segundo capítulo elucida a relação do consumidor com o comércio virtual, decorrente do avanço tecnológico a fim de decodificar a maneira como essa relação ocorre. Ressalvando a importância do *e-commerce* em plena crise sanitária mundial vivida atualmente, em que obrigou as pessoas a manterem o distanciamento social, bem como aos trabalhos feitos em casa, situação que acentuou o consumo e as compras através da internet.

Ademais, o terceiro capítulo aborda como se dá a efetivação dos direitos tutelados tanto pela Lei Geral de Proteção de Dados, a Constituição Federal e o Código do Consumidor, demonstrando que ambos dispositivos legais se correlacionam, para efetivação dessa tutela. Além disso, o último capítulo demonstra como ocorre a relação consumerista, haja vista a que a empresa pode atuar nos dois polos, ora como consumidora, ora como fornecedora de bens e serviços.

Contudo, para a elaboração desta monografia, foi utilizado o método de pesquisa analítico dedutivo, pautado na análise bibliográfica, doutrinas e dispositivos legais que regem as relações consumeristas através *do e-commerce.* Ressaltando de forma cronológica todos os processos que se deram até o presente momento, visto o avanço tecnológico e informacional da sociedade.

**CAPÍTULO I – O DIREITO DIGITAL NO BRASIL**

Este capítulo tem por finalidade elaborar uma apresentação do Direito Digital brasileiro, demonstrando o vínculo do Direito com a *internet* na sociedade atual, sendo notória, a necessidade de uma adaptação a esta nova realidade.

Deste modo, a proteção legal, no Brasil, ainda é de difícil conceituação, visto que o tratamento jurídico frente a este instituto é pouco discutido na literatura técnica brasileira além de passar por constantes atualizações.

**1.1** **Evolução Normativa**

Sabe-se que o Direito Digital e/ou Direito Eletrônico se constitui como uma ciência normativa relativamente nova para o panorama jurídico nacional. É um ramo autônomo do direito, proveniente de uma evolução das normas características do Direito Privado e Público. Logo, os aspectos principais do Direito Digital são: celeridade, dinamismo, auto-regulamentação, existência de poucas leis em vigência, base legal de costumes, uso de analogia e solução por arbitragem.

Segundo Leonardo Zanatta (2010), a velocidade das modificações torna-se uma barreira à legislação sobre o tema, afinal qualquer Lei que venha a tratar de novos institutos jurídicos deve ser genérica o suficiente para sobreviver ao tempo e flexível para atender aos mais variados formatos que podem ser pertinentes a um determinado assunto.

Dado o exposto, no que se refere aos aspectos constitucionais do Direito Digital, Brasil (1988) traz que o mesmo é fundado na liberdade de acesso ao meio e

ao método de comunicação. Deste modo, o artigo 220 da Constituição Federal (CF) de 1988, institui que “a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão quaisquer restrições, observado o disposto na mesma” (BRASIL, 1988, o*nline*).

No cenário internacional, o Direito Digital começou a ganhar espaço por meio de comunidades acadêmicas de formação jurídica, tendo como exemplo a Universidade de Harvard, que em 1996 fundou o *Berkman Klein Center for Internet & Society*, cujo objetivo era explorar e compreender o ciberespaço, estudando seu delineamento, suas dinâmicas, padrões e normas, além de também avaliar a necessidade e/ou ausência de leis ou sanções para a regulamentação (ROCHA, 2017).

Nessa ordem, Ricardo Cantú Aguillén (2017), em consoante com este estudo, cita que o posicionamento brasileiro no desenvolvimento do Direito Digital ocorreu de modo precário, mesmo com um alto índice de usuários *per capita* em território nacional. O autor considera ainda que a transição para o reconhecimento e acolhimento do Direito Digital em países da América Latina, passou por quatro etapas diferentes, obtendo início apenas na década de 90.

Conforme Ricardo Cantú Aguillén (2017) a primeira etapa, chamada de tendência inicial é caracterizada pelo distanciamento do Direito Digital como uma matéria jurídica, sendo preferível seu desenvolvimento quanto a uma doutrina a ser discutida no âmbito jurídico. A segunda, conceituada como tendência progressiva, diferencia a informática jurídica do Direito Digital, passando a reconhecê-lo como um ramo autônomo de Direito.

A terceira é descrita como a tendência avançada, em que se destaca a necessidade de um desenvolvimento de projetos legislativos do Direito Digital, alcançando importância doutrinária e jurisprudencial. Posteriormente, a última etapa, a tendência inovadora, abrange novos avanços em centros jurídicos especializados que investiguem e utilizem sistemas de inteligência Artificial para a aplicação do Direito Digital (CANTÚ, 2017).

Em 2016, o Brasil ocupou o 4º lugar como país com maior número de usuários registrados na Internet. Contabilizou-se, aproximadamente 139.000.200 pessoas, de várias faixas etárias e classes sociais, com acesso à Internet por meio dos dados do Banco Mundial e União Internacional de Telecomunicações (UTI) (ROCHA, 2017).

Bernardo Santos (2017) em seus estudos critica a ausência de instrumentos legais específicos no sistema normativo jurídico para lidar com crimes cibernéticos, condicionando então o Direito Digital a dispor-se de princípios gerais do Direito Constitucional e de dispositivos infraconstitucionais para evitar as ausências das leis decorrentes das práticas de crimes virtuais.

Por fim, nota-se que a ausência de resiliência na elaboração e aplicação de normas e políticas públicas leva a uma obsolescência legislativa, configurando uma grande ameaça à proteção dos direitos dos cidadãos. Sem qualquer conhecimento técnico sobre o que se pretende tutelar, o legislador pode correr o risco de propor normas obsoletas, fortalecendo a ideia equivocada de que não seja possível solucionar conflitos no âmbito virtual.

* 1. **Regulação e regulamentação**

Ultrapassada a contextualização histórica pertinente à temática, os conceitos necessários para a sua compreensão e efetiva aplicação dos dados pessoais, fica claro a ampla utilização e necessidade de regulação quanto ao uso dos dados pessoais do consumidor.

Logo, a proposta de um conjunto normativo de caráter civil para regulamentar os direitos e responsabilidade inerentes à utilização das plataformas digitais, se tornou fundamental quando envolvia questões que abrangiam o baixo *enforcement* e a insegurança jurídica, ganhando espaço nos debates internacionais de neutralidade e governança de internet (ROCHA, 2017).

Relativo à situação legislativa brasileira atual acerca da proteção de dados, podemos citar como um dos principais expoentes o Marco Civil da Internet.

De acordo com Carlos Afonso Souza e Ronaldo Lemos (2016), a Lei nº 12965/14, mais conhecida como Marco Civil da Internet, se deu após uma consulta pública, na internet, no ano de 2009. Este projeto de lei passou pelo controle e revisão de vários setores da sociedade, entre empresas, organizações da sociedade civil, ativistas e comunidade técnica.

De acordo com o disposto, o objetivo que estimulou a criação da norma civil para as relações sociais e profissionais no ciberespaço tornou-se um estabelecimento de princípios e garantias, como também, direitos e deveres, por meio de procedimentos e dispositivos que possam suprir a ausência de uma legislação especifica para as questões de natureza cibernéticas (SEGURADO; LIMA; AMENI, 2017).

Deve ser ressaltado que o ambiente digital engloba um amplo panorama de usuários e interesses controversos, além de compreender dentro de sua configuração, posicionamentos distintos sobre a liberdade de funcionamento do ciberespaço e sua arquitetura de colaboração, cuja finalidade, favorece a liberdade de expressão de seus usuários (SEGURADO; LIMA; AMENI, 2017).

A atenção do Estado sobre as relações sociais e econômicas na rede se converte na necessidade para resguardar juridicamente a dignidade e segurança dos usuários. Esta circunstância foi brevemente amparada pelas normas penais, conforme exemplifica, por exemplo, a Lei nº 12737 de 30 de novembro de 2012 (TOMAS; VINICIUS FILHO, 2016).

No entanto, alguns autores se posicionam doutrinariamente, controversos à aprovação de regimes penais de regulamentação de práticas digitais, antes que os dispositivos e previsões de responsabilidade civis estejam esgotados. Em seguida, nota-se a pretensão legislativa em tornar territorialmente regulamentado, um ambiente virtual de escala internacional (TOMAS; VINICIUS FILHO, 2016).

Carlos Afonso Souza e Ronaldo Lemos (2016) apontam que o Marco Civil versou acerca da responsabilidade civil dos provedores de conexão e provedores de aplicação e neutralidade da rede.

Embora a norma penal mencionada, precipitada à margem da Lei nº 12737, também conhecida como “Lei Carolina Dieckmann”, representa um passo audaz na revolução do Direito Digital. Ao se inserir nesta conjuntura, o Marco Civil da Internet, passou a contemplar alguns quesitos anteriormente negligenciados por meio do ordenamento jurídico, com relação ao ciberespaço, como: a liberdade de opinião, a proteção de privacidade de usuários e a neutralidade dos servidores (ROCHA, 2017).

Segundo Ana Cláudia Hostert (2018), o Marco Civil preconiza alguns princípios no que diz respeito ao uso da internet no Brasil em seu artigo 3º, que dispõe sobre a disciplina do uso da internet no Brasil que tem como princípios a garantia da liberdade de expressão, comunicação e pensamentos.

A Constituição Federal confere proteção da privacidade e do uso de dados, abrange sobre a neutralidade e estabilidade da rede, através de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e a estimulação de boas práticas.

Por conseguinte, a responsabilização dos agentes com suas atividades deve propiciar a preservação da participação na rede, bem como auxiliar na liberdade de negócios por meio da internet desde que não vá contra os princípios estabelecidos em Lei.

Para Victor Hugo Pereira Gonçalves (2017), o Marco Civil separou a privacidade de proteção de dados pessoas, mesmo com a estrita ligação que possui. Tal cisão pode até ser interpretada como não constitucional.

Todavia, o Marco Civil, em seu Artigo 7º, apresenta os direitos dos usuários, reforçando a essencialidade de que sejam assegurados os direitos de privacidade e proteção, e caso sejam violados será cabível indenização. Os fluxos de usuários pela internet deverão ser salvos em banco de dados apenas com ordem judicial e as informações armazenadas serão sempre sigilosas. As informações que constam no contrato de prestação de serviços de internet também devem ser advindas de conexão protegida e gerenciamento de redes que não facilite o fornecimento de dados pessoais dos usuários a terceiros (HOSTERT, 2018).

Sendo assim, independentemente da origem do conteúdo acessado, uma vez que, estão previstas algumas discriminações de tráfego decorrentes de requisitos técnicos que são indispensáveis para a prestação correta dos serviços e aplicações, além de priorização dos serviços de emergência (ROCHA, 2017).

Desse modo, sob a ótica de Victor Hugo Pereira Gonçalves (2017), mesmo com a preferência do legislador pela defesa do usuário, há uma falta de transparência nos procedimentos das guardas de dados pessoais pelas empresas de aplicação à internet, e o Marco Civil também não os delimita. Nesta seara, não é possível garantir direitos sem que existam regras claras e bem definidas sobre como funcionam os sistemas de tecnologia de informação e comunicação.

No entanto, José Luiz Bolzan de Morais e Elias Jacob de Menezes Neto (2014) fazem críticas ao Artigo. 3º do Marco Civil, que são: primeiramente (a forma reducionista de como é tratada a questão de privacidade, apenas como um sinônimo de vida particular, isto é, intromissão nas comunicações privadas armazenadas), segundo (os problemas oriundos da modernidade líquida e que não são resolvidos partindo de soluções independentes da territorialidade, como é o caso do marco civil).

Em outra vertente, o Artigo 8º da referida Lei confere a possibilidade de anulação de cláusulas contratuais que violem os direitos de privacidade e liberdade de expressão em comunicações e dispõe que o direito à privacidade e liberdade de expressão nas comunicações devem ser assegurados. Todavia, só serão nulos esses direitos caso se aplique a ofensas e vá contra o sigilo das comunicações privadas na internet e caso o contrato de adesão não proporcione ao cliente uma alternativa para a adoção do foro brasileiro que solucione essas controvérsias (GONÇALVES, 2017).

Frente a este contexto, a necessidade de cautela na guarda e manuseio dos dados de registros dos usuários decorre, porquanto, não sendo apenas importante protege-los formalmente, mas também materialmente e a partir dos procedimentos de segurança e privacidade.

Cabe esclarecer também que neste tópico foram discutidos somente os artigos pertinentes dentro da mencionada Lei e que foram relevantes de forma direta ao assunto abordado no decorrer deste trabalho.

Sendo assim, André Zonaro Meneguetti e Pamela Gabrielle Giacchetta (2014, p. 390) enfatizam que:

Ainda que o Marco Civil da Internet contenha alguns dispositivos e princípios esparsos e genéticos relacionados ao tema, a inexistência de um diploma legal especifico sobre a proteção de dados pessoais, é, frequentemente, um empecilho à efetividade do princípio constitucional da intimidade e da vida privada (artigo 5º, inciso X, da Constituição Federal), assim como para a correta e clara delimitação das atividades e ações que são permitidas, desde que consentidas pelos usuários.

Por conseguinte, percebe-se que o Marco Civil traz em seu escopo alguns princípios e diretrizes relativos à proteção dos dados pessoais, todavia, não os regulariza da forma correta, havendo ainda muitas lacunas que transparecem à insegurança dos usuários. Atingindo, principalmente a esfera dos Direitos do consumidor aplicados ao *E-commerce*.

**1.3 Políticas públicas**

De acordo com, Brasil (2018), em 14 de agosto de 2018, sancionou-se a Lei 13709, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), diploma nacional voltado exclusivamente para regulação da garantia de guarda das informações pessoais. A Lei se estabelece pelos fundamentos já mencionados anteriormente, seguindo os princípios de finalidade, adequação, necessidade, livre acesso, qualidade dos dados, transparência, segurança, prevenção, não discriminação, responsabilização e prestação de contas, de acordo com o Artigo 6º e seus incisos.

A referida Lei traz disposições sobre a temática e altera dispositivos do Marco Civil da Internet. A Lei não trata especificamente da segurança dos dados pessoais na rede, porém se apresenta como um avanço significativo para a garantia da privacidade no mundo digital (FORTES, 2016; BRASIL, 2018).

Nesta perspectiva, o ordenamento jurídico brasileiro já havia sancionado três legislações que passaram a considerar o mundo virtual como um espaço que exige uma regulação adequada, através da edição da Lei de Acesso à Informação, de 2011; da Lei de Crimes Informáticos, em 2012 e do Marco Civil da Internet em 2014 (FORTES, 2016).

Ainda de acordo com Vinicius Borges Fortes (2016), a Lei nº 12527/2011 foi a primeira norma jurídica contemporânea recepcionada no contexto da Internet, visando garantir o direito fundamental de acesso à informação, aliado a princípios da administração pública, como observância de uma publicidade para a divulgação de informações de interesse público por meio de métodos proporcionados pela internet, dentre outros.

No tema legal, a Lei nº 12527/11 obriga os entes subordinados a ela a tratarem os dados pessoais de modo transparente, respeitando os direitos fundamentais de intimidade, privacidade, honra e imagem dos indivíduos. Deste mesmo modo, limita o controle de informações, dando um prazo máximo de 100 (cem) anos para acesso aos dados, também como possibilita o acesso a divulgação de terceiros apenas em caso de consentimento do titular das informações (BRASIL, 2011).

Logo, em 30 de novembro de 2012, sancionou-se a Lei 12737, popularmente conhecida como a Lei de Crimes Cibernéticos, dispondo sobre a tipificação de delitos cometidos através da internet e altera o Código Penal Brasileiro (VIANA, 2018).

As sanções aplicadas por esta lei vão desde a pena de detenção, que varia de três meses a dois anos de reclusão, com um agravante de aumento de pena conforme o prejuízo econômico causado, divulgação e vazamento de dados na internet, conteúdos obtidos ligados às comunicações eletrônicas privadas, privacidade comercial e industrial, informações sigilosas e invasão por controle remoto não autorizado a aquele determinado disposto (PINHEIRO; HAIKAL, 2016).

Sendo assim, Vinicius Borges Fortes (2016) ressalta que o legislador passou a dar uma maior proteção aos dados pessoais, estabelecendo como crime a invasão de dispositivos informáticos para obter, adulterar ou destruir informações sem autorização do titular.

**1.4 O tratamento dos dados pessoais**

De acordo com Danilo Doneda (2010), a segurança de dados pessoais, tem como finalidade a proteção do titular e, portanto, cria um regime de obrigações para a realização do tratamento destes dados. Nos dias atuais, a proteção de dados vem sendo considerada por inúmeros juristas um Direito fundamental e, desta forma, um meio de concretização das liberdades individuais no mundo virtual.

Ainda conforme Danilo Doneda (2010), a determinação da ideia da proteção de dados surge para regulamentar a utilização das informações pessoais, dentre as variadas operações às quais ela pode ser submetida, logo após ter sido colhida por um algoritmo.

Igor Bonfim Viana (2018) destaca em uma análise sistemática da Lei nº 13709/18, que não há proteção aos dados anônimos, afinal como se extrai dos Artigos 1º e 5º, os dados pessoais pressupõem a identificação ou possibilidade de identificação do titular. Deste modo, a LGPD, como também é conhecida, prevê que dados anônimos não podem ser considerados pessoais, apenas quando for possível a reversão da condição anônima.

Consequentemente, a norma em questão cuida em tratar de forma diferente os vários tipos de dados, diferenciando o tratamento de dados pessoais comuns, de dados pessoais sensíveis e dados de crianças e adolescentes, aplicando aos dois últimos, regras mais rígidas (VIANA, 2018).

No tema legal da referida Lei, o Artigo 7º, elenca todas as hipóteses de tratamento das informações pessoais gerais, visto que a primeira se dá a partir do consentimento do titular, devendo ser livre, inequívoco, formado pelo conhecimento das informações necessárias para a tomada de decisão e restrito a finalidade informada ao titular dos dados (BRASIL, 2018).

Por outro lado, o Artigo 8º aponta que não é permitida, em hipótese alguma, a extração da omissão do titular dos dados. Por fim, a norma disciplinada diz que o consentimento poderá ser revogado a qualquer instante por um procedimento gratuito e facilitado e qualquer alteração no modo de processamento de dados exigirá novo consentimento, conforme disposto no Artigo 8º, § 5º (BRASIL, 2018).

Outra hipótese disposta está no Artigo 7º, para tratamento de dados pessoais é em caso de cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador. Nesta situação, sobressai-se o interesse público em face do interesse privado do titular, entretanto, tal situação não exclui os direitos do usuário, devendo o controlador observar os princípios da limitação da finalidade do tratamento uso dos meios adequados, informação do titular quanto ao processamento dos dados e, posteriormente a disponibilização dos dados nos termos exigidos pela autoridade nacional (BRASIL, 2018).

Ainda presente no Artigo 7º, o inciso VI possibilita o tratamento de dados para um exercício regular de direitos no processo judicial, administrativo ou arbitral, permitindo o uso de dados pessoais como prova documental em litígio. Em seguida, os incisos VII e VIII preveem o uso de dados pessoais para a proteção da vida, integridade física e saúde do titular e de terceiros, tratamento para tutela de saúde em procedimentos realizados por profissionais da saúde, hipóteses estas que novamente colocam o interesse público sobre os interesses do titular (VIANA, 2018).

Posteriormente, a última hipótese que admite o tratamento dos dados pessoais é a proteção de crédito. Este dispositivo trata da peculiaridade da proteção do crédito, devendo observar a legislação pertinente à temática.

Diante deste contexto, Igor Bonfim Viana (2018) enfatiza que as hipóteses de tratamento de dados sensíveis, são em sua maioria, as mesmas dos dados pessoais, exceto nos casos de execução de contratos, proteção do crédito e do legitimo interesse do controlador.

No que diz respeito ao processamento de dados pessoais de crianças e adolescentes, a norma trata de forma igual aos dados sensíveis ou comuns. O tratamento dos dados de crianças e adolescentes deve visar o melhor interesse do titular, nos termos do Artigo 14, podendo ser realizado em caso de consentimento de pais ou pelo responsável legal (BRASIL, 2018).

É válido ressaltar que a referida Lei Geral de Proteção de dados teve sua *Vacatio legis* alterada pela medida provisória 959, de 29 de abril de 2020. Fazendo valer a eficácia da Lei a partir de 03 de maio de 2021. Entretanto, estão vigentes desde 28 de dezembro de 2018, após as devidas mudanças acometidas pelos vetos presidenciais, e posterior análise destes vetos pelo congresso, os artigos 55 e 58, que regulam a criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados, também conhecida por ANPD, que será discutida em outro tópico deste trabalho.

Por fim, absorvido o tópico, nota-se que o tratamento de dados pessoais está diretamente ligado à proteção do consumidor. Visto que é de suma importância que as proteções legais vigentes atinjam o consumidor brasileiro.

**1.5 Papéis das inteligências artificiais nas plataformas digitais comerciais**

Para Vanessa Araújo de Sant’ana (2015), foi a partir do advento da *World Wide Web* (WWW) ou somente WEB, que a internet ganhou forças e revolucionou o mundo, propondo novas formas de fazer negócios que ganharam espaço e evoluíam constantemente. O comércio eletrônico ou *E-commerce* evoluiu em consequência destes avanços tecnológicos e da popularização da internet.

Todo o processo de negociação em um ambiente eletrônico, por meio da utilização intensa das tecnologias de comunicação e de informação pode ser denominado de comércio eletrônico.

Os autores Euri Charles Andrade da Silva e Tales Vital (2010) evidenciam que, para as vendas de produtos pela internet, as empresas utilizam *websites*, normalmente com um *layout* interativo e de fácil manuseio pelo consumidor. Geralmente, estes *websites* são criados por empresas terceirizadas que desenvolvem um *software*, sendo esta outra forma de comércio eletrônico, denominada como B2B, ou *Business to Business*, no português, de empresa para empresa.

Nesta linha de raciocínio, as empresas consideradas como gigantes da tecnologia, *Amazon, Apple, Facebook, Google, IBM, Microsoft, Tesla, Uber,* dentre outras, se veem numa verdadeira corrida para dominar o mercado, imprevisível em razão da velocidade em que se decorrem os avanços tecnológicos (HOFFMANN, 2018).

O conceito de Inteligência Artificial (IA) abrange mais do que a inteligência da máquina. Pretende-se, com a mesma, capacitar o computador para um comportamento inteligente. Por este comportamento inteligente, deverão ser compreendidas atividades que somente um ser humano poderia ser capaz de efetuar. Dentre estas atividades, podem ser citadas aquelas que envolvem tarefas de raciocínio (planejamento e estratégia), percepção (reconhecimento de imagens, sons, etc) e/ou ainda, no que diz respeito à temática, o *E-commerce* (NORVIG; DUSSEL, 2013).

Pode ser destacado como exemplo de inteligências artificiais, segundo Buchanan e Zimmer (2018) que atualmente a IBM, empresa de informática, atua em várias áreas de publicidade, perfis de consumo, educação, serviços financeiros, dentre outros. Oferece também vários serviços por meio da plataforma da IBM *Cloud*, como os *softwares* de assistência pessoal, análise das informações não-estruturadas, dispositivos de reconhecimento visual, tradutor de linguagens, dentre outros.

Outro exemplo de inteligência artificial, voltada para a área da saúde, desenvolvida pela Microsoft e aplicada no Hospital 09 de Julho. A partir destas redes neurais profundas para compreender determinadas cenas, a análise de filmagens de pacientes idosos internados, favoreceu que o hospital reduzisse rapidamente o número de quedas dos leitos (HOFFMANN, 2018).

Ademais, no âmbito dos transportes, avanços significativos acontecem por meio do desenvolvimento de carros autônomos e sustentáveis. No ano de 2016, a *Tesla Motors*, chefiada por Elon Musk, anunciou que todos os carros produzidos a partir daquele período sairiam equipados com um sistema capaz de conduzir veículos sem qualquer interferência de um humano, ou seja, única e exclusivamente controlada por uma inteligência artificial.

Em outro cenário, no que se refere à contribuição da Inteligência Artificial para as plataformas digitais que o consumidor brasileiro possui acesso, e sabendo das infinitas possibilidades de acesso a esses ambientes virtuais, não seria diferente o avanço frente aos *marketplaces*, afinal eles nada mais são do que tecnologias responsáveis por mediar a ponte entre o vendedor que possui a oferta e o consumidor que detém a demanda (RATZ, 2019).

Ainda segundo Leandro Ratz (2019), o *marketplace* não somente utiliza como também constitui uma Inteligência Artificial. Com isto, a IA utilizada controla esta demanda, ou seja, realiza a ponta, abrindo uma nova oportunidade de receita. Deste modo, podem ser citadas dentro do cenário nacional de plataformas digitais que realizam o uso da IA, o *Facebook* *Marketplace* e o *Marketplace* Mercado Livre.

Dessa forma, acredita-se que as inteligências artificiais podem alterar fundamentalmente o modo com que os consumidores fazem compras, especificamente com relação às oportunidades facilitadas entre compradores e vendedores, sobretudo nos *marketplaces*.

Conclui-se, portanto, que as inteligências artificiais estão tornando o ambiente E-commerce mais eficaz e personalizado de acordo com cada comprador. Além de, consequentemente, ajudar vendedores e empresários a comunicarem com mais rapidez ao público alvo.

Entretanto, confirma-se que as mudanças geradas por essas novas tecnologias deverão ser tratadas de forma elucidativa pelo Direito Pátrio. Em razão das constantes alterações nas formas de negócios virtuais, o Direito deverá agir fundamentalmente no que tange à regulação destes meios, com enfoque direto à proteção do consumidor brasileiro.

**CAPÍTULO II – DIREITO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO NO TRATO DO *E-COMMERCE***

Este capítulo tem por objetivo relacionar o Direito do Consumidor brasileiro ao *E-commerce*, demonstrando qual o plano protecionista do Estado e quais os desafios frente às novas perspectivas proporcionadas pelo avanço tecnológico.

Sendo assim, serão elucidados tópicos referentes à definição de *E-commerce* e como ele está ligado ao Direito do Consumidor.

**2.1** **Conceitos**

Tendo em vista que a revolução industrial transformou a economia a ponto de acelerar e aumentar o consumo popular, não demorou muito para que se iniciassem novas experiências frente à rede mundial de computadores. Haja vista que a criação da internet revolucionou a segunda metade do século XX, ao surgir em meados de 1969, nos Estados Unidos. O sistema denominado *arpanet,* termo em inglês, foi criado pelo órgão de defesa americano junto a outras quatro universidades sob o intuito de elaborar um sistema onde fosse possível ter uma rápida transmissão de dados entre computadores, em casos de guerra ou catástrofe (GONÇALVES; FERREIRA, 2017).

Diante do avanço tecnológico e do alcance mundial em que a internet está inserida, estabeleceu-se uma nova relação de consumo e consequentemente uma expansão à noção de comércio. Essa relação de troca, compra e venda ganha novos contornos e novas leis, afim de garantir deveres e obrigações aos sujeitos que integram essa atividade. (MENDES, 2013).

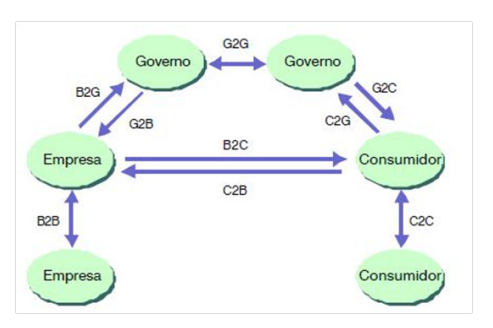
O *E-commerce* desenvolveu-se com a internet e, segundo Rodolfo Rejiro Nakamura (2001, p. 61) tem-se por definição que o comércio eletrônico abrange a atividade de compra e venda realizada com recursos eletrônicos. Além disso, tal venda é concretizada através de fax, e-mails ou até mesmo uma ligação direcionada à central de *telemarketing*, considerando ainda que a atividade de venda pode ser baseada em três pilares ou mais, a depender da estratégia adotada pela empresa, quais sejam pré-venda, pós-venda onde se inclui a venda efetiva ou de transação.

A pré-venda caracteriza-se pela busca de informações a respeito da empresa e o produto, momento em que a internet se caracteriza como uma vitrine ou catálogo de produtos. A pós-venda procura cuidar do cliente efetivo, ou seja, aquele que já realizou a compra, tendo em vista que um cliente satisfeito tem mais chances de comprar novamente. Além de garantir uma assistência a esse cliente que adquiriu o produto (ARAÚJO, 2017).

Marcelo Barreto de Araújo (2017, p.115) pondera que o comércio eletrônico pauta-se na automação das transações comerciais pela utilização das tecnologias de informática e telecomunicações. No qual, desenvolveu-se em 1990, criando-se um verdadeiro centro de negócios virtuais onde compradores e vendedores de todos os lugares do mundo se encontram para transacionar produtos e serviços, vencendo em questão de segundos as barreiras do tempo e espaço.

Sob o mesmo viés, Alberto Claro (2013, p. 15) aborda que o comercio tradicional, bem como o comércio online, trata-se de um conjunto de atividades onde ocorre uma transação entre uma organização fornecedora, cuja finalidade é fornecer um produto e um comprador com interesse em adquirir esse produto. Além disso, essa modalidade ocorre desde o pagamento efetuado através de caixas eletrônicos e cartões de créditos ou por qualquer outro meio digital.

Alberto Claro (2013, p. 30) expõe uma classificação dos tipos de *e-commerce*, bem como, elucida as possíveis interações entre os agentes diretamente ligados nas respectivas transações. Fica demonstrado que apesar da aparência generalista (fornecedor-consumidor), essa relação apresenta vários modelos de interações, onde cada uma possui uma forma particular de se relacionar com os agentes da relação de consumo. Sendo assim, elucidam-se na figura abaixo as diversas categorias pertinentes ao comércio eletrônico. A Figura 01 apresenta a classificação:



**FIGURA 01** – Classificação dos tipos de *e-commerce.*

Fonte: (CLARO, 2013).

Na transação*Business to Business* (B2B), o comércio eletrônico é executado entre fornecedores e clientes empresariais, ou seja, de organização para organização. Nesta relação os agentes podem estar presentes na condição de fornecedores ou usuários do produto, bem como os atacadistas e varejistas e até mesmo os produtores e distribuidores, neste caso, a HP, Brasil.

*Business to consumer* (B2C), nesta relação as transações realizadas não possuem objetivo comercial para o bem adquirido, ocorrem entre as empresas vendedoras, prestadoras de serviços ou produtoras diretamente com o consumidor final, por exemplo, a loja virtual do Pão de Açúcar.

*Consumer to consumer* (C2C), pauta-se em transações realizadas entres consumidores finais, sem intermediação. Através de portais de trocas ou leilões, como é o caso das plataformas Mercado Livre e Enjoei.

*Government to consumer* (G2C), são transações realizadas entre os entes federados e o consumidor, por exemplo: Multas, impostos e solicitações de serviços.

*Government to business* (G2B), transação de negócios realizada entre o governo e empresas fornecedoras de produtos ou serviços. Exemplo: licitações, pregões e carta convite.

*Government to government* (G2G), relações entre os órgãos do governo, relações internas e outras esferas, o principal intuito é a troca de informações, como por exemplo a plataforma do Governo Federal.

Os exemplos acima citados demonstram os variados contornos que as transações podem assumir entre os diferentes agentes de uma relação comercial. Um fornecedor pode situar-se como cliente e vice-versa.

**2.2 Comércios virtuais, linhas e contornos**

O comércio virtual começou com a internet, à medida que o acesso foi popularizando mais pessoas aderiram à praticidade das compras *online.* As *market places*, em inglês, shopping centers virtuais, por exemplo, Lojas Americanas, Magazine Luíza, Mercado Livre, OLX e Shoptime. Uma vez que, proporcionaram ao cliente vasta gama de informações e produtos, conferindo ao consumidor um nível maior de exigência na hora de adquirir um bem, diferenciando-o do consumidor tradicional, cujas aquisições são realizadas preferencialmente em lojas físicas (ZACHO, 2017).

A loja virtual é o símbolo do comércio eletrônico, da qual se origina a democratização do acesso a internet e permite ao consumidor realizar uma operação comercial voltada à comodidade, capaz de atraí-lo não só pelas inovações, mas pela segurança em realizar a compra. Além disso, o consumidor conta com a tranquilidade em se pesquisar o produto desejado, assim como, a redução de tempo empreendido para adquiri-lo (ARAÚJO, 2017).

Alberto Claro (2013, p. 38), enfatiza que a adoção de novas tecnologias tem levado muitas empresas a buscarem estratégias e alternativas que as fizessem permanecerem no mercado atual, sob a finalidade de obter um diferencial e atrair a atenção dos consumidores. Esse diferencial consiste em fornecer produtos e serviços com maior qualidade, objetivando a satisfação dos clientes, bem como, sua fidelização. Proporcionando um acesso rápido e fácil no site da loja, de modo a conduzir o visitante a finalizar a sua compra.

De acordo com dados do *E-commerce* Brasil, estima-se que o país possui mais de 140 milhões de usuários de internet, demonstrando que as vendas *online* tiveram um crescimento maior que o varejo tradicional. O estudo apresenta as categorias que obtiveram os maiores resultados nos últimos anos. Em 2018, a categoria de perfumaria, cosméticos e saúde liderou o ranking com maior número de pedidos, o equivalente a 16,4% (CHAPCHAP, 2019).

Gustavo Chachap (2019) demonstra ainda que a categoria de moda e acessórios ocupa o segundo lugar com 13,6% de pedidos, em seguida tem-se a categoria de casa e decoração com 11,1% de crescimento. O setor de eletrodomésticos teve um crescimento de 10,6%, liderando o ranking de faturamento devido ao fato do seu ticket médio ser alto. O cálculo do ticket médio é obtido a partir da divisão do faturamento pelo número de clientes da loja. Em último lugar está a categoria dos livros, assinaturas e apostilas com 7,5%, apesar de ocupar a última posição, essa categoria continua crescendo na internet.

As redes sociais têm um papel importante na relação de e-commerce entre empresa e consumidor. Uma das principais mudanças está na comunicação entre elas, haja vista que há pouco tempo atrás às empresas contatavam seus clientes apenas por telefone, cartas e e-mails. Agora o contato pode ser realizado por meio das redes sociais e com isso inverte-se a ordem em que a comunicação era estabelecida, onde as empresas mandavam as informações para os veículos de comunicação para então chegar aos consumidores (FERRARA, 2013).

Com o advento das redes sociais houve uma inversão nesse processo, as informações são geradas pelos consumidores, depois são transmitidas aos veículos de comunicação para então chegarem às empresas, sendo possível, através das redes sociais, os consumidores expressarem sua insatisfação sobre algum produto ou serviço.

Segundo Gustavo Hildebrand Ferrara (2013, p. 112) as redes sociais criaram um meio fácil para divulgar produtos e serviços, onde os próprios consumidores conseguem expor suas opiniões através de plataformas como microblogs, blogs, Facebook, Youtube e Twitter. Diante disso, ficou evidente a força que os consumidores passaram a ter sobre grandes empresas, fato que há um tempo era impensável.

Todavia, por mais que as redes sociais funcionem como mola propulsora para empresas no *e-commerce*, essa relação possui vantagens e desvantagens. A principal vantagem no comércio eletrônico pauta-se na capacidade de atingir o mercado numa escala global e, para isso, independe de um demasiado esforço financeiro, haja vista não haver limites geográficos para esse tipo de comércio (CLARO, 2013).

Conforme Marcelo Barreto Araújo (2017, p. 119) é possível sintetizar outras vantagens para o *e-commerce* tanto para o fornecedor quanto para o consumidor final, como por exemplo, o baixo custo no investimento, preços mais baixos, uma vez que a concorrência reduz o valor em relação às lojas físicas, privacidade e comodidade na busca pelo produto, segurança e facilidade no pagamento, uma vez que o pagamento é realizado via cartão de crédito, além da possibilidade de obter um produto de excelente qualidade e menor preço.

É possível que haja algumas desvantagens entre empresa e consumidor, por exemplo, as falhas nos prazos da entrega, assim como, a entrega de produtos defeituosos e as dificuldades em realizar a devolução. Além do mal gerenciamento no transporte que pode vir a acarretar transtornos danificando o produto. À empresa cabe a exposição pelos serviços e produtos ofertados, em caso de insatisfação pelo cliente, bem como, negócios fraudulentos e maior investimento em softwares que visem a proteção de dados (CARDOSO; CARMO, 2017).

**2.3 Regulação e regulamentação**

Embora a internet seja um ambiente voltado à liberdade de expressão, não se trata de uma terra sem lei, onde o usuário da rede expõe deliberadamente quaisquer informações que dizem respeito a terceiros. Em se tratando do comércio digital, tais informações referem-se principalmente aos dados das empresas e clientes que circulam no ciberespaço, sendo imprescindível que a legislação atue na preservação do sigilo e na punição em caso de condutas fraudulentas que coloquem em risco a segurança e a privacidade dos agentes na relação comercial (BARRETO, 2011).

Consoante Marcelo Barreto Araújo (2017, p. 114) o Marco Civil da Internet correlaciona-se aos interesses do empresário que exerce atividade voltada ao *e-commerce,* posto que sua atuação é de extrema importância, visto que atua de forma operante através da rede para estabelecer negociações, bem como, o contato com seu cliente. Sendo assim, é necessário que haja uma proteção a fim de resguardar os dados que transitam em ambiente cibernético, garantindo estabilidade e segurança das funcionalidades asseguradas pelos meios eletrônicos durante as 24 horas de sua conexão com a internet.

A Lei nº 12965/2014 protege o usuário da rede de computadores enquanto comerciante eletrônico, garantindo o direito a inovar, desenvolver, criar, além de assegurar a liberdade econômica, conforme elucida o artigo 3º, inciso VIII, da legislação supramencionada. As normas do Marco Civil da Internet protegem e influenciam o comércio eletrônico (BRASIL, 2014).

No entendimento de Teixeira (2015, p. 114), a lei não elucida apenas os contornos da negociação de compra e venda, ela vai além ao que diz respeito às questões envolvendo a proteção à privacidade e a comercialização e captação indevida de dados. Para os efeitos da lei supracitada, em seu artigo 5º, inciso I preconiza que a internet “é o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes”.

Ainda sobre esse prisma, é possível ressaltar que a Lei n. 12.965/2014 se consagra sobre três pilares, de forma a garantir a liberdade de expressão, direito assegurado pela Constituição Federal em seu artigo 5º, IX, onde se consagra a manifestação da liberdade artística, intelectual, científica e de comunicação sem que haja necessidade de licença ou censura. No que se refere a neutralidade da internet, o usuário pode usá-la da maneira que desejar e o tratamento neutro deve ser garantido em razão de seu uso, independente da finalidade a que lhe confere (TEIXEIRA, 2015).

A inviolabilidade da privacidade também é assegurada pela Constituição Federal em seu artigo 5º, X, conferindo sigilo às informações de acesso, bem como os dados pessoais e os conteúdos de sua comunicação. Sendo vedado monitorar ou fiscalizar os pacotes de dados, conforme preconiza o artigo 10º da Lei nº 12965.

Conforme Rafael Augusto Leandro Gonçalves e Rildo Mourão Ferrreira (2017, p. 3) a partir dos preceitos constitucionais em conjunto com a determinação do artigo 48 da ADCT (Atos das Disposições Constitucionais Transitórias), a Lei n. 8.078/90, intitulada como Código de Defesa do Consumidor, foi criada para regularizar as relações entre fornecedor com o consumidor final. A legislação visa especificar prazos, condutas e penalidades e para que isso ocorra basta que exista que uma relação de consumo, tanto em loja física quanto no espaço virtual.

Foi nesse contexto que a presidente Dilma Rousseff sancionou o decreto n. 7962 em 15 de março de 2013, dispondo sobre o comércio eletrônico e as relações de consumo *online.* O decreto remonta os principais aspectos referentes às transações no comércio eletrônico, tais como o fornecimento de informações confiáveis, referencias de atendimento ao consumidor e instabilidade da rede que podem vir a afetar a conclusão da compra (FERREIRA; RODRIGUES, 2014).

Dentre as principais determinações sancionadas pela presidente, resta salientar que as informações deverão ser claras a respeito do produto, serviço e fornecedor, o atendimento deve ser facilitado, tendo em vista o direito ao arrependimento. O cliente tem o prazo de 7 dias para devolver o produto conforme explicita o Código de Consumidor. Além disso, os prazos deverão ser cumpridos e o frete deve possibilitar o rastreio, além de conter todas as informações condizentes a empresa e o consumidor (MENDES, 2013).

A fim de sanar algumas questões inerentes a relação consumerista numa transação *online*, é que o direito vem se adaptando as mudanças da sociedade. As empresas também projetam suas regras e princípios a esse novo ambiente comercial, estendendo também seus direitos e obrigações.

**2.4 Função social da atividade econômica virtual**

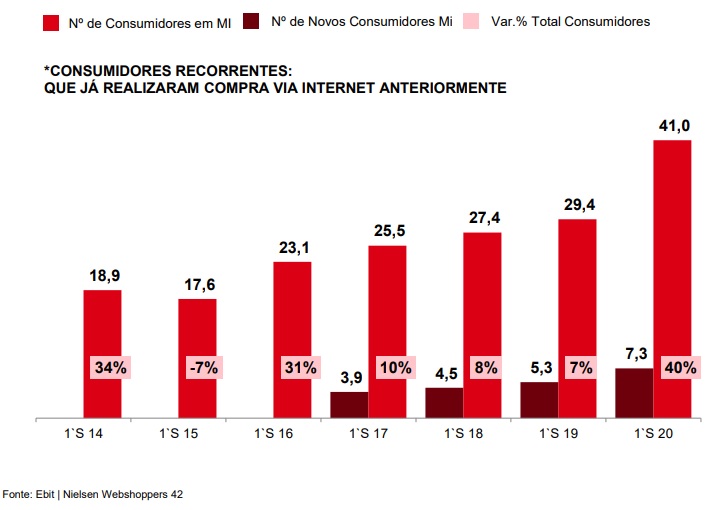
A função social da atividade econômica virtual está diretamente ligada à função social da empresa física. Ainda que seu funcionamento independa de uma estrutura física e a sua transação esteja voltada ao ambiente virtual, as funções sociais correlacionam-se em consequência da relação consumerista. Uma vez que desempenha através de veículos eletrônicos, transações de bens de consumo.

As empresas ocupam um papel importante na sociedade, visto que detém um poder muito grande que reflete no campo econômico, político e social. Uma vez que tem capacidade de gerar riquezas, além de movimentar a economia do local onde ela se encontra. Assim como, ela deve cumprir com determinações legais, quais sejam, tributárias, trabalhistas, cíveis, além do domínio ético. Sua atuação deve conter ações afirmativas voltadas à sociedade, ao meio ambiente e ao consumidor, sem uma lei a obrigue a atuar dessa forma (ARAÚJO, 2017).

A função social está diretamente relacionada à função social da empresa e esta, por sua vez, concentra-se nos alicerces do princípio da função social da propriedade, bem como o direito a livre iniciativa. Tal princípio está arrolado no artigo 5º, XXII, da Constituição Federal, no qual, abrange os bens materiais e imateriais. Estes por sua vez, compreendem todos os bens de uma empresa, conforme preconiza o dispositivo legal. Ressalta-se ainda, no que se refere aos bens imateriais, a existência dos estabelecimentos virtuais (FRAZÃO, 2018).

No que se refere ao comércio eletrônico brasileiro, percebe-se um crescimento significativo através do relatório emitido pela *Webshoppers* (Ebit I Nielsen 2019) edição 42. O relatório constata um recorde de faturamento em vinte anos de *e-commerce* no primeiro semestre de 2020, haja vista que o faturamento no primeiro semestre deste mesmo ano foi 9% maior que o segundo semestre de 2019.

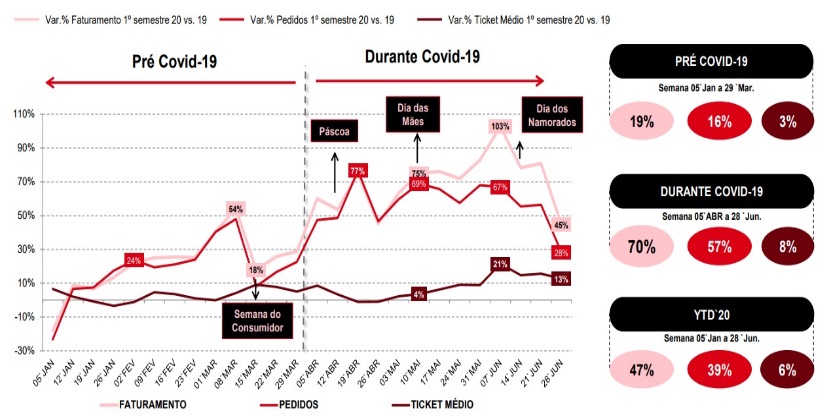
De acordo com o gráfico abaixo observou-se que houve um crescimento significativo do comércio eletrônico correspondente ao primeiro semestre entre os anos de 2014 a 2020. Todavia, neste último ano, o número de consumidores relativos ao primeiro semestre aumentou o equivalente a 40% em relação ao primeiro semestre do ano de 2019, totalizando 41 milhões de consumidores, o maior número contabilizado até então. A expressividade desse aumento diretamente relacionada à pandemia. O Gráfico 01 apresenta:



**GRÁFICO 01** - Crescimento significativo do comércio eletrônico correspondente ao primeiro semestre entre os anos de 2014 a 2020.

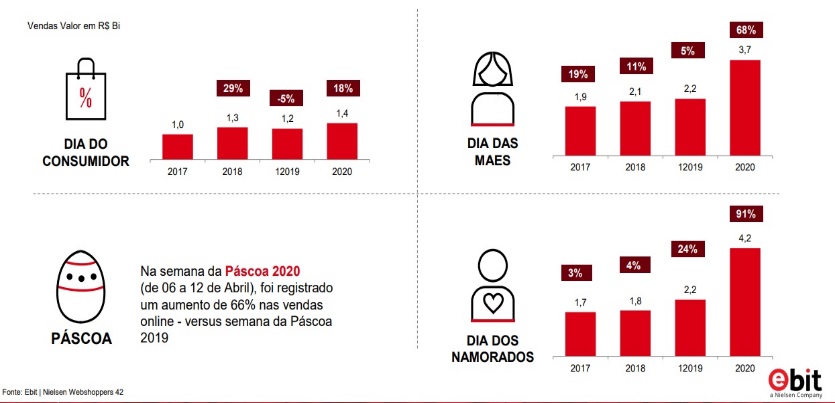
Fonte: (WEBSHOPPERS, 2020, *online*).

Nota-se através da pesquisa um aumento considerável durante a pandemia, haja vista que o crescimento se intensificou a partir de abril, conforme a Figura 2 a seguir colocada. Acompanhando esse crescimento, as vendas em datas comemorativas tiveram uma forte expansão. Na Figura 3 a seguir colocada, percebe-se as datas em que as vendas foram mais impulsionadas, sendo predominante no dia das mães e dia dos namorados. Seguem as Figuras:



**FIGURA 02** – Crescimento se intensificou a partir de abril*.*

Fonte: (WEBSHOPPERS, 2020, *online*).



**FIGURA 03** – Datas em que as vendas foram mais impulsionadas*.*

Fonte: (WEBSHOPPERS, 2020, *online*).

A internet no Brasil passou a ser um exercício de cidadania, posto que assegura aos usuários o direito de navegar no ciberespaço em segurança, preservando os princípios constitucionais como a garantia da privacidade. É vedado o compartilhamento de dados pessoais vinculados à navegação em rede, salvo por decisão judicial (TEIXEIRA, 2015).

Todavia, é preciso elucidar como se aplicam as garantias constitucionais e as leis infraconstitucionais voltadas à proteção do consumidor no ambiente virtual. Como elas zelam por sua integridade, visto que, o consumidor se encontra vulnerável duas vezes, haja vista por se tratar de uma relação consumerista e, principalmente por relacionar-se no ciberespaço.

**2.5 A proteção do consumidor digital**

A relação de consumo originou-se com as primeiras civilizações, através do escambo, prática popularizada nas primeiras comunidades, onde indivíduos eram motivados a realizarem a troca de produtos e serviços, na medida de suas necessidades. Conforme as civilizações iam avançando, os conflitos de interesse foram tomando proporção, havendo então a precisão de minimizar os conflitos oriundos tais práticas, voltadas a necessidade de sobrevivência (GONÇALVES; FERREIRA, 2017).

Com o passar dos anos as relações foram se modificando, a moeda foi inserida nas relações de consumo com o intuito de regular o valor dos produtos e tornar as transações mais justas. Todavia, não foi o suficiente para impedir que outros problemas viessem a surgir em relação aos preços das atividades negociais, razões pelas quais o consumidor, muitas vezes, era colocado em situação de vulnerabilidade, tendo que acatar as imposições do fornecedor (BARRETO, 2011).

Diante dessas situações, desencadeou-se desejo de elaborar uma legislação que articulasse sobre a garantia da segurança ao consumidor, ao mesmo tempo em que promovia o equilíbrio entre as relações de consumo. Tais garantias se estenderiam ao novo contexto de transações oriundas do avanço tecnológico, conjuntamente com a internet, razão pela qual, o comércio eletrônico tornou-se o responsável por movimentar milhões a cada ano (GONÇALVES; FERREIRA, 2017).

Sob o intuito de garantir a plena tutela ao consumidor diante das lacunas presentes no ambiente virtual é que se compreende o alcance da legislação consumerista em tratos comerciais eletrônicos. Haja vista que para o dispositivo legal, o consumidor corresponde à parte vulnerável da relação de consumo, conforme preconiza o artigo 4º, I, do Código de Defesa do Consumidor. Situação que tende a se agravar no ambiente virtual (FERREIRA; RODRIGUES, 2013).

Segundo Ricardo de Macedo Menna Barreto (2011, p. 120) há que se pautar a defesa do consumidor em princípios como a boa-fé, privacidade, segurança, equilíbrio, protegendo os interesses econômicos, a fim de proporcionar uma relação mais equilibrada e segura. Onde a confiança é fundamental para estabilizar as relações virtuais negociais, visto que a vulnerabilidade se faz mais presente no ambiente complexo que é o ciberespaço.

No comércio virtual, em se tratando do direito de arrependimento, o artigo 5º elencado no decreto n. 7.962/13 não é claro quanto ao prazo de devolução da mercadoria, razão pela qual, aplica-se o Código do Consumidor, garantindo a devolução do produto. Essa tutela é necessária porque embora as compras sejam acessíveis, nem sempre o consumidor tem noção da qualidade do produto, fisicamente falando e, por isso pode vir a se arrepender após sua aquisição (BRASIL, Decreto nº 7.962/ 2013).

É importante frisar que o consumidor poderá manifestar o seu direito de arrependimento através de meio eletrônico e por ser previsto em lei, não sofrerá qualquer ônus ao exercê-lo. O consumidor poderá executar o seu direito via telefone, no endereço da loja física ou qualquer outro meio possível, desde que esteja no prazo previsto em lei. O mesmo direito irá se aplicar aos contratos acessórios, uma vez que estão ligados ao principal (FERREIRA; RODRIGUES, 2013).

**CAPÍTULO III – CONSUMIDOR DIGITAL E A LEI DE PROTEÇÃO DE DADOS**

O presente capítulo aborda as nuances da LGPD, desde os motivos que levaram a sua elaboração, os conceitos principiológicos, bem como os impasses que antecederam a sua sansão.

Posteriormente, visa transcorrer sobre a transparência algorítmica, elucidando a sua importância ao consumidor, além de estabelecer uma relação entre o Código do Consumidor e a referida lei, visto que, ambas atuam de forma complementar.

**3.1 Conjunturas da Lei 13.709/18**

Com o avanço tecnológico e informacional, fez-se necessário a formulação de leis que aprimorassem a tutela do indivíduo frente as novas formas negociais. Diante da demanda de uma proteção específica, a lei supramencionada visa garantir ao consumidor que as suas informações não virem moeda de troca para empresas, a menos que ele permita o uso de seus dados pessoais.

Sob o intuito de resguardar informações tanto de pessoas físicas quanto jurídicas, no setor público e privado, faz-se importante abordar sobre a importância de uma legislação que versasse sobre a seguridade dos dados pessoais. A referida lei é pautada nos direitos fundamentais de liberdade de privacidade, bem como se inspirou no Regulamento Geral de Proteção de Dados Pessoais promulgada pela União Europeia em 2016.

Segundo Patrícia Peck Pinheiro (2020), a Lei Geral de Proteção de Dados é um marco legal de grande impacto para as instituições privadas e públicas porque trata da proteção dos dados pessoais de pessoas naturais e jurídicas, sob princípios constitucionais. A elaboração da lei foi motivada pela necessidade de repactuar e resgatar o compromisso das instituições com os indivíduos, principalmente porque após os anos 90 houve uma dependência muito maior dos fluxos internacionais de base de dados.

Patrícia Peck Pinheiro (2020) ressalta que a regulamentação de dados pessoais foi motivada pelo desenvolvimento de modelos de negócios frente à economia digital. A princípio, a União Europeia liderou nos debates sobre o tema, cujo interesse partiu principalmente do partido intitulado como *The Greens,* em que se consolidou a promulgação do Regulamento Geral de Proteção de Dados Pessoais Europeu, aprovado em 27 de abril de 2016. No regulamento especificava um prazo de 2 anos para sua adequação, sendo aplicado as penalidades em 25 de maio de 2018. Tal regulamento proporcionou um efeito dominó e passou a exigir dos demais países uma legislação do mesmo nível para que mantivessem relações comerciais com União Europeia, correndo o risco de sofrerem com alguma barreira econômica.

Para Lygia Maria Moreno Molina Henrique (2019), a LGPD foi elaborada em conjuntura com os anseios da sociedade, onde se levou em consideração os direitos dos cidadãos, ao mesmo tempo em que impulsionava a concorrência pela livre circulação de dados e a livre iniciativa. Tendo proporcionado segurança jurídica no tratamento de dados pessoais.

Ainda sob o mesmo viés, Julia Costa e Bruno de Castro (2019) destacam uma linha do tempo relacionada às leis pretéritas que serviram de respaldo para a sanção da LGPD. A começar pelo artigo 5º da Constituição Federal, onde seu inciso XII fomentou a sanção da Lei nº 9296/1996, que viabilizava a interceptação de comunicações telefônicas para prova em investigação criminal e instrução processual penal.

Posteriormente, a Lei nº 12527/2011, teve como principal objetivo de sua regulamentação, garantir o direito ao acesso das informações para o acompanhamento da gestão pública. A vista disso, a Lei complementar Nº 105/2001 que trata do sigilo em relações financeiras, bem como a Lei nº 12.414/2011, no qual, refere-se a principal regulamentação sobre dados sensíveis de pessoas físicas, assim como, os consumidores (COSTA; CASTRO, 2019).

Nesta mesma sequência, há que se falar da Lei nº 12965/2014, intitulada de Marco Civil da Internet, onde o principal objetivo é estabelecer um direcionamento ao uso da rede mundial de computadores. Sob o intuito de elaborar uma lei que regulamentasse o tema, o legislativo brasileiro se inspirou na regulamentação europeia para sancionar a Lei nº 13.709/2018, com o intuito de garantir a privacidade do indivíduo e a proteção de seus dados pessoais (COSTA; CASTRO, 2019).

A sanção da nova lei é de suma importância, uma vez que veio para suprir as lacunas destinadas a real proteção dos dados pessoais. As leis supramencionadas não cumpriram com esse papel de forma eficaz, sendo necessário pensar numa legislação específica a fim de garantir a tutela referente a dados. O objetivo é resguardar o processamento de informações pessoais e indevida utilização de dados sensíveis, a fim de cumprir com os princípios basilares voltados a preservação da intimidade.

**3.2 Conceitos e princípios norteadores da LGPD**

Os conceitos que circundam a Lei Geral de Proteção de Dados referem-se principalmente aos sujeitos que estão envolvidos no tratamento de dados, bem como os tipos de dados regulados pela referida lei e os princípios que norteiam o aparato legislativo. Estes visam proporcionar maior clareza e perfazem todos os pontos importantes dessa relação.

Para Luísa Campos Faria (2019), existem definições relevantes para o correto e amplo entendimento relacionado às obrigações concernentes à atividade normativa. A começar pelo titular, em que se considera pessoa natural a que se referem os dados pessoais em tratamento. O controlador por sua vez, é a pessoa física ou jurídica de direito público ou privado que atua na coleta de dados pessoais, bem como, atua na tomada de decisões em relação a forma e a finalidade do tratamento de dados. Sua responsabilidade consiste em como os dados são coletados, por quanto tempo são armazenados e para que estão sendo utilizados.

No que diz respeito ao operador, este é a pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado que atua na realização do tratamento e processamento de dados pessoais em nome do controlador. O encarregado consiste na pessoa indicada pelo controlador e que atua como canal de comunicação entre o controlador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (FARIA, 2019).

Segundo Danilo Doneda (2011), em se tratando dos princípios norteadores da LGPD, há se falar em um “núcleo comum”, caracterizado por um conjunto de medidas que pode ser encontrado em várias normativas que elucidam sobre a proteção de dados pessoais. O referido termo expressa um conjunto de princípios a serem aplicados na proteção dos dados a começar pelo princípio da publicidade (transparência), onde denota que a existência de um banco de dados pessoais deve ser de conhecimento público, exigindo uma notificação prévia para o seu funcionamento.

O princípio da exatidão refere-se ao armazenamento de dados em que estes devem corresponder à realidade, compreendendo a de se fazer uma coleta e tratamento com cuidado e correção. Já o princípio da finalidade preceitua que a utilização dos dados pessoais deve obedecer a uma finalidade, onde se deve comunicar o interessado antecipadamente sobre a coleta de seus dados. Este princípio é de suma importância, uma vez que a partir dele fundamenta-se a restrição da transferência de dados a terceiros (DONEDA, 2011).

Ademais, o princípio do livre acesso elucida que o indivíduo tenha acesso ao banco de dados em que suas informações estejam armazenadas, permitindo que ele tenha cópias dos registros, bem como a possibilidade de controlar esses dados, efetuando inclusive, possíveis correções em suas informações. No que se referem ao princípio da segurança física e lógica, os dados devem ser protegidos contra transmissão ou acesso não autorizado, destruição, extravio ou modificações (DONEDA, 2011).

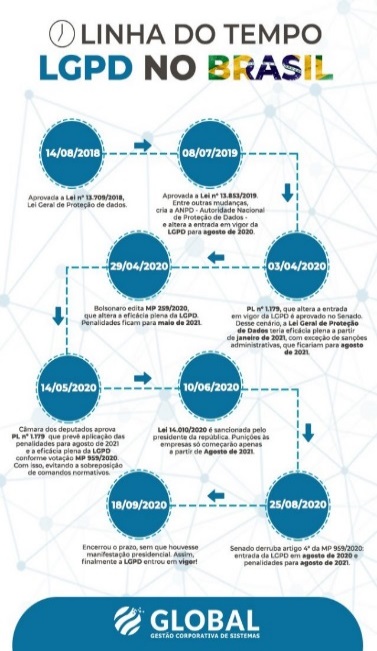
Segundo Sérgio Ricardo Correia de Sá Junior (2018), o princípio da não discriminação, que também se encontra na regulamentação europeia reforça ideia de que a proteção de dados pode causar danos diversos uma vez que não tenha sido abordada de forma correta. Tais danos consistem na perda de controle dos dados pelo titular, bem como discriminação e roubo de identidade. Diante disso, uma vez que o controlador identifique houve uma violação, ele deve comunicar as autoridades.

Os princípios da LGPD se correspondem com os princípios da GDPR, estes que são a base de diversas leis e perfazem o ordenamento jurídico. Diante disso é importante denotar alguns impasses entre tais princípios e a aplicabilidade da lei, a fim de ir aprimorando e sanando eventuais conflitos, garantindo o bem maior que é a segurança de dados pessoais.

**3.3 Revogações e alterações**

O avanço tecnológico proporcionado pela era digital impulsionou o legislativo a pensar sobre leis específicas que versassem a regulamentação e proteção de informações pessoais frente às mudanças advindas com o acesso da internet e suas relações econômicas. Diante disso, vê-se a importância em se discutir questões inerentes a LGPD e sua aplicabilidade, visto que a mesma é passível de modificações necessárias a fim de satisfazer os anseios da sociedade.

Letícia Valentim (2020) expõe de forma elucidativa na figura 1, todo percurso da LGPD desde a sansão à entrada em vigor. Dia 14 de agosto de 2018 a referida lei é sancionada e sua redação oficial a *vacatio legis* deveria ocorrer no prazo de 18 meses. No dia 08 de julho de 2019 a Lei Nº 13.853/2019 é aprovada, incluindo a criação da ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados), nesse momento também é alterado o período em que a lei entraria em vigor, ou seja, em agosto de 2020.



**FIGURA 01: Linha do tempo da LGPD no Brasil**

Fonte: (GLOBAL – GESTÃO CORPORATIVA DE SISTEMAS, 2020)

Nesse mesmo ano, no dia 03 do mês de abril, o projeto de Lei nº 1179/2020 que altera a entrada em vigor da lei supramencionada é aprovada no Senado, vindo a ter plena eficácia a partir de janeiro de 2021, com exceção das sanções administrativas, estas ficariam para agosto de 2021. Todavia, no dia 29 de abril deste ano, Bolsonaro edita a MP 259/2020, em que altera a eficácia plena da LGPD, fazendo com que os demais artigos e as penalidades ficassem somente para maio de 2021. Contudo, no dia 19 de maio a PL Nº 1.179/2020 é votada novamente no Senado e sua proposta é acatada pela Câmara, fazendo com que o projeto siga para a sanção do presidente (VALENTIM, 2020).

Posteriormente, no dia 12 de junho a Lei Nº 14.010/2020 é sancionada pelo presidente, postergando as punições às empresas para agosto de 2021. Porém, no dia 25 de agosto deste ano, a Câmara aprova a MP 959/2020 no qual elucida que a entrada em vigor da LGPD passará a ser em janeiro de 2021 e as suas penalidades para agosto do mesmo ano. Em seguida, no dia 26 de agosto, o Senado derruba o artigo 4º da MP 959/2020 onde a entrada em vigor da lei passa a ser em agosto de 2020 e suas penalidades para o mesmo mês do ano seguinte. Diante disso, o presidente sanciona a LGPD em 17 de setembro de 2020 e ela entra em vigor no dia 18 de setembro do mesmo ano (VALENTIM, 2020).

De acordo com Alessandro Anilton Maia Nonato (2020) o capítulo IX da LGPD, precisamente em seu artigo 55, aborda sobre a importância da criação da ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados), cuja relevância consiste na fiscalização e regulação da referida lei dos órgãos públicos e empresas quanto ao tratamento de dados de qualquer pessoa. Cabe à agência reguladora, além de autonomia financeira, poder normativo e poder regulamentar, visando coletivo e a efetividade de suas determinações e orientações.

Segundo Cíntia Rosa Pereira de Lima (2020), no que se refere a aplicação da LPGD, faz-se importante considerar o que dispõe o Código de Defesa do Consumidor e o Marco Civil da Internet, uma vez que este último é considerado um microssistema de proteção de dados pessoais, conforme preceitua os seus artigos 3º, III e artigo 7º, VII-X. Ademais, como as relações de consumo são tuteladas pelo CDC, é importante salientar as mudanças elencadas no Projeto de Lei 3.514/2015.

O referido projeto de lei visa estabelecer uma alteração ao CDC no que diz respeito ao comércio eletrônico, bem como, visa alterar o artigo 9º da LINDB, em que propões instituir novas regras quanto a contratos internacionais de consumo. Tais alterações propostas pelos projetos de lei supramencionados visam adequar à aplicação das leis brasileiras aos contratos internacionais de consumo

**3.4 A transparência algorítmica no manuseio de dados pessoais**

Como pôde ser observado no decorrer deste trabalho, os dados pessoais possuem alto valor econômico uma vez que traça diversos perfis de consumidor, que por sua vez, se caracteriza como peça chave para empresas, sendo um veículo capaz de proporcionar maiores lucros para quem tem acesso a essas informações pessoais. Diante da era informacional que estamos vivendo, faz-se importante ressaltar a relevância dos algoritmos na relação de captação de dados.

Marco Medina e Cristina Ferting (2006) denotam que o termo algoritmo é utilizado em diversas áreas, dentre as quais pode-se citar a engenharia, a computação, a administração, dentre tantas outras. Sua definição consiste em ser um procedimento com passo a passo para solucionar um conflito e até mesmo uma sequência detalhada de ações a serem executadas para realizar uma tarefa, desde que seja finito.

Júlio Napoleão de Barros (2020) elucida que o uso massivo de dados pode acarretar em práticas discriminatórias e abusivas, oriundas de processos que não são transparentes. Tendo em vista que num cenário onde as máquinas são programadas para aprenderem sozinhas, há que se falar num aprendizado vulnerável e com pontos cegos. A transparência é um objetivo necessário e de difícil obtenção, principalmente porque a população não detém conhecimento sobre o modo pelo qual as informações podem ser interpretadas e unificadas, ignorando também a intensidade e abrangência dos riscos que essas coletas possuem.

Segundo Júlio Napoleão de Barros (2020) aborda ainda que os indivíduos são influenciados ao longo da sua vida e muito dessa influência decorre dos dados que ele disponibilizou. Tudo isso demonstra que esse mesmo indivíduo é privado de outros conhecimentos e vivências ao logo de sua existência, principalmente porque os algoritmos estimulam o sujeito baseado somente nas informações que ele fornece, limitando-o e ocultando-o de outros mundos.

Bruna Pinotti Garcia Oliveira (2020) disserta sobre a *Learning Machine* ou aprendizagem de máquina, termo empregado pelo professor Pedro Domingos para abordar a evolução dos algoritmos. E foi através destas sequências de instrução que se chegou ao *Big Data* sendo possível que o algoritmo se desenvolvesse sozinho, dispensando uma programação específica, ou seja, desenvolvendo a si mesmo. Tal desenvolvimento poderá chegar ao que se considera algoritmo mestre, que substitua os diversos tipos de algoritmo e possa derivar dele, todo conhecimento do mundo, envolvendo passado, presente e futuro, mas, ainda está distante da realidade.

A aprendizagem de máquina atua com uma modelagem de padrões, o que compõe uma subárea da inteligência artificial. Esses algoritmos processam os dados dos usuários a fim de direcionar as suas escolhas, quanto a pessoas, gostos musicais, compras, filmes e tudo que seja do interesse daquele indivíduo. Todavia, a sensação de escolha corresponde a 0,1% quando na verdade já estava tudo sendo direcionado para que o indivíduo pudesse “escolher” (OLIVEIRA, 2020).

Os algoritmos permitem que seja criado um perfil desse usuário, essa técnica, conhecida como *profiling* cria uma espécie de representação virtual do indivíduo. Essa técnica se baseia em dados sensíveis, em que contém informações específicas como raça, orientações políticas e religiosas, bem como opções sexuais, fatores que podem enfatizar a discriminação social. Por isso se faz importante uma legislação que zele por questões primordiais como estas, haja vista o que preceitua o artigo 6º da Lei Geral de Proteção de Dados, segundo o qual, deve-se conferir garantia aos titulares, exatidão, clareza, relevância e atualização de dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento (OLIVEIRA, 2020).

**3.5 O alcance da Lei 13.709/18 e a proteção ao e-consumidor**

A LGPD visa proteger os direitos dos consumidores alicerçados em princípios constitucionais, que garantem a proteção à privacidade, uma vez que informações pessoais possuem valor econômico às empresas, pois através desses dados elas podem direcionar os seus produtos ao público alvo, aumentando o seu alcance mediante o e-consumidor. Diante disso, é possível perceber a conciliação entre a Lei Nº 8.078/1990 e a Lei Nº 13.709/2018, ambas direcionadas às relações de consumos.

Segundo Taynara Silva Arceno e Jaqueline Hofler (2020), em 1995 surgiu o primeiro banco de dados, conhecido por Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) que se caracteriza por uma associação civil cuja finalidade consiste em registrar os consumidores que são “maus pagadores”. Apesar de ser considerado arquivo de consumo, o SPC não se confunde com o banco de dados. O cadastro de consumidores corresponde a um sistema onde o próprio consumidor fornece informações pessoais. Já o banco de dados é determinado por um conjunto de informações com finalidade consumerista (ARCENO; HOFLER, 2020).

Para Cíntia Rosa Pereira de Lima (2020), na relação citada acima, o elemento objetivo (produto ou serviço) é caracterizado por dois tipos de remuneração, a direta e a indireta. A primeira relaciona-se à análise de dados pessoais, como por exemplo, o direito de personalidade, se este é passível de fruição econômica. A autora entende que sim, mas para isso os dados pessoais devem obedecer aos princípios e regras para o tratamento lícito, ou seja, contando com o consentimento do titular dos dados, conforme preconiza o art. 7º, I e art. 8º da Lei Geral de Proteção de Dados.

No que se refere a remuneração indireta, ela se caracteriza pelos serviços disponibilizados no espaço digital por parte dos provedores de serviços de internet, em que visam direcionar o público alvo às empresas, de forma a se obter lucros com publicidades direcionadas. É importante frisar que estando presentes os elementos objetivos e subjetivos na relação de consumo, deverá ser aplicado o Código de Defesa do Consumidor, ficando claro que uma lei não exclui a aplicação da outra, uma vez que se aproximam e se relacionam (LIMA, 2020).

Marcelo Vandré Ribeiro Barreto Filho (2019) aborda, no tocante a LGPD (Lei nº 13.709/2018) e a sua relação com o consumidor, o fato da referida lei não tutelar os dados anônimos, haja vista que o titular pressupõe ser uma pessoa natural identificável. Dessa forma, a lei visa regulamentar a maneira como as empresas tratarão esses dados, abolindo o caráter de coleta indiscriminado, promovendo uma sanção administrativa aplicada pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados

Segundo o artigo 52 da LGPD, aquele que infringir a lei será advertido com multa simples de 2% (dois por cento) do faturamento da pessoa jurídica de direito privado no seu último exercício no Brasil, além da multa diária observando o limite de R$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), bem como o bloqueio dos dados pessoais a que se refere a infração até a regularização e uma vez que confirmada a sua ocorrência haverá a publicização de sua infração (BRASIL, LGPD, 2018).

Diante disso, é importante ressaltar as diferenças entre ambas as legislações. O CDC regulamenta o cadastro e a manutenção do registro de consumidores nos bancos de dados, cujas garantias estão presentes nos artigos 43 e 44. É possível reconhecer nesse diploma alguns princípios referentes à proteção de dados. Todavia, tais disposições não configuram uma tutela efetiva nessa proteção (ARCENO; HOFLER, p. 9, 2020).

Já o Marco Civil da Internet, assim como o Código de Defesa do Consumidor e a Lei Geral de Proteção de Dados visam a proteção de informações pessoais, concernentes aos interesses do consumidor, considerados a parte mais frágil na relação consumerista. Os dispositivos legais pretendem assegurar princípios constitucionais que se fazem presentes nas leis supramencionadas.

**CONCLUSÃO**

Conclui-se através das pesquisas e análises que promoveram a construção desta monografia que a Lei Geral de Proteção de Dados é de fundamental importância à sociedade, uma vez que acompanha o avanço tecnológico e tutela princípios constitucionais em meio a era informacional que se vivencia. Haja vista, o fácil acesso que se tem às informações e a rapidez com que elas se propagam.

Foi observado no desenvolvimento deste trabalho, a importância em se consolidar leis que versassem sobre a proteção do consumidor, visto que na relação consumerista ele ocupa o polo mais vulnerável, principalmente ao se tratar de uma relação voltada ao e-commerce, em que essa vulnerabilidade fica ainda mais evidente.

Outra questão redundante perfaz o Marco Civil da Internet, o Código do Consumidor e a Lei Geral de Proteção de Dados, ambas se correlacionam e se complementam, além se pautarem em princípios voltados às garantias constitucionais, como por exemplo, o direito à privacidade. Todavia, a LGPD surgiu com a finalidade de proporcionar uma tutela específica, pautada em princípios que norteiam o aparato jurídico mencionado.

Portanto, abordar essa temática é de suma importância à sociedade, visto que os dados pessoais, possuem alto valor econômico às empresas e, tais informações são equiparadas à mesma importância que o petróleo, em seu contexto econômico. Com a pesquisa pode-se concluir que estamos encaminhando para uma realidade não muito distante, automatizada e com maquinas capazes de solucionar conflitos.

**REFERÊNCIAS**

ARCENO, Taynara Silva; HOFLER, Jaqueline. **Proteção de dados pessoais e direito do consumidor: Novos contornos da proteção do consumidor na sociedade.** Disponível em: http://ajuris.kinghost.net/OJS2/index.php/Anais-dos-Congressos/article/view/1093/635. Acesso em: 10 de Outubro de 2020.

BARROS, Julião Napoleão de. **Big data, proteção de dados e transparência: Desfios para a consolidação da confiança e garantia dos direitos do cidadão.** Vol. 07, N.07, Maio/Ago. 2020. Disponível em: https://periodicos.uff.br/culturasjuridicas/article/view/45329/26012. Acesso em: 06 de Outubro de 2020.

BRASIL. **Lei Geral de Proteção de Dados. 2018.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 04 de Outubro de 2020.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília, outubro, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 04 de Maio de 2020

BRASIL. Lei 12527, de 18 de novembro de 2011. **Lei de Acesso à Informação no Brasil.** Brasília, novembro de 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm>. Acesso em: 04 de Maio de 2020.

BRASIL. Lei 13709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados.** Brasília, agosto de 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/\_ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm. Acesso em: 05 de Maio de 2020.

BRASIL. Lei 12965, de 23 de Abril de 2014. **Marco Civil da Internet.** Brasília, Abril de 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\_03/\_Ato2011-2014/2014/Lei/L12965.htm . Acesso em: 05 de Maio de 2020.

BRASIL. Lei 13105 de 16 de março de 2015. **Código de Processo Civil**. Brasília, 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/\_ato20152018/2015/lei/l13105.htm. Acesso em: 15 nov. 2018.

BRASIL. Lei 5869 de 11 de janeiro de 1973. **Código de Processo Civil**. Brasília, 1973. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/LEIS/L5869impressao.htm. Acesso em: 15 nov. 2018.

BRASIL. STJ. **Recurso Especial: REsp 1760966/SP**. Relator: Ministro Marco Aurélio Bellizze. DJ: 07/12/2018. STJ, 2018. Disponível em http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/toc.jsp?livre=201801452716.REG. Acesso em: 08 mai. 2019.

BRASIL. STJ. **Recurso Especial: REsp 1774987/SP**. Relatora: Ministra Maria Isabel Gallotti. DJ: 13/11/2018. STJ, 2018. Disponível em http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/toc.jsp?livre=201802286054.REG. Acesso em: 08 de maio de 2019.

BRASIL. STJ. **Conflito de Competência: CC 153.641/SP**. Relator: Ministro Marco Aurélio Bellizze. DJ: 19/12/2017. STJ, 2017. Disponível em http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/doc.jsp. Acesso em: 08 de maio de 2019.

BUENO, Cassio Scarpinella. **Curso Sistematizado de Direito Processual Civil**. 9ª edição. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.BUENO, Cassio Scarpinella. **Tutela provisória no CPC: dos 20 anos de vigência do art. 273 do CPC/1973 ao CPC/2015.** 2ª edição. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

BRANDÃO, Luiza. **Regulação do E-commerce no Brasil.** Disponível em: https://irisbh.com.br/regulacao-do-e-commerce-no-brasil/#:~:text=%E2%80% 93%20Decreto%207.962%2F2013%20%3A%20essa,legal%20ou%20natural%20completo)%3B. Acesso em: 28 de Agosto de 2020.

BRASIL. Distrito Federal. **Lei nº 7.962** de 15 de março de 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm. Acesso em: 28 de Agosto de 2020.

BRASIL. Decreto – **lei nº 12.965** de 25 de Abril de 2014. Marco Civil da internet. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 25 de Agosto de 2020.

BARRETO, Ricardo de Macedo Menna. **Direito, ciberespaço e redes sociais: Desafios da proteção do consumidor no social commerce**. 190 f. Tese (Mestrado) – Área das ciências jurídicas, Universidade do Vale do Rio dos Sinos. 2011. Disponível em; http://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/4578/52c.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 25 de Agosto de 2020.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 8046/2010**. Disponível em: http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=490267. Acesso em: 26 nov. 2018.

CNJ. **Lei Geral de Proteção de Dados: implementação nos tribunais**. Disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/governanca-de-dados/guia-lgpd.pdf>. Acesso em 20 de Setembro de 2020.

COSTA, Mariana Monteiro de. **A era da vigilância no ciberespaço e os impactos da nova lei de proteção de dados pessoais no Brasil: Reflexos no direito a privacidade**. Disponível em: https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/8252/1/MMCosta.pdf. Acesso em: 10 de Outubro de 2020.

CLARO, Alberto. **Comércio Eletrônico.** 1ª ed. São Paulo: Know How, 2013. Disponível em: <http://docplayer.com.br/66432479-Comercio-eletronico-alberto-claro-1a-edicao-setembro-2013-impressao-em-sao-paulo-sp.html>. Acesso em: 27 de Agosto de 2020.

CHAPCHAP, Gustavo. **Você sabe quais os produtos mais vendidos na internet?**. Disponível em: https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/produtos-mais-vendidos-internet/. Acesso em 26 de agosto de 2020.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**. Disponível em: https://www.academia.edu/23345535/Da\_privacidade\_%C3%A0\_prote%C3%A7%C3%A3o\_de\_dados\_pessoais. Acesso em: 10 de Outubro de 2020.

DONEDA, Danilo. **Privacidade e proteção de dados pessoais**. Disponível em: <https://www.gov.br/cgu/ptbr/acessoainformacao/institucional/eventos/anosanteriores/2017/5-anos-da-lei-de-acesso/arquivos/mesa-3-danilo-doneda.pdf>. Acesso em: 07 de Outubro de 2020.

DONEDA, Danilo. **A proteção dos dados pessoais como direito fundamental**. 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/277241112\_A\_protecao\_dos\_dados\_pessoais\_como\_um\_direito\_fundamental. Acesso em: 04 de Outubro de 2020.

DIDIER JÚNIOR, Fredie. **Curso de Direito Processual Civil.** Volume 1. 18ª edição. Salvador: Ed. Jus Podivm, 2016.

DIDIER JÚNIOR, Fredie. **Curso de Direito Processual Civil.** Volume 2. 11ª edição. Salvador: Ed. Jus Podivm, 2016.

DONEDA, Danilo**. A proteção dos dados pessoais nas relações de consumo:** para além da informação creditícia. Brasília: SDE/DPDC, v.2, p.122, 2010.

DONIZETTI, Elpídio. **Curso didático de direito processual civil.** 21ª edição. São Paulo: Atlas, 2018.

DUTRA, Nancy. História da formação da Ciência do Direito Processual Civil no mundo e no Brasil. **Revista Jus Navigandi**, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 13, n. 1759. 25 abr. 2008. Disponível em: https://jus.com.br/artigos/11192. Acesso em: 15 nov. 2018.

EBIT/Nielsen. **Webshoppers** - O mais completo relatório sobre o mercado de ecommerce, 2019. Disponível em: <https://www.ebit.com.br/webshoppers>. Acesso em: 01 de Setembro de 2020.

FERRARA, Gustavo Hildebrande. **Uma análise da contribuição das redes sociais na Internet para o comércio eletrônico: social-commerce**. 180 folhas. Dissertação – Tecnologia da Inteligência e design digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2013 . Disponível em: <https://sapientia.pucsp.br/bitstream/handle/18134/1/Gustavo%20Hildebrand%20Ferrara.pdf>. Acesso em: 30 de Agosto de 2020.

FERREIRA, Carolina Iwancow; RODRIGUES, Mônica Nogueira. A regulamentação do comércio eletrônico: Comentários ao decreto nº 7.962 de 15 de março de 2013. **Revista da AGU**, Brasília-DF, ano XIII, jul./set. 2014. Disponível em: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54425527/A_Regulamentacao_Do_Comercio_Eletronico__Comentarios_Ao_Decreto_N._7.962_De_15_De_Marco_De_2013__.pdf?1505325798=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DANO_XIII_No_41_JUL_SET_2014.pdf&Expires=1598971033&Signature=WCTSnvddYjmo1dVjPHi9LNy4nbYmtFSry68RKBRm3qi8XLhgosL7PIqeHvN39C2SqWiKTkpYqdDml9TLYAKRV72tWzzxlZoh4HJoB5movgkV0IkThOyPrfFpvEl2gTx9HZRi3KV2Il2DS5C74yaJMC2cz0PBtJGsEicq3gbXPccfxZXXtO8m-D39AwWOOjeDpl3i0yrEN8QLJ7pkNwIHRtFDdm~xE-FdBubqlYVe3xYkHbv8k1nF21CgrvYWGWaFxC6R-Hl3dZq3zWUbSWoapjsyHHI1SqF0LsHbN7c1RTNHFbbIBgtbw5OHEpDKRs93cdEhK-Fk0MEnhtTOpe43mQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA>. Acesso em: 28 de Agosto de 2020.

FARIA, Luisa Campos. **Impactos do Big Data e das Legislações de Proteções de Dados nas Análies Antitruste**. Brasília, 2019. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/23556/1/2019\_LuisaCamposFaria\_tcc.pdf. Acesso em 10 de Outubro de 2020.

FILHO, Marcelo Vandré Ribeiro Barreto. **Os contornos jurídicos da lei geral de proteção de dados frente ao consumo no ambiente virtual.** Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/16373/1/MVRBF27092019.pdf. Acesso em: 05 de Outubro de 2020.

FRAZÃO, Ana. Função Social da Empresa. **Enciclopédia jurídica da PUCSP.** Tomo Direito Comercial**.** Edição 1, Julho de 2018. Disponível em:<https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/222/edicao-1/funcao-social-da-empresa>. Acesso em: 25 de Agosto de 2020.

FORTES, Vinícius Borges. **Os direitos de privacidade e a proteção de dados pessoais na internet.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016.

FRANCO, Loren Dutra. **PROCESSO CIVIL – Origem e Evolução Histórica.** S/D. Disponível em: <http://intranet.viannajr.edu.br/revista/dir/doc/art_20002.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2018.

GIACCHETTA, André Zonaro; MENEGUETTI, Pamela Gabrielle. **Marco Civil da Internet:** A garantia constitucional à inviolabilidade da intimidade e da vida privada como direito dos usuários no marco civil da internet. Organizadores: George Salomão e Ronaldo Lemos. São Paulo: Atlas, p. 390, 2014.

GONÇALVES, Rafael Augusto Leandro; FERREIRA, Rildo Mourão. Revista Eletrônica: **O direito do consumidos no E-commerce,** Rio Verde2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Mauro_Neto/publication/322489359_A_Evolucao_do_Ecommerce_e_as_Mudancas_dos_Modelos_de_Negocio/links/5a5bb2990f7e9b5fb38cc776/A-Evolucao-do-E-commerce-e-as-Mudancas-dos-Modelos-de-Negocio.pdf>. Acesso em: 01 de Setembro de 2020

GOIÁS. TJGO. **Agravo de Instrumento: 5070064-60.2019.8.09.0000**. Relator: Gerson Santana Cintra. DJ: 06/05/2019. TJGO, 2019. Disponível em: https://www.tjgo.jus.br/jurisprudencia/juris.php?clear=S. Acesso em: 08 de maio de 2019.

GOIÁS. TJGO. **Agravo de Instrumento: 5020525-28.2019.8.09.0000**. Relator: Carlos Roberto Favaro. DJ: 03/05/2019. TJGO, 2019. Disponível em: https://www.tjgo.jus.br/jurisprudencia/juris.php?acao=next. Acesso em: 08 de maio de 2019.

GOIÁS. TJGO. **Agravo de Instrumento: 5480379-19.2018.8.09.0000**. Relatora: Nelma Branco Ferreira Perilo. DJ: 16/04/2019. TJGO, 2019. Disponível em: https://www.tjgo.jus.br/jurisprudencia/juris.php?acao=next. Acesso em: 08 de maio de 2019.

GONÇALVES, Marcus Vinícius Rios. **Direito processual civil esquematizado®.** 9ª edição. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

GONÇALVES, Marcus Vinícius Rios. **Novo curso de direito processual civil.** 13ª edição. São Paulo: Saraiva, 2016.

GLOBALGCS. **5 benefícios de ter lgpd para empresas.** Disponível em: https://globalgcs.com.br/5-beneficios-de-ter-lgpd-para-empresas/. Acesso em: 06 de Outubro de 2020.

GRID ADVOCACIA. **O que aconteceu com a LGPD?** [Disponível em: https://gridadvocacia.com.br/blog/o-que-aconteceu-com-a-lgpd-lei-geral-de-protecao-de-dados/](file:///C:\Users\Pedro\AppData\Roaming\Microsoft\Word\Disponível%20em:%20https:\gridadvocacia.com.br\blog\o-que-aconteceu-com-a-lgpd-lei-geral-de-protecao-de-dados\). Acesso em: 03 de Outubro de 2020.

GONÇALVES, Victor Hugo Pereira. **Marco civil da internet comentado.** São Paulo: Atlas, 2017.

GUEDES, Ana Gabriela; DIAS, Buno César; ARAÚJO, Djalma. **Definindo o comércio eletrônico.** Disponível em: https://ebiz3p.wordpress.com/2008/04/18/definindo-o-comercio-eletronico-parte-2/. Acesso em: 30 de Agosto de 2020.

IRIS. LGPD em rigor: **Novidades legais e desafios restantes.** Disponível em: https://irisbh.com.br/desafiosvigorlgpd/#:~:text=O%20percurso%20da%20LGPD%20at%C3%A9%20hoje&text=Na%20ocasi%C3%A3o%20da%20aprova%C3%A7%C3%A3o%20da,tivessem%20tempo%20h%C3%A1bil%20para%20tal. Acesso em: 02 de Outubro de 2020.

JUNIOR, Sérgio Ricardo de Sá. **A regulação jurídica de dados pessoais no Brasil.** Rio de Janeiro. 2019. Disponível em: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/37295/37295.PDF. Acesso em: 23 de Setembro de 2020.

JETE-COMMERCE. **O que o ticket média pode indicar sobre a saúde do seu e-commerce** **?**. Disponível em: https://www.jetecommerce.com.br/blog/ticket-medio/. Acesso em: 25 de Agosto de 2020.

LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. **Comentários à Lei Geral de Proteção de Dados: Lei N. 13.709/2018, com alteração da Lei N. 13.853/2019.** Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=lang\_pt&id=QFHPDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=altera%C3%A7%C3%B5es+lgpd&ots=Mquj6GTun5&sig=hoAnxAMtGW9MH56BSGEJrHXc8js#v=onepage&q=altera%C3%A7%C3%B5es%20lgpd&f=false. Acesso em: 05 de Outubro de 2020

LIMA, Adwillame Georgeton Fernandes de Lima. **Tutela Jurisdicional: Finalidade e espécies no Novo CPC.** 2018. Disponível em: http://repositorio.saolucas.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2690/Adwillame%20Georgeton%20Fernandes%20de%20Lima%20-%20Tutela%20jurisdicional%20finalidade%20e%20esp%C3%A9cies%20no%20novo%20CPC.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 06 mar. 2019.

MACEDO, Elaine Harzheim. **Comentários ao Projeto de Lei nº 8.046/2010.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2012.

MEDINA, Marco. FERTING, Cristina. **Algoritmos e programação**. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=lang\_pt&id=wSKcVefj7XwC&oi=fnd&pg=PA2&dq=o+que+%C3%A9+algoritmo&ots=QkS0C0\_IQU&sig=PSL9CoOvv06wJZBdyOPht-t0CaI&redir\_esc=y#v=onepage&q=algoritmo&f=false. Acesso em: 11 de Outubro de 2020.

MENDES, Laura Zimmermann Ramayana. ***E-commerce*: Origem, desenvolvimento e perspectivas.** Porto Alegre, 2013. Disponível em: https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/78391. Acesso em: 28 de Agosto de 2020.

MORAIS, José Luiz Bolzan de; MENEZES NETO, Elias Jacob de. **Marco Civil da Internet:** A insuficiência do marco civil da internet na proteção das comunicações privadas armazenadas e do fluxo de dados a partir do paradigma da surveillance. Organizadores: George Salomão e Ronaldo Lemos. São Paulo: Atlas, 2014.

MULHOLAND, Caitlin. **A LGPD e o novo marco normativo no Brasil.** Editora Arquipélogo. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=IDjnDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=princ%C3%ADpios+norteadores+lgpd&ots=P0M9Wnabw&sig=iLnVqCvP8PzXgJQYEounISlh_Y4#v=onepage&q=princ%C3%ADpios%20norteadores%20lgpd&f=false>. Acesso em: 09 de Outubro de 2020.

NAKAMURA, Rodolfo Rejiro. **E-commerce na internet.** São Paulo: Editora Érika-Ltd, 2003. Disponível em: <https://issuu.com/profnakamura/docs/rodolfo-nakamura_ecommerce>. Acesso em: 01 Setembro de 2020.

NETO, Mauro. **A evolução do e-commerce e as mudanças dos modelos de negócio.** 10 folhas. Mestrado em sistema de informação e gestão. Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra. 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Mauro\_Neto/publication/322489359\_A\_Evolucao\_do\_E-commerce\_e\_as\_Mudancas\_dos\_Modelos\_de\_Negocio/links/5a5bb2990f7e9b5fb38cc776/A-Evolucao-do-E-commerce-e-as-Mudancas-dos-Modelos-de-Negocio.pdf. Acesso em: 28 de Agosto de 2020.

NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito processual civil.** 9ª edição. Salvador: Ed. Jus Podivm, 2017.

NORVIG, Peter; DUSSEL, Stuart. **Inteligência Artificial.** 3ª edição: Editora Campus-Elsevier, 2013.

OLIVEIRA, Bruna Pinotti Garcia. **Inteligência artificial e proteção de dados: Sobre a autodeterminação informativa e a manipulação informacional por *Machine Learning*** Disponível em: <http://revistas.icesp.br/index.php/FINOM_Humanidade_Tecnologia/article/view/1356>. Acesso em 17 de Outubro de 2020.

PINHEIRO, Patrícia Peck; HAIKAL, Victor. Nova lei de crimes digitais. In: PINHEIRO, Patrícia Peck (coord.). **Direito digital aplicado 2.0**. 2ª edição. São Paulo: Thomson Reuters, 2016.

PICARDI, Nicola; NUNES, Dierle. O Código de Processo Civil Brasileiro. **Revista de Informação Legislativa.** 2011. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/496922/RIL190_Tomo2.pdf?sequence=8#page=94>. Acesso em: 15 nov. 2018.

SEBRAE. E-book: **LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados**. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/LGPD-Connect-Sebrae.pdf. Acesso em: 05 de Outubro de 2020.

SOUZA, Carlos Affonso; LEMOS, Ronaldo. **Marco civil da internet: construção e aplicação.** Juiz de Fora: Editar Editora Associada Ltda, , p.17-9, 2016.

SOUZA, Ellen Gianni Gomes de Oliveira; MELO, Évyla Michaely Dias Clemente Barbosa de. **E-commerce: Os avanços do comércio no mundo globalizado**. Disponível em: http://200-98-146-54.clouduol.com.br/bitstream/123456789/2523/1/E-COMMERCE\_%20Os%20avan%c3%a7os%20do%20com%c3%a9rcio%20no%20mundo%20globalizado.pdf. Acesso em: 29 de Agosto de 2020.

SILVA, Gildo Rodrigues da; SILVA, Arlindo Carlos Rocha. Comércio eletrônico a luz do Código de Defesa do Consumidor. Revista eletrônica: **Direito & Realidade.** Minas Gerais, Fucamp, Volume 10, Nº7, 2019. Disponível em: <http://fucamp.edu.br/editora/index.php/direito-realidade/issue/view/116/showToc>. Acesso em: 28 de Agosto de 2020.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio eletrônico**: Conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do E-commerce no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2015. Disponível em: Acesso em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=1D1nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=ecommerce+no+brasil+e+direito&ots=E_1JI5LNxa&sig=ZogL7pvwZbK8ngTO7VCCxQEiqNI#v=onepage&q&f=true>. Acesso em: 03 Setembro de 2020.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Curso de Direito Processual Civil.** Volume 1. 57ª edição. Rio de Janeiro: Forense, 2016.

TOMAS-VINICIUS FILHO, Eduardo. Marco Civil da Internet: uma lei sem conteúdo normativo. **Estudos Avançados**. São Paulo, v,30, n.86, jan-apr, p. 276, 2016.

ZACHO, Ricardo. **O que é Marketplaces?.** Disponível em: https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/marketplace-vantagens-e-desvantagens/. Acesso em 28 de Agosto de 2020.

ZANATTA, Rafael A. F. **A proteção de dados pessoais entre leis, códigos e programação:** os limites do marco civil na internet. 2019. Disponível em: file:///C:/Users/Pedro/Downloads/A\_Protecao\_de\_Dados\_Pessoas\_entre\_Leis\_C.pdf Acesso em 20 de Setembro de 2020.