

**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO – UPF**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM DIREITO – PPG DIREITO**  
**CURSO DE MESTRADO ACADÊMICO EM DIREITO**  
**ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: NOVOS PARADIGMAS DO DIREITO**

**DIREITO À PRIVACIDADE E À PROTEÇÃO DE DADOS NA  
CULTURA DO ALGORITMO:  
DESAFIOS DE ADEQUAÇÃO FACE À LEI GERAL DE  
PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD)**

**LETICIA SPAGNOLLO**

**Passo Fundo - RS, novembro de 2022**

**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO – UPF**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM DIREITO – PPG DIREITO**  
**CURSO DE MESTRADO ACADÊMICO EM DIREITO**  
**ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: NOVOS PARADIGMAS DO DIREITO**

**DIREITO À PRIVACIDADE E À PROTEÇÃO DE DADOS NA  
CULTURA DO ALGORITMO:  
DESAFIOS DE ADEQUAÇÃO FACE À LEI GERAL DE  
PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD)**

**LETICIA SPAGNOLLO**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* - Curso de Mestrado em Direito da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Direito.

**Orientador: Professor Doutor Felipe Chiarello de Souza Pinto**

**Passo Fundo - RS, novembro de 2022**

## TERMO DE APROVAÇÃO



A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a Dissertação.

**"DIREITO À PRIVACIDADE E À PROTEÇÃO DE DADOS NA  
CULTURA DO ALGORITMO:  
DESAFIOS DE ADEQUAÇÃO FACE À LEI GERAL DE PROTEÇÃO  
DE DADOS PESSOAIS (LGPD)"**

Elaborada por :

**LETICIA SPAGNOLLO**

Como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em  
Direito.

Aprovada em: 31/06/2022

Pela Comissão Examinadora

Dr. Felipe Chiarello, de Souza Pinto  
Presidente da Comissão Examinadora  
Orientador

Dr. Lilton Lanes Pilaú Sobrinho  
Coordenador PPGDireito

Dra. Nadya Regina Guzela Tonial  
Membro interno

Ms. Edmar Vianei Marques Dacoli  
Diretor Faculdade de Direito

Dra. Cleide Calpato  
Membro externo



Não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças.

**- Charles Darwin**

## DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a todos que resistem às mudanças. Não há crescimento sem mudança. Algumas pessoas têm medo de mudanças, eu tenho medo que as coisas nunca mudem. Não tenha medo de mudar, encare esse movimento com bravura e prontidão. Por vezes, pode assustar, mas pode ser a chave daquela porta que você tanto almeja abrir.

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus, primeiramente e, acima de tudo!  
Por não ter me deixado faltar força e coragem para persistir,  
iluminando meu caminho e fazendo acreditar que tudo seria possível.  
A Ele, toda minha fé.

Ao meu orientador,  
Professor Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto,  
ao Professor Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho e a  
Professora Dra. Nadya Regina Gusella Tonial,  
pessoas pela qual faltam-me palavras para descrever tamanho sentimento de gratidão.  
De forma breve, agradecer por toda paciência, carinho, compreensão  
e apoio que nunca me deixaram faltar.  
Assim, como, pelos grandes conselhos e,  
principalmente, por acreditarem no meu potencial.  
Por vocês, todo meu carinho, respeito e admiração.

A toda minha família, os meus principais agradecimentos.

Aos meus pais e irmãos que sempre me instruíram  
com grandiosas lições de humildade, honestidade e simplicidade,  
e nunca mediram forças para ajudar a tornar meu sonho realidade.  
Obrigada por tudo.  
Amo vocês, incondicionalmente!

Ao meu melhor e mais fiel amigo e companheiro,  
Felipe Antunes Forcelini. Meu amor!  
Sempre esteve tão presente e nunca deixou de me incentivar,  
transmitindo, diariamente, positividade e apoiando-me com gestos e palavras.  
Amo você!

## **TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE**

Declaro, para todos os fins de direito, que assumo total responsabilidade pelo aporte ideológico conferido ao presente trabalho, isentando a Universidade de Passo Fundo, a Coordenação do Curso de Mestrado em Ciência Jurídica, a Banca Examinadora e o Orientador de toda e qualquer responsabilidade acerca do mesmo.

Passo Fundo - RS, novembro de 2022

**Leticia Spagnollo**

**Mestranda**

## ROL DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>ACI</b>	Aliança Cooperativa Internacional
<b>ANPD</b>	Autoridade Nacional de Proteção de Dados
<b>BACEN</b>	Banco Central do Brasil
<b>CDC</b>	Código de Defesa do Consumidor
<b>CF</b>	Constituição Federal da República
<b>ECA</b>	Estatuto da Criança e do Adolescente
<b>GDPR</b>	<i>General Data Protection Regulation</i>
<b>IBGE</b>	Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa
<b>LGPD</b>	Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais
<b>OCB</b>	Organização das Cooperativas Brasileiras
<b>OCERGS</b>	Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul
<b>OIT</b>	Organização Internacional do Trabalho
<b>ONU</b>	Organização das Nações Unidas
<b>PIB</b>	Produto Interno Bruto
<b>PNB</b>	Produto Nacional Bruto
<b>SFN</b>	Sistema Financeiro Nacional
<b>SNCC</b>	Sistema Nacional de Crédito Cooperativo
<b>UE</b>	União Europeia

## **ROL DE FIGURAS**

Figura 1 - Busca no Google para os termos "Consumidor" e Fornecedor" .....45

## ROL DE CATEGORIAS

**Algoritmos:** Algoritmos são mecanismos de solução de problemas. A seleção algorítmica é essencialmente definida pelo método automatizado da atribuição de relevância a determinadas informações selecionadas<sup>1</sup>.

**Código de Defesa do Consumidor:** A legislação consumerista é indiscutivelmente uma conquista, reconhecimento de novos valores, tendo como base a pessoa humana, afastando o caráter individual e patrimonialista. Deste modo, “o homem deixa de ser objeto e passa a ser, de uma vez por todas, sujeito de direito”<sup>2</sup>.

**Cooperativismo:** o termo “cooperação” denota uma ação comum que visa à realização de metas desejadas por todos os interessados, quer organizacionais, quer distributivas. Pode ocorrer por uma divisão do trabalho, com tarefas semelhantes ou não. Geralmente ocorre em resposta a normas sociais aceitas e pode assumir valor em si mesma ou como instrumento na consecução de um fim qualquer.”<sup>3</sup>

**Dados:** “São códigos que constituem a matéria-prima da informação, ou seja, é a informação não tratada que ainda não apresenta relevância. Eles representam um ou mais significados de um sistema que isoladamente não pode transmitir uma mensagem ou representar algum conhecimento”<sup>4</sup>.

**Direito do Consumidor:** O reconhecimento da defesa do consumidor como direito fundamental no ordenamento jurídico brasileiro, encontra respaldo na Constituição Federal de 1988, no artigo 5º, XXXII: “O Estado promoverá, na formada lei, a defesa do consumidor”. Insere-se a determinação constitucional, pois, no “Capítulo

---

<sup>1</sup> JUST, N. & LATZER, M. **Governance by Algorithms:** Reality Construction by Algorithmic Selection on the Internet. Accepted manuscript forthcoming in Media, Culture & Society 2016. Disponível em: <[http://mediachange.ch/media/pdf/publications/Just\\_Latzer2016\\_Governance\\_by\\_Algorithms\\_Reality\\_Construction.pdf](http://mediachange.ch/media/pdf/publications/Just_Latzer2016_Governance_by_Algorithms_Reality_Construction.pdf)>. Acesso em 04 Mai 2022.

<sup>2</sup> FARIA, Heraldo Felipe. A proteção do consumidor como direito fundamental em tempos de globalização. **Revista Direitos Fundamentais & Democracia**, UNIBRASIL, Curitiba, v. 4, 2008. p. 10.

<sup>3</sup> CRUZ, Paulo Sérgio Alves da. **Dicionário de Ciências Sociais**. Instituto de Documentação. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1986. p. 271-272.

<sup>4</sup> SILVA, 2007, *apud*: REZENDE, Eliana. **Dados, informação e conhecimento**. ER Consultoria: Gestão de Informação e Memória Institucional, 2015. Disponível em: <<https://eliana-rezende.com.br/dados-informacao-e-conhecimento-o-que-sao/>>. Acesso em 02 Ago 2022.

I, Dos direitos e deveres individuais e coletivos, do Título II, Dos direitos e garantias fundamentais”<sup>5</sup>.

**Direitos Fundamentais:** A Declaração Universal dos Direitos Humanos é reconhecida como um dos documentos internacionais mais relevantes, pois serve de norte para a consagração dos direitos fundamentais, em âmbito constitucional e internacional. Considerada ápice de um processo histórico, “a Declaração foi precedida de diversos documentos legislativos que, de uma forma ou de outra, versaram sobre o tema dos direitos fundamentais, desde a Magna Carta até a Carta das Nações Unidas”<sup>6</sup>.

**Direitos Humanos:** Os direitos humanos são direitos que se têm como ser humano, direitos iguais e inalienáveis. Iguais devido a todos serem, igualmente, seres humanos; inalienáveis, em razão de que não importa “quão desumanos sejamos em nossos atos ou na forma de sermos tratados, não podemos ser nada além de seres humanos”.<sup>4</sup> Visando corresponder aos ideais da Revolução Francesa “liberdade, igualdade e fraternidade”, os direitos humanos foram classificados em três gerações<sup>7</sup>.

**Ecommerce:** “Modelo de negócio jurídico que beneficia empresas, empreendedores, fornecedores e consumidores, este em razão da facilidade para ofertar produtos e serviços no ambiente virtual”<sup>8</sup>.

**Globalização:** Promove transformações socioespaciais, econômicas e culturais, que vem proporcionando a aproximação cada vez maior dos diversos lugares do mundo. Transformações que provocaram mudanças nos padrões de produção e de consumo<sup>9</sup>.

---

<sup>5</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. rev., atual. e ampl.- São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 59.

<sup>6</sup> PEREIRA, Luciano Meneguetti. **As dimensões de direitos fundamentais e necessidade de sua permanente reconstrução enquanto patrimônio de todas as gerações**. Disponível em: <http://www.aems.edu.br/conexao/educacaoanterior/Sumario/2013/downloads/2013/3/33.pdf> Acesso em: 6 jan., 2020. p. 10.

<sup>7</sup> FREITAS, Fábio F. B. A questão democrática e os direitos humanos: encontros, desencontros e um caminho. In: TOSI, Giuseppe. (Org.). **Direitos Humanos: História, teoria e prática**. João Pessoa: UFPB, 2004. p. 286-287.

<sup>8</sup> SOBHE, Amir Ayoub; OLIVEIRA, Deymes Cachoeira de. Proteção do consumidor no comércio eletrônico: Inovações relevantes para as vendas on line no Brasil a partir do Decreto Federal nº. 7962/2013. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica**. Itajaí, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI, v. 4, n.4, p. 84-107, 4º Trimestre de 2013. p. 90.

<sup>9</sup> HINZ, Gislaïne; AOKI, Yolanda Shizue. Mundo do consumo: do consumismo para um consumo

**Informação:** “A *informação* em sentido *informático* tem que ver com equipamentos técnicos que permitem apresentar nas telas algoritmos (fórmulas matemáticas) *em forma* de imagens, imagens coloridas, imagens em movimento, até mesmo textos, textos-imagem (*e-books*), que não possuem matéria a ser *informada*. Ao contrário, trata-se de *formas* (códigos numéricos) que permitem fazer aparecer outros mundos de *formas*, o que torna os critérios para distinguir o *falso* do *verdadeiro* e, por consequência, o *correto* (direito, certo) do *incorreto* (torto, errado), objeto de uma tarefa inteiramente nova. Isso porque, ao contrário do mundo tradicional em que o *imaterial* (a *forma*) permitia à *matéria* aparecer e sua *adequação* era tomada, vulgarmente, como um registro de verdade, agora lidamos com mundos apenas *virtuais*”<sup>10</sup>.

**Hipervulnerabilidade:** “É produto da soma da vulnerabilidade intrínseca ao consumidor e da fragilidade que afeta grupos ou pessoas específicas, isto é, sendo inerente e especial à situação pessoal de determinado consumidor”<sup>11</sup>.

**Privacidade:** “A vida privada envolve forma exclusiva de convivência. E o direito a ela tem como conteúdo estrutural a permissão de resistir à devassa, gerando uma conduta negativa de todos, ou seja, o respeito à privacidade”<sup>12</sup>. No entanto, não é um direito absoluto, podendo sofrer limitações permitidas pelo próprio ordenamento jurídico, diante da colisão de normas, necessitando, assim, de interpretação e ponderação por parte do aplicador da lei.

**Vulnerabilidade do Consumidor:** O princípio da vulnerabilidade é o princípio básico, o qual justifica a existência, bem como a aplicação do Direito do Consumidor, decorrendo diretamente do princípio da igualdade, pois tal condição, no que diz respeito a consumidores pessoas físicas, é presunção legal e absoluta.

---

consciente. In: PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência de Educação: **Os Desafios da Escola Pública Paranaense na Perspectiva do Professor PDE**, 2013. Curitiba: SEED/PR., 2016.V.1.(Cadernos PDE). Disponível em: <<http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=20>>. Acesso em 20 Out 2021. p. 3.

<sup>10</sup> FERRAZ JUNIOR, Tercio Sampaio. **Direito e realidade:** a erosão do real jurídico pelo mundo virtual. In: FERRAZ JUNIOR, Tercio Sampaio. O direito entre o futuro e o passado. São Paulo: Noeses, 2014, p. 34-35.

<sup>11</sup> BET VIEGAS, João Ricardo. **A Hipervulnerabilidade como critério para a aplicação do Código de Defesa do Consumidor.** Res Severa Verum Gaudium, v. 4, n. 1, Porto Alegre, p. 73-91, jun., 2019. p. 83.

<sup>12</sup> DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro:** Teoria Geral do Direito Civil. 33ª ed. São Paulo: Saraiva, 2016, p. 152.

A vulnerabilidade, em verdade, é um dos indicadores de que é necessária a proteção dos consumidores, o que se faz, principalmente, através de intervenções estatais e com o auxílio dos atores da política nacional de relações de consumo<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores Hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo**. São Paulo: Altas, 2014, p. 206.

## SUMÁRIO

<b>RESUMO</b> .....	16
<b>ABSTRACT</b> .....	17
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	18
<b>1 PARADIGMA INFORMACIONAL DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA</b> .....	23
1.1 NOVOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO: A CULTURA DA VIRTUALIDADE.....	24
1.2 O PAPEL DO ALGORITMO COMO INFLUENCIADOR NA SOCIEDADE DE CONSUMO E A (HIPER)VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR.....	39
<b>2 PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO</b> .....	60
2.1 DIREITO À PRIVACIDADE E À PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NO SISTEMA JURÍDICO BRASILEIRO NA LGPD.....	62
2.2 LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD): ANÁLISE COMPARATIVA COM O REGULAMENTO EUROPEU <i>GENERAL DATA PROTECTION REGULATION (GDPR)</i> .....	81
<b>3 COOPERATIVISMO DE CRÉDITO: DESAFIOS DE ADEQUAÇÃO FACE A LGPD</b> .....	89
3.1 REFLEXOS DAS TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS NA SOCIEDADE DE CONSUMO: A DEMOCRATIZAÇÃO DO CRÉDITO E O SUPERENDIVIDAMENTO.....	90
3.2 COOPERATIVISMO DE CRÉDITO: FERRAMENTA DE INCLUSÃO FINANCEIRA E SOCIAL E OS DESAFIOS DE ADEQUAÇÃO DAS COOPERATIVAS FACE À LGPD.....	107
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	124
<b>REFERÊNCIA DAS FONTES CITADAS</b> .....	129

## RESUMO

A presente Dissertação está inserida na Linha de Pesquisa Jurisdição Constitucional e Democracia. O objetivo científico deste estudo foi analisar os principais desafios de adequação, sobretudo dos sistemas cooperativos, face às inovações legislativas impostas através da vigência da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). O primeiro capítulo retrata o atual viés sociológico, apresentando aspectos referentes à sociedade virtual. Analisou-se as principais transformações ocorridas nos meios de comunicação e informação, bem como a forma como essas mudanças refletiram, também, em grandes impactos nas relações de consumo. O surgimento da internet é o principal responsável pela massificação dos contratos em rede. Contextualizou-se acerca do papel fundamental promovido pelos algoritmos no processamento de dados pessoais no âmbito digital e, a par disso, apresentou-se a (hiper)vulnerabilidade do consumidor nesse meio. O capítulo 2 identificou como ocorre a proteção de dados pessoais no atual sistema jurídico brasileiro, baseando-se no estudo e compreensão da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Outrossim, estabeleceu-se um paralelo comparativo entre a disposição legal brasileira e o regulamento europeu, que é consolidado através do *General Data Protection Regulation* (GDPR). No capítulo 3 abordou-se os principais reflexos ocasionados pelas transformações tecnológicas no meio social, através da democratização do crédito e o conseqüente problema de superendividamento da população. Dissertou-se, ainda, acerca do cooperativismo, com ênfase no ramo de crédito, compreendendo-o como uma ferramenta efetiva de inclusão financeira e social. O objetivo consistiu em analisar os principais impactos e desafios de implementação e adequação gerados a esses sistemas cooperativos, ocasionados a partir da vigência da LGPD, buscando a garantia da efetiva tutela dos consumidores. Concluiu-se que a LGPD visa, de maneira real, proteger a população brasileira através da regulamentação de como serão tratados os dados dos titulares pelas organizações, inclusive prevendo penalidades para o caso de não cumprimento das normas estabelecidas. Evidenciou-se, contudo, que o referido diploma legal objetiva fornecer maior segurança e confiabilidade aos usuários, cooperados, clientes, empregados e todas as pessoas que ofertam seus dados a uma organização. Trata-se de um mecanismo capaz de reforçar o sistema nacional de proteção do consumidor, através de sua especificidade em proteção e privacidade de dados pessoais, revelando-se como uma possibilidade de promoção de uma tutela efetiva, que concretiza os direitos fundamentais estabelecidos pela Constituição Federal da República.

**Palavras-chave:** Algoritmos; Cooperativismo; LGPD; Proteção de dados pessoais; Privacidade.

## ABSTRACT

This dissertation is part of the Research Line Constitutional Jurisdiction and Democracy. The scientific objective of this study was to analyze the main challenges of adequacy, especially of cooperative systems, in view of the legislative innovations imposed through the validity of the General Law for the Protection of Personal Data (LGPD). The first chapter portrayed the current sociological bias, presenting aspects related to the virtual society. The main transformations that occurred in the means of communication and information were analyzed, as well as the way in which these changes also reflected in major impacts on consumer relations. The emergence of the internet is the main responsible for the massification of network contracts. It was contextualized about the fundamental role promoted by algorithms in the processing of personal data in the digital environment and, at the same time, the (hyper)vulnerability of the consumer in this environment was presented. Chapter 2 identified how the protection of personal data occurs in the current Brazilian legal system, based on the study and understanding of the General Law for the Protection of Personal Data (LGPD). Furthermore, a comparative parallel was established between the Brazilian legal provision and the European regulation, which is consolidated through the General Data Protection Regulation (GDPR). In chapter 3, the main reflexes caused by the technological transformations in the social environment, through the democratization of credit and the consequent problem of over-indebtedness of the population, were addressed. It was also discussed about cooperativism, with an emphasis on credit, understanding it as an effective tool for financial and social inclusion. The objective was to analyze the main impacts and challenges of implementation and adequacy generated to these cooperative systems, caused from the validity of the LGPD, seeking to guarantee the effective protection of consumers. It was concluded that the LGPD aims, in a real way, to protect the Brazilian population through the regulation of how the data of the holders will be treated by the organizations, including providing penalties in the case of non-compliance with the established rules. It was evident, however, that the aforementioned legal diploma aims to provide greater security and reliability to users, cooperative members, customers, employees and all people who offer their data to an organization. It is a mechanism capable of strengthening the national consumer protection system, through its specificity in protection and privacy of personal data, revealing itself as a possibility of promoting effective protection, which concretizes the fundamental rights established by the Constitution. Federal Republic.

**Keywords:** Algorithms; Cooperativism; GDPR; Protection of personal data; Privacy.

## INTRODUÇÃO

Falar em desenvolvimento e tratamento de dados pessoais, em pleno século XXI, independente de nível local ou global, claramente nos remete a pensar sobre o seu principal marco característico que é o surgimento da sociedade da informação. Em meio a uma chamada “era digital” inúmeras são as discussões e preocupações que permeiam acerca dos parâmetros legais e políticos da privacidade e da proteção dos dados pessoais, ante o surgimento diário de inovações tecnológicas que se baseiam em dados para a tomada de decisões. Por muitos autores é também definida como “sociedade pós-moderna”, “pós-modernidade” ou até mesmo “sociedade contemporânea”<sup>14</sup>.

Este cenário, hoje vivenciado, proporcionou um marco significativo de mudança na vida de todas as pessoas e da sociedade como um todo, principalmente em razão de seu aspecto de amplificação do trabalho mental do homem, que passou a acontecer por meio da produção automatizada em massa da informação. Assim, os dados passaram a ser o cerne da produção econômica atual, trazendo inúmeras e significativas mudanças tanto no mercado financeiro, quanto nos relacionamentos entre os indivíduos.

Essa então sociedade, caracteriza-se pelo domínio dos meios de comunicação e de informação, os quais proporcionaram uma nova percepção mundana, de tempo e de território<sup>15</sup>. E, ela assim desenvolveu-se, em face do surgimento da internet, que nada mais é que um sistema mundial de rede criado com o intuito de conectar pessoas em alcance global, através de um sistema de máquinas ou equipamentos eletrônicos, possibilitando instantaneidade na comunicação e na troca de informações e de dados pessoais entre os usuários<sup>16</sup>.

Assim, com o advento da internet, houve o crescimento, em massa, dos meios de comunicação e, conseqüentemente, a imediata aderência dos indivíduos a essas novas tecnologias. Com impacto instantâneo, a sociedade transformou-se, visto que o meio digital possibilita maior facilidade e agilidade na troca de informações e dados pessoais.

---

<sup>14</sup> LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Tradução: Ricardo Corrêa Barbosa; posfácio: Silvano Santiago – 12ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009, p. 15-18.

<sup>15</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Tradução de Jorge Zahar, 2001, p. 12-15.

<sup>16</sup> ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico**: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000, p. 40.

Destarte, os dados pessoais, quando utilizados de forma mais complexa, independente das mais variadas atividades (identificação, classificação, autorização etc), podem, inclusive, substituir/dispensar a presença física da pessoa, que por vezes seria exigida. Entretanto, principalmente nos processos automatizados, o tratamento de dados pessoais acaba sendo considerado de risco, uma vez que possibilita a utilização indevida ou abusiva de dados pessoais, sendo esses verídicos ou não, geram a exposição do titular desses dados, que na maioria das vezes sequer possui conhecimento acerca dos fatos.

Por este motivo, concomitantemente à essa nova era de constantes avanços tecnológicos e decisões automatizadas, como forma de outorgar maior segurança jurídica às relações, surgiu a preocupação com a propagação e divulgação indevida de dados pessoais de usuários e a conseqüente necessidade de maior tutela aos direitos de liberdade e privacidade das pessoas, sejam elas natural ou jurídica, de direito público ou privado. Assim, a necessidade de implementar mecanismos que possibilitem às pessoas terem conhecimento e controle sobre seus próprios dados, se fez indispensável, uma vez que a proteção de dados pessoais é considerada pelo próprio ordenamento jurídico brasileiro instrumento essencial para a proteção da pessoa humana<sup>17</sup>.

Desde setembro de 2020, a vigência da Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) tem feito com o que Brasil passasse a ter um nível de legislação e proteção de dados compatíveis com o de outros países. Por outro lado, essa mesma lei também tem sido assunto alvo de constantes discussões pelos mais variados ramos da economia e do mercado de trabalho, sendo considerada, inclusive, um marco teórico na legislação brasileira. Isso porque, seu objetivo primordial é coibir o uso indiscriminado de dados dos indivíduos, protegendo seu direito à liberdade e a privacidade, instituídos pela Constituição Federal de 1988 (CF/88) como direitos fundamentais, possibilitando, contudo, a livre formação da personalidade.

Diante da era digital as empresas e a sociedade atual são movidas pelos dados pessoais sendo este, inclusive, um fator determinante para seu desenvolvimento e crescimento face o mercado econômico. Algumas, por sua vez, investem fortemente em dados, agindo assim, mais estrategicamente e com maior

---

<sup>17</sup> DONEDA, Danilo. **A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental**. Espaço Jurídico. Joaçaba, v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011.

objetividade, atingindo com excelência seus resultados.

Entretanto, a entrada em vigor da LGPD poderá ocasionar influentes impactos tanto às instituições públicas, quanto às instituições privadas, inclusive às cooperativas, no que se refere a forma como tratam os dados pessoais de seus clientes e colaboradores, bem como na forma como os titulares desses dados reagem perante a disponibilização e o uso de suas próprias informações pelas empresas.

Isso porque, as novas disposições legais vigentes afetarão incisivamente essas práticas, uma vez que possibilitam aos titulares dos dados saberem onde eles estão sendo fornecidos e para que finalidade estão sendo disponibilizados. Assim, também ocorre com as empresas de crédito, as quais utilizam-se das mais diversas fontes para acarrear dados referentes a determinado indivíduo que busca, por exemplo, uma análise de crédito, com o fito de auxiliar na tomada de decisão acerca da concessão ou não do respectivo limite.

Neste viés, denota-se que, por vezes, os critérios utilizados para a mencionada análise são duvidosos, subjetivos e até mesmo discriminatórios, gerando, contudo, a classificação do consumidor de acordo com sua maior ou menor propensão e risco de se tornar inadimplente. Por isso, a LGPD atribui às empresas maior rigor e cautela em seu processo de análise de crédito e formação de parecer, visto que não poderá ser baseado em dados de cunho discriminatório, além de garantir aos indivíduos amplo acesso aos seus dados e possibilidade de revisão, em casos de decisões automatizadas.

Justifica-se a importância do estudo, tendo em vista que o desenvolvimento diário de novas tecnologias está, inegavelmente, inserido na vida das pessoas e caracteriza a revolução do contexto cultural, econômico e social. O instrumento canalizador dessa revolução chama-se internet, mecanismo responsável pela instantaneidade na troca de dados e informações entre indivíduos de qualquer lugar do globo<sup>18</sup>.

O domínio dos meios de comunicação e de informação, desencadearam uma nova percepção mundana, de tempo e de território, tornando-se indispensável ao atual contexto de sociedade. Logo, essa nova configuração passou a remodelar a base social em um ritmo muito acelerado, impactando não apenas nas formas de se relacionar e trocar informações imediatas, como também nas relações de consumo.

---

<sup>18</sup> ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo código civil e no código do consumidor**. Barueri, São Paulo: Manole, 2004, p. 12.

Através da internet é possível comercializar toda a espécie de bens, situação que fomenta o consumismo e caracteriza uma sociedade de consumo, visto que todos os sujeitos são tidos como consumidores, em razão do próprio sistema de produção atual. Isso tudo, fez com que a sociedade contemporânea tornasse padrão o ato de consumir e, conseqüentemente, passou a fazer com que isso definisse as relações entre os indivíduos<sup>19</sup>.

Desse modo, objetiva-se compreender a sociedade virtual sob uma ótica sociológica, levando em consideração as alterações sofridas com o passar dos anos, principalmente, no âmbito das relações de consumo, em razão do surgimento da internet e, posteriormente, do processamento de dados através dos algoritmos.

Analisa-se os meios de proteção de dados no ordenamento jurídico brasileiro, tendo como base o estudo legislativo da LGPD, estabelecendo um paralelo comparativo ao regulamento europeu, o GDPR.

Estuda-se, também, os reflexos das transformações sociais sob o viés da democratização do crédito e o conseqüente superendividamento da população. Por fim, analisa-se o cooperativismo de crédito como uma efetiva alternativa de inclusão financeira e social, bem como os principais desafios de adequação, implementação e, os principais impactos ocasionados no setor cooperativista face a vigência da LGPD.

Diante disso, busca-se questionar: o sistema instituído pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) revela-se como um instrumento efetivo de proteção ao consumidor face aos sistemas cooperativos, diante dos contínuos avanços tecnológicos da sociedade de informação? Visando responder a problemática apresentada, o método de procedimento escolhido é o monográfico, o qual se dedica ao estudo de grupos, profissões e de instituições. Ainda, a forma de pesquisa utilizada é a bibliográfica, através da análise de doutrinas clássicas e contemporâneas relacionadas ao assunto em tela.

O método de abordagem seguido é o hermenêutico, o qual tem por objetivo a busca da interpretação de determinado instituto, por meio da circularidade, em que para se alcançar a interpretação, faz-se necessário a compreensão dos diversos fatores que o compõem, bem como, as normas que regulamentam. Trata-se de um método utilizado como forma de descobrir o conhecimento através da

---

<sup>19</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Medo Líquido**. Rio de Janeiro: Tradução de Jorge Zahar Ed., 2008, p. 22.

interpretação de texto, comunicação entre eles, seus diversos sentidos revelados e também ocultos.

Para a apresentação do trabalho, optou-se por sua divisão em três capítulos, sendo eles: (1) Paradigma informacional da sociedade contemporânea; (2) Privacidade e proteção de dados pessoais na sociedade da informação; e, por fim, (3) Cooperativismo: desafios de adequação face a LGPD.

Assim, o primeiro capítulo apresenta sob um viés sociológico, aspectos referentes à sociedade virtual, analisando as principais transformações ocorridas nos meios de comunicação e informação, bem como a forma como essas mudanças refletiram, também, em grandes impactos nas relações de consumo. Estuda-se o surgimento da internet, compreendendo ser este o principal responsável pela massificação dos contratos em rede, além de entender e analisar o papel fundamental dos algoritmos no processamento de dados pessoais no âmbito digital e compreender a (hiper)vulnerabilidade do consumidor nesse meio.

Já o segundo capítulo, tem por escopo entender o conceito de privacidade nos dias atuais e identificar como ocorre a proteção de dados pessoais no atual sistema jurídico brasileiro, baseando-se no estudo e compreensão da LGPD. Para tanto, se estabelece um paralelo comparativo entre a disposição legal brasileira e o regulamento europeu, que é consolidado através do *General Data Protection Regulation* (GDPR), o qual serviu como base para a elaboração do diploma legal do Brasil.

O terceiro capítulo, por sua vez, visa explicar os principais reflexos ocasionados pelas transformações tecnológicas no meio social, através da democratização do crédito e o conseqüente problema de superendividamento da população. Ainda, disserta-se acerca do cooperativismo, com ênfase no ramo de crédito, compreendendo ser uma ferramenta efetiva de inclusão financeira e social. Por fim, analisam-se os principais impactos e desafios de implementação e adequação gerados a esses sistemas cooperativos, a partir da vigência da LGPD.

Por fim, o presente estudo não tem o condão de esgotar a matéria, mas serve de trilha para a reflexão, em face de o assunto abordado ser de extrema importância e relevância nos dias atuais, configurando-se passível de pertinentes e inesgotáveis debates, o que justifica ser um tema instigante e polêmico.

## CAPÍTULO 1

### PARADIGMA INFORMACIONAL NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Vivencia-se hoje uma das maiores transições sociais que transformaram a sociedade ao longo dos tempos. Em uma breve linha do tempo, pode-se assim definir, a sociedade vem passando por inúmeras e progressivas inovações tecnológicas, desde a máquina à vapor e a energia atômica, até a eletricidade, a criação do rádio, do telefone e ainda, da televisão. Para melhor elucidar este processo, é necessário compreender que não houveram apenas mudanças na forma como as pessoas passaram a agir, pensar e se relacionar, mas, concomitantemente, houve a evolução dos dispositivos que deram origem a esta transformação.

Criou-se um modelo de movimentação de informações e dados pessoais, o qual gera uma nova forma de difusão e circulação destes, permitindo a velocidade da comunicação, encurtando distâncias e modificando a noção de território. Para tanto, compreende-se que, diretamente ligada às transformações sociais estão as transformações tecnológicas, na qual a sociedade se apoia como meio de desenvolvimento, manutenção, bem como para preencher suas necessidades informacionais.

O surgimento dos computadores e o conseqüente advento da internet, tomou lugar significativo e essencial neste novo contexto social. Em decorrência dessas novas tecnologias digitais o cenário político, econômico, social e comercial também mudou e vem passando por constantes transformações. Logo, o cenário social hodierno revela o desfazimento das distâncias espaciais, visto que diferentes pessoas podem se comunicar, mesmo estando em lados opostos do planeta.

Assim, os avanços tecnológicos permitiram o desenvolvimento das comunicações e o compartilhamento de informações, de forma instantânea em face da internet. Cada avanço tecnológico constituído, mais elementos passam a ser traduzidos e incorporados neste meio, de modo que hoje, “os computadores estão fazendo muitas coisas que costumavam ser apenas de domínio das pessoas”.<sup>20</sup> Em

---

<sup>20</sup> BRYNJOLFSSON, Erik. MCAFEE, Andrew. Race Against The Machine: How the Digital Revolution is Accelerating Innovation, Driving Productivity, and Irreversibly Transforming Employment and the Economy. Digital Frontiers Press, 2011 / **Novas Tecnologias Vs Empregabilidade:** Como a Revolução Digital acelera a Inovação, desenvolve Produtividade e transforma de modo Irreversível os

derradeiro, a sociedade passou a ser taxada pelos instrumentos que passou a utilizar para evoluir e não mais por aquilo que de fato é ou foi um dia.

Diante dessa configuração, novos aspectos passaram a ter relevância, como exemplo disso pode-se citar que o principal setor da economia passou a ser a informação e as práticas relacionadas a ela. O conhecimento, por sua vez, passou então a ser valorizado, as pessoas passaram a se preocupar mais com o aparente do que com o existente e a riqueza de cada país passou a ser avaliada pelo seu acesso à tecnologia e a sua capacidade de desenvolvimento na área.

Logo, juntamente ao cenário da informação, fomentado pela publicidade, surge o consumismo desenfreado de bens e serviços que contempla o fenômeno do superendividamento, no qual as pessoas, incitadas pelo mercado de consumo que está sempre buscando novas formas de atrair o consumidor e pelo desejo incontrolável de consumir, ingressam em um estado de inadimplência em relação às suas dívidas, que acabam se tornando insustentáveis.

## 1.1 NOVOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO: CULTURA DA VIRTUALIDADE

A humanidade convive com grandes e incessantes transformações, decorrentes de vários acontecimentos de importância histórica. Baseada nas tecnologias da informação, uma revolução tecnológica passou a remodelar a base social em um ritmo muito acelerado. Tudo isso fomenta a globalização e se reflete por uma sociedade pós-moderna<sup>21</sup>. A expressão “sociedade de informação”<sup>22</sup> ganhou força no decorrer do último século substituindo o termo, até então utilizado, “sociedade pós-industrial”<sup>23</sup>.

---

Empregos e a Economia. M.Books, 2014.

<sup>21</sup> Parte da doutrina define o tempo atual como “pós-modernidade”. Este termo, por sua vez, tornou-se popularmente conhecido no ano de 1979, pelo pensador francês Jean François Lyotard. Segundo ele, esse é o período em que todas as grandes narrativas (visões de mundo) entraram em declínio e os sujeitos passaram a ser livres para inventar tudo novo. **A condição pós-moderna**. Tradução: Ricardo Corrêa Barbosa; posfácio: Silvano Santiago – 12ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009, p. 15-18.

<sup>22</sup> GOUVEIA, Luís Manuel Borges. **Notas de contribuição para uma definição operacional**. 2004. Disponível em: [http://homepage.ufp.pt/lmbg/reserva/lbg\\_socinformacao04.pdf](http://homepage.ufp.pt/lmbg/reserva/lbg_socinformacao04.pdf). Acesso em 14 Abr 2021.

<sup>23</sup> BELL, D. **O Advento da Sociedade Pós-Industrial**. São Paulo. Cultrix. 1974.

Featherstone<sup>24</sup>, assim como alguns outros doutrinadores, define o contexto de tempo atual como “pós-modernidade”. Entretanto, compreende que não se pode definir o pós-modernismo como uma transformação ocorrida em uma determinada época, tampouco como uma nova etapa do capitalismo<sup>25</sup>. Ele acredita que o termo “pós-modernismo” sugere uma superprodução de bens culturais, o que, por sua vez, gera um sistema de difícil controle, que, conseqüentemente, desestabiliza as categorias superiores existentes. Logo, o desenvolvimento da cultura de consumo de bens em massa, aumentou também o consumo de imagens, de signos e de experiências<sup>26</sup>.

Já Bauman<sup>27</sup>, utiliza como nomenclatura para a nova constituição social o termo “modernidade líquida” caracterizando-a pelas metáforas do “líquido” ou da “fluidez” como o principal aspecto dessas mudanças. O autor elucida sua explicação fazendo comparativo a um líquido, o qual sofre constantes transformações quando submetido a uma relação de força, momento que não conserva sua forma por um período muito longo de tempo. O principal objetivo do autor ao usar a definição de liquidez é compreender a substituição de regras e padrões das relações sociais sejam elas culturais, políticas, ou éticas, que são formuladas com deficiência, para trocá-las por novos padrões sociais, levando à perda de solidez e estabilidade<sup>28</sup>.

Para melhor compreensão acerca da noção de modernidade líquida conceituada por Bauman, se faz necessária uma concisa análise de sua construção a partir do estágio anterior à referida época, o qual definiu como “modernidade sólida”. Antes, na ideia de sólido, o mundo tinha mais certezas, a sociedade era estruturada de forma mais rígida e inflexível. O sistema era baseado na racionalidade e os indivíduos eram obrigados a se adaptar àquele determinado padrão de vida<sup>29</sup>.

Existia segurança no trabalho, as empresas eram firmes e as pessoas recebiam salário condizente ao seu desempenho e que proporcionavam qualidade de vida. A sociedade era composta por consumidores e produtores, não apenas por

---

<sup>24</sup> FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. Tradução de Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p. 107.

<sup>25</sup> “O capitalismo visa a maximização de lucros, ou seja, o aumento do excedente apropriado pelo capital com base no controle privado sobre os meios de produção e circulação”. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006, p. 53.

<sup>26</sup> FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. Tradução de Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p. 107.

<sup>27</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Tradução de Jorge Zahar, 2001, p. 11.

<sup>27</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. 2001, p. 11.

<sup>28</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. 2001, p. 11.

<sup>29</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. 2001, p. 11.

consumidores. O consumo para a sobrevivência da modernidade sólida passou ao consumismo, ou seja, a necessidade de consumir sempre mais para ser aceito no atual contexto de sociedade na modernidade líquida. Logo, a obsolescência programada tomou o lugar dos bens de alta durabilidade, fomentando ainda mais o consumismo, fazendo aumentar toda cadeia de circulação de compra e venda de mercadorias, impactando, conseqüentemente, na economia<sup>30</sup>.

Assim, compreende Bauman<sup>31</sup>, que a era pós-moderna<sup>32</sup> ganha espaço no atual contexto social ao passo que incorpora os antigos e sólidos padrões de vida, constituindo moldes novos e líquidos, compatíveis com o modelo capitalista. Ou seja, os antigos sólidos não são simplesmente excluídos, mas substituídos constantemente por outros, novos e aperfeiçoados. Logo, essa passagem de um “estado” para o outro, acarretou mudanças em todos os aspectos da vida humana, surgindo com isso “um mundo repleto de sinais confusos, propenso a mudar com rapidez e de forma imprevisível”<sup>33</sup>.

Juntamente com essa ideologia, Bauman defende que existem outros fatores que influenciam direta e decisivamente a maneira como se reconstrói a sociabilidade, destacando entre eles, a cultura do consumo, a virtualidade e a intensa inovação de tecnologias<sup>34</sup>.

Nesse sentido, já bem explicava Castells, ao afirmar que havia um crescente processo de globalização e interdependência entre mercados financeiros e que isso ocasionaria inúmeros desafios. Em suas palavras:

---

<sup>30</sup> SANT'ANNA, Adriana; PEREIRA, Dirce do Nascimento; CONSALTER, Zilda Mara. **A cooptação dos consumidores pós-modernos e seus matizes:** uma digressão sobre as ingerências no processo decisório do consumo (in)consciente. Revista de Direito do Consumidor. Vol. 133/2021, p. 02-04.

<sup>31</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** 2001, p. 11.

<sup>32</sup> “O cenário pós-moderno é essencialmente cibernético-informático e informacional. Nele, expandem-se cada vez mais os estudos e as pesquisas sobre a linguagem, com o objetivo de conhecer a mecânica da sua produção e estabelecer compatibilidade entre linguagens e máquina informática. Incrementam-se também os estudos sobre a “inteligência artificial” e o esforço sistemático no sentido de conhecer a estrutura e o conhecimento do cérebro bem como o mecanismo da vida. Neste cenário, predominam os esforços (científicos, tecnológicos e políticos) no sentido de informatizar a sociedade. Se, por um lado, o avanço e a cotidianização da tecnologia informática já nos impõe sérias reflexões, por outro lado, seu impacto sobre a ciência vem se revelando considerável”. LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna.** Tradução: Ricardo Corrêa Barbosa; posfácio: Silvano Santiago – 12 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009, p. 12.

<sup>33</sup> LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna.** Tradução: Ricardo Corrêa Barbosa; posfácio: Silvano Santiago – 12 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009, p. 12.

<sup>34</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** Rio de Janeiro: Tradução de Jorge Zahar, 2001. p. 10-15.

[...] embora as regulações nacionais ainda importam (de fato diferenças em ambientes regulatórios propiciam oportunidade para especulação), a capacidade do capital de fluir para títulos e moedas e abandoná-los através dos mercados, bem como a natureza híbrida dos derivados financeiros, muitas vezes compostos de títulos de diversas origens, estão entrelaçando os mercados num ritmo acelerado<sup>35</sup>.

Neste viés, explica Lévy que a informação é o resultado da transmissão de mensagens de interesse recíproco entre um emissor (quem produz a mensagem) e um sujeito (quem recebe a mensagem), por meio de um suporte tecnológico que faz esse intermédio. Logo, toda a informação tem um objetivo específico e um fim para a qual se destina. Assim, para que a informação se propague são necessários meios tecnológicos e virtuais, e, é neste passo que a sociedade caminha para uma cultura de virtualização, onde tudo passará a acontecer e ser feito dentro do ambiente virtual<sup>36</sup>.

A sociedade de informação se caracteriza pela proporção na qual o espaço cibernético avança trazendo a concepção de que está reconfigurando a sociedade e inserindo-a em uma esfera informatizada, onde as pessoas não só recebem instantaneamente informações, como têm a possibilidade de imediatamente emití-las, modificá-las ou expandi-las<sup>37</sup>.

A instantaneidade da informação muda o modo como percebemos tudo o que nos rodeia. Pode-se dar exemplo concreto disso quando diferenciamos a análise de contemplação de uma paisagem andando a pé, andando de bicicleta ou andando de trem-bala. A distinção fica perceptível quando comparada à rapidez, pois quando nos deslocamos rápido, percorremos muito mais paisagens em menos tempo, porém, de outro lado, também perdemos inúmeros detalhes dispersos pelo caminho<sup>38</sup>.

O mesmo ocorre quando estamos expostos à velocidade voraz de milhares de imagens por dia através de nossos meios eletrônicos que estão conectados à internet e que nos expõem a um “bombardeio sensorial que satura nosso sistema perceptivo<sup>39</sup>”. Entretanto, essa quantidade toda de percepções disponíveis e que facilmente chegam até nós, modifica de certa forma o modo como as

---

<sup>35</sup> CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. p.75.

<sup>36</sup> LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo, Editora 34, 1996, p. 46-49.

<sup>37</sup> LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Porto Alegre: Artes e Ofícios. 1999, p.23.

<sup>38</sup> JERUSALINSK, Jiulieta. **Que rede nos sustenta no balanço da web?** – o sujeito na era das relações virtuais. IN: Intoxicações eletrônicas: O sujeito na era das relações virtuais. Organizadoras: BAPTISTA, Angela; JERUSALINSKY, Julieta. Salvador : Ágalma, 2017, p. 14.

<sup>39</sup> JERUSALINSK, Jiulieta. **Que rede nos sustenta no balanço da web?**.

interpretamos, uma vez que diante da rapidez, carece-se de tempo hábil para captar a ideia principal, ligando o que foi percebido à memória e ao esquecimento.<sup>40</sup>

Portanto, nesta era de sociedade da informação a instantaneidade das imagens e informações exige que estejamos sempre atentos ao último acontecimento, para assim nos mantermos atualizados. O jornal, por sua vez, já pode ser considerado um meio de comunicação do passado, visto que traz em seu teor acontecimentos “de ontem”. Como bem explica Jerusalinsky, “hoje em dia o ontem foi a muito tempo!”<sup>41</sup>.

Elucida Abrusio, que as inovações tecnológicas permitiram maior instantaneidade no processo de transmissão de dados, veja-se:

[...] as novas tecnologias de rede e de telecomunicações ampliaram a capacidade e a velocidade de transmissão de dados. Os bancos de dados não são mais passíveis, em regra, de serem localizados fisicamente, pois estão armazenados em redes não mais em uma central identificável de processamento, podendo ser transferidos em segundos. O desenvolvimento dos meios tecnológicos e o crescente recurso a meios eletrônicos que deixam *pegadas eletrônicas* (movimentação de contas bancárias, comércio eletrônico, postagens eletrônicas, utilização de telefonia móvel, visita de sites na internet, meios de videovigilância eletrônica, etc.) tornam cada vez mais importantes as garantias contra o tratamento e a utilização abusiva de dados pessoais informatizados.<sup>42</sup>

Denota-se, pois, que a proporção pela qual o espaço cibernético avança, demonstra que a comunicação e a informação estão transformando o que era uma esfera informatizada em um local onde todos têm possibilidade de informar. Isso porque, a partir do momento que as mensagens se tornam interativas e todas as pessoas podem acessar e ser emissoras, podem também modificar ou expandi-las, imediatamente<sup>43</sup>.

Contudo, observa-se que essa questão envolve não apenas as transformações sociais vivenciadas hoje, como também, reflete fortemente no contexto futuro da humanidade<sup>44</sup>. O surgimento e o desenvolvimento continuado de novas tecnologias proporcionaram a reconfiguração do modelo de sociedade em

---

<sup>40</sup> JERUSALINSK, Jiulieta. **Que rede nos sustenta no balanço da web?**.

<sup>41</sup> JERUSALINSK, Jiulieta. **Que rede nos sustenta no balanço da web?**.

<sup>42</sup> ABRUSIO, Juliana. **Proteção de dados na cultura do algoritmo**. 1 ed. – Belo Horizonte, São Paulo: D'Plácido, 2020, p. 134.

<sup>43</sup> LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Porto Alegre: Artes e Ofícios. 1999, p.23.

<sup>44</sup> SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecologia**, v. 33, n. 1, p. 213-239, 2010.

todos os aspectos, desde a forma de agir, de ser, de pensar e de relacionar, isso tudo em razão das novas configurações de comunicação que passaram a existir.

Nessa conjuntura, bem explicam Kohn e Moraes ao afirmarem que a informação e a tecnologia andam juntas. Em suas palavras, “não se pode separar a informação da tecnologia, algo que vem sendo remodelado e institucionalizado com os avanços na área do conhecimento e das técnicas”<sup>45</sup>.

Nas palavras de Canclini<sup>46</sup>,

Ao mesmo tempo, as tecnologias digitais, associadas à globalização socioeconômica e cultural, promove certezas do que ganhamos: mais informação e entretenimento diversificado, espaços de debate e participação, acesso a bens, mensagens e serviços não disponíveis na própria nação. Num continente onde tantos países têm entre 10% e 25% de sua população no exterior (Equador, Honduras, México, Uruguai e Venezuela), os transplantados gostam de poder se comunicar pela Internet com familiares e amigos remotos, ou comendo molhos picante, arepas ou ceviche com aquela experiência quase cidadã que é consumir seus próprios com compatriotas no desenraizamento<sup>47</sup>. Tradução livre da autora.

Verifica-se que o avanço da tecnologia e a expansão do ambiente virtual têm relação com o fenômeno da globalização<sup>48</sup>. Nas palavras de Bauman, o significado mais profundo trazido pela ideia de globalização “consiste no caráter indeterminado, indisciplinado e de autopropulsão dos assuntos mundiais”, em razão

---

<sup>45</sup> KOHN, Karen; MORAES, Cláudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. p. 1.

<sup>46</sup> CANCLINI, Néstor Raúl Garcías. **Ciudadanos reemplazados por algoritmos**. Calas. Montes, R. Piñera reage a protestos no Chile: Estamos em guerra. El País. <https://bit.ly/2Zp6Vlx>. 21 de outubro de 2019.

<sup>47</sup> “Las tecnologías digitales, asociadas a la globalización socioeconómica y cultural, fomentan certezas de lo que ganamos: más información y entretenimiento diversificado, espacios para debatir y participar, acceso a bienes, mensajes y servicios no disponibles en la propia nación. En un continente donde tantos países tienen entre el 10% y el 25% de su población en el extranjero (Ecuador, Honduras, México, Uruguay y Venezuela), los transplantados disfrutan pudiendo comunicarse por Internet con familiares y amigos remotos, o comiendo salsas picantes, arepas o ceviche con esa experiencia casi de ciudadano que es consumir lo propio con compatriotas en el desarraigo”. CANCLINI, Néstor Raúl Garcías. **Ciudadanos reemplazados por algoritmos**. Calas. Montes, R. Piñera reage a protestos no Chile: Estamos em guerra. El País. <https://bit.ly/2Zp6Vlx>. 21 de outubro de 2019.

<sup>48</sup> Para Beck a “globalização significa, diante deste quadro, os processos, em cujo andamento os Estados nacionais vêem a sua soberania, sua identidade, suas redes de comunicação, suas chances de poder e suas orientações sofrerem a interferência cruzada de atores transnacionais” BECK, Ulrich. **O que é Globalização?** Equívocos do globalismo: respostas à globalização. Tradução de André Carone. São Paulo: Paz e Terra, 1999, p. 30.

da inexistência de um centro de controle, de uma comissão organizadora ou até de um gabinete administrativo, o que torna a globalização “a nova desordem mundial”<sup>49</sup>.

A interação humana no ciberespaço tornou-se um pilar fundamental, visto que tudo acontece por meio da informação. A cibercultura possibilita à sociedade uma conexão desprovida de presença física e apoiada pelos maiores e mais recentes recursos tecnológicos. O espaço cibernético, além de ser um local de relações humanas, possui extrema influência nas questões econômicas e científicas, com grandes expectativas de alastrar-se também a vários outros campos. “A universalização da cibercultura propaga a copresença e a interação de quaisquer pontos do espaço físico, social ou informacional”.<sup>50</sup>

Portanto, essa nova era apresentou interferência em todos os âmbitos, sejam sociais, jurídicos, econômicos e políticos, ao passo que os profissionais que atuam neste campo do saber, passaram a aperfeiçoar e incrementar cada vez mais seus conhecimentos a fim de acompanhá-la, bem como proporcionar às pessoas, além de novos benefícios, maior facilidade e acessibilidade<sup>51</sup>. Assim, a sociedade da informação é ligada pela grande rede chamada internet<sup>52</sup>.

Os computadores passaram a ocupar lugar importante e essencial nesta nova configuração social. As tecnologias digitais possibilitam uma dimensão diferenciada de informações, o que, conseqüentemente, alterou o cenário político, econômico e social. Diferentemente dos meios de suporte em massa (imprensa, televisão, rádio, etc), Lévy define novas funções para a formação da rede digital, que substituirão, em breve, as antigas. Para tanto, divide sua concepção em quatro pólos funcionais, sendo eles: 1) a produção ou composição de dados, de programas ou de representações visuais (técnicas digitais de ajuda à criação); 2) a seleção, recepção e tratamento dos dados, dos sons ou das imagens (terminais de recepção inteligentes); 3) a transmissão (a rede digital de serviços integrados) e, 4) o armazenamento (banco de dados e imagens)<sup>53</sup>.

---

<sup>49</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Tradução de Jorge Zahar Ed., 1998, p. 67.

<sup>50</sup> LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Porto Alegre: Artes e Ofícios. 1999, p. 46-47.

<sup>51</sup> OLIVEIRA, Malize Lourdes de; TYBUSCH, Jerônimo Siqueira; ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso et al. O reflexo das tecnologias na construção e desconstrução da sociedade. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental – ReGet**, Santa Maria – RS, v. 19, n. 1, jan.- abr. 2015, p.114-120.

<sup>52</sup> ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo código civil e no código do consumidor**. Barueri, São Paulo: Manole, 2004.

<sup>53</sup> LÉVY, Pierre. **Tecnologias da inteligência**. Rio de Janeiro: 34, 1994, p. 101.

O surgimento da internet<sup>54</sup>, por sua vez, superou a ideia de materialidade, passando a revolucionar as formas de comunicação e informação em rede. Logo, o acesso à internet tornou-se parte constitutiva e indispensável do ser humano, ao ponto que estar privado dele, significa estar excluído dos círculos sociais. Dessa forma deixam as pessoas de viver o tempo presente e tangível, admitindo a construção de um imaginário sobre a realidade. No mundo concreto, as trocas e experiências foram substituídas por uma socialização virtual, a qual nem sempre atende à necessidade e demanda de cada um<sup>55</sup>.

Para Castells, “a sociedade em rede também se manifesta na transformação da sociabilidade”<sup>56</sup>. O autor entende que a internet não é a responsável pelo desaparecimento das relações presenciais, tão pouco pelo isolamento das pessoas em frente às suas máquinas. Afirma que os usuários da internet são muito mais sociáveis e possuem muito mais amigos, em razão do grande número de contatos ativos que a tecnologia em rede proporciona. Outrossim, acredita que quanto mais a pessoa se envolve com a internet, mais possui interações face a face<sup>57</sup>.

Portanto, a internet representa uma “interligação de vários computadores em várias redes ligadas internacionalmente, as quais permitem a comunicação entre pessoas e a livre circulação de informações de qualquer espécie”<sup>58</sup>. Na grande rede encontram-se informações de grande interesse,

desde informações importantes como as científicas, as jornalísticas e as culturais até aquelas sem qualquer utilidade – a pornográfica – e outras proibidas – propaganda de sistema de governo totalitário, como o nazismo ou, ainda, a propaganda de incentivo ao ódio racial.<sup>59</sup>

---

<sup>54</sup> Explica Pellanda que a “Internet é, em última instância, uma tecnologia de comunicação. A parafernália de computadores pessoais, modems, servidores, fibras óticas e ondas de rádio que estabelecem as conexões pode ser reduzida a uma caixa preta, uma espécie de telefone, que se comunica não apenas por voz, mas também por imagem, em um nível jamais sonhado há apenas vinte anos” PELLANDA, Luiz Ernesto Cabral. **Psicanálise e Internet**. In: LÉVY, Pierre. *Cibercultura: um hipertexto com Pierre Lévy*, Porto Alegre: Artes e Ofícios. 2000, p. 134.

<sup>55</sup> LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 4ª ed. 2008, p. 101-109.

<sup>56</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006, p. 23.

<sup>57</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006, p. 23.

<sup>58</sup> ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo código civil e no código do consumidor**. Barueri, São Paulo: Manole, 2004, p.12.

<sup>59</sup> ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo código civil e no código do consumidor**. Barueri, São Paulo: Manole, 2004, p.12.

Essa interligação por meio da internet retrata que a “tecnologia contemporânea é um dos fatores mais importantes de formação da sociedade contemporânea”<sup>60</sup>. Assim, as características da cibercultura destacam-se

pela formação de uma sociedade estruturada através de uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informações sob as mais diversas formas, fomentando agregações sociais. O ciberespaço cria um mundo operante, interligado para ícones, portais, sítios e homes pages, permitindo colocar o poder da emissão nas mãos de uma cultura jovem, tribal, gregária, que vai produzir informação, agregar ruídos e colagens, jogar excesso ao sistema [...] talvez estejamos buscando pelas tecnologias uma nova forma de agregação social (eletrônica, efêmera e planetária).<sup>61</sup>

Nas palavras de Paesani “a explosão da internet<sup>62</sup> determinou uma transformação qualitativa e quantitativa das informações e a possibilidade de comunicação imediata criou um novo domínio social do indivíduo: o poder informático”<sup>63</sup>. Partindo dessa premissa, compreende a autora que a chegada da internet criou outro elemento inovador para a sociedade, que é a transparência. Justifica sua tese baseada na possibilidade de acesso, por qualquer pessoa, a uma quantidade infinita de informações, em relação a qualquer aspecto<sup>64</sup>, incluindo as de cunho pessoal.

Para Castells, há duas décadas o mundo está passando por constantes transformações. Esse processo de mutação é por ele definido como multidisciplinar, tendo em vista sua associação com as tecnologias de comunicação e informação, as quais se difundiram de forma avassaladora por todo o planeta. Segundo o autor, não é a tecnologia quem determina a sociedade, mas sim a sociedade que dá forma à

---

<sup>60</sup> LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 4ª ed. 2008, p. 87-88.

<sup>61</sup> LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 4ª ed. 2008, p. 87-88.

<sup>62</sup> Nas palavras de Corrêa, a internet é “um sistema global de rede de computadores que possibilita a comunicação e a transferência de arquivos de uma máquina a qualquer outra máquina conectada na rede, possibilitando, assim, um intercâmbio de informações sem precedentes na história, de maneira rápida, eficiente e sem limitação de fronteiras, culminando na criação de novos mecanismos de relacionamento” CORRÊA, Gustavo Testa. **Aspectos jurídicos da internet**. 2. Ed. rev. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 08.

<sup>63</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006, p. 36-37.

<sup>64</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 2006, p. 36-37.

tecnologia, na medida que utiliza dela para a satisfação de suas necessidades e interesses<sup>65</sup>.

Na sociedade da informação quase tudo é publicado na internet. Essa foi uma forma descoberta para transmitir e compartilhar rapidamente informações e dados, tanto para pessoas físicas quanto jurídicas. Isso porque, a internet fez com que a distância entre as pessoas praticamente desaparecesse, permitindo que mantenham vínculo em tempo real, se assim optarem, a um custo relativamente baixo<sup>66</sup>.

A importância da internet na sociedade é atribuída às inúmeras oportunidades que dela podem ser exploradas, visto que desempenha papel fundamental como meio de comunicação, trabalho, lazer, viagens e prestação de serviços, além do armazenamento e da disponibilização de informações.

A internet é considerada uma grande fonte de informação global, visto que transmite dados, retrata comportamentos e notícias sobre os mais diversos assuntos e de todas as partes do mundo, durante as vinte quatro horas do dia. Para muitos, o grande atrativo da internet é justamente o fato de ela não ter dono, ou seja, não ser controlada por ninguém, ao mesmo tempo que todos para ela contribuem<sup>67</sup>.

A internet trouxe diversos benefícios para os usuários, pois

é uma imensa rede que liga os computadores em todo o planeta e que antes acessada principalmente por cientistas e pesquisadores, vem sendo cada vez mais utilizada por empresas e empresários de diversos setores da economia por causa da disponibilização de informações para negócios, possível por meio de sites especializados em vários segmentos do mercado<sup>68</sup>

Pilau Sobrinho explica a importante diferenciação entre internet e meios de comunicação. Para ele, a internet deve ser considerada um meio de comunicação em determinados casos, quando por exemplo, é possível a troca de informações entre os usuários, bem como a seleção da informação considerada importante face à rede mundial de computadores. No entanto, “por meios de comunicação entende aquelas tecnologias capazes de potencializar a comunicação”, como é o caso da internet, “a

---

<sup>65</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 2006, p. 16.

<sup>66</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico)**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004, p. 78-79.

<sup>67</sup> CUNHA, Murilo Bastos da; CAVALCANTI, Cordélia Robalinho de Oliveira. **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**. Brasília: Brique de Lemos/Livros, 2008, p.72.

<sup>68</sup> TAMMARO, Anna Maria; SALARELLI, Alberto. **A Biblioteca Digital**. Brasília: Brique de Lemos/Livros, 2008, p. 164.

técnica possibilitou a massificação da comunicação, produzindo meios de comunicação cujo alcance transcende fronteiras<sup>69</sup>.

Contudo, frisa-se que, além de facilitar o acesso às informações e relacionamentos, por outro lado, a internet também apresenta dificuldades, visto que nem todos os usuários estão aptos a utilizá-la, bem como nem todas as informações expostas são confiáveis. Isso ocorre, porque, são inúmeras as informações expostas na internet e esse número cresce diariamente, proporcionando aos usuários uma quantidade imensurável de informações. No entanto, não lhes é ofertada, na mesma proporção, a possibilidade de averiguar sua procedência<sup>70</sup>. Essa dificuldade surge em razão da facilidade das publicações, que não passam por critérios avaliativos<sup>71</sup>.

Esse processo de mutação em direção à sociedade da informação resulta da tecnologia e está fora da interferência de fatores sociais e políticos. Para Castells, a transformação tecnológica e os processos sociais são resultado de um conjunto de fatores sociais pré-existentes como: a criatividade, o empreendedorismo e a pesquisa científica e pode ser definido como multidisciplinar, tendo em vista sua associação com as tecnologias de comunicação e informação, as quais se difundiram de forma avassaladora por todo o planeta<sup>72</sup>.

Entretanto, tais necessidades são provocadas e esperadas por seus criadores face seus possíveis beneficiários - os consumidores. Isso porque entende-se que quando uma necessidade é satisfeita, surge espaço para a então inovação tecnológica que irá criar um novo processo com o intuito de satisfazer uma nova necessidade. Ou seja, através da inovação tecnológica, provoca-se através da oferta a necessidade no consumidor de obter determinado produto ou serviço - seja para

---

<sup>69</sup> PILAU SOBRINHO, Liton Lanes. **Comunicação e direito à saúde**. Tese de Doutorado apresentada em São Leopoldo, 2008. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/2483>. Acesso em 12 Abr 2022.

<sup>70</sup> ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017.

<sup>71</sup> Lévy explica: “Um mundo virtual, no sentido amplo, é um universo de possíveis, calculáveis a partir de um modelo digital. Ao interagir com o mundo virtual, os usuários o exploram e o atualizam simultaneamente. Quando as interações podem enriquecer ou modificar o modelo, o mundo virtual torna-se um vetor de inteligência e criação coletivas. Computadores e redes de computadores surgem, então, como a infraestrutura física do novo universo informacional da virtualidade. Quanto mais se disseminam, quanto maior sua potência de cálculo, capacidade de memória e de transmissão, mais os mundos virtuais irão multiplicar-se em quantidade e desenvolver-se em variedade”. LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Porto Alegre: Artes e Ofícios 1999, p. 75.

<sup>72</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006, p. 25.

uma finalidade benéfica ou para se manter aceito socialmente no cenário ao qual está inserido<sup>73</sup>.

Pode-se afirmar que o processo de evolução econômica gerado pela inovação tecnológica se dá, quase em sua integralidade, pela oferta e não pela demanda. Denota-se que os consumidores são ensinados a querer sempre coisas novas. Logo, assumem lugar de extrema importância no processo de evolução do sistema econômico em função da inovação tecnológica, uma vez que são considerados fundamentais para o processo e é por isso que as inovações devem ser constantes. Essas incessantes necessidades não só motivam, mas como são essenciais<sup>74</sup>,

[...] as pessoas que dirigem as empresas de negócios apenas executam o que lhes é prescrito pelas necessidades ou pela demanda e pelos meios e métodos de produção dados. Os indivíduos só têm influência na medida em que são consumidores, na medida em que expressam uma demanda [...]<sup>75</sup>.

Desse modo, desde o início do século vivencia-se uma espécie de passagem de uma cultura, até então “real/material”, para um novo paradigma tecnológico virtual, o qual só vem tomando espaço devido à constante adequação da sociedade e de sua conseqüente utilização<sup>76</sup>. A instantaneidade e a desterritorialização - a possibilidade da efetivação de um negócio sem a necessidade da presencialidade física das partes, mas sim, com um acordo de vontades recíprocas – superam os limites da distância geográfica e são os principais fatores responsáveis pelo aumento significativo da demanda no meio eletrônico<sup>77</sup>.

Acerca da discrepância entre o real e o virtual, explica Lévy:

<sup>73</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006, p. 16.

<sup>74</sup> No entanto as inovações no sistema econômico não aparecem, via de regra, de tal maneira que primeiramente as novas necessidades surgem espontaneamente nos consumidores e então o aparato produtivo se modifica sob sua pressão. Não negamos a presença desse nexos. Entretanto, é o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daquelas que tinham o hábito de usar. SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Editora Abril S.A. Cultural e Industrial, 1997, p. 76.

<sup>75</sup> SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Editora Abril S.A. Cultural e Industrial, 1997, p. 38.

<sup>76</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Tradução de Jorge Zahar, 2001, p. 20.

<sup>77</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico)**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004, p. 91.

A virtualização não é uma desrealização (a transformação de uma realidade num conjunto de possíveis), mas uma mutação de identidade, um deslocamento do centro gravitacional ontológico do objeto considerado: em vez de se definir principalmente por sua atualidade (uma “solução”), a entidade passa a encontrar sua consistência essencial num campo problemático.<sup>78</sup>

Verifica-se, que a sociedade digital inserida na era da informação é importante para as transformações e mudanças que ocorrem, visto que possui sua construção baseada em informações transmitidas pelas tecnologias digitais, por meio da comunicação possibilitada pelo advento da internet. É inegável, pois, que a internet transformou o modo como a sociedade passou a interagir, mudando drasticamente as formas de relacionamento e comportamento das pessoas. As relações sociais, assim como a efetivação de contratos no âmbito nacional e internacional evoluem e são modificadas continuamente.

Muitas pessoas e empresas utilizam a internet como meio de divulgar e vender seus produtos. Por outro lado, os profissionais que não se atualizaram e adaptaram suas estratégias e, por vezes, até trabalhadores, tendo em vista que esse meio também exigiu habilidades específicas, de modo a explorar essa realidade tecnológica para atingir suas metas, acabaram sendo excluídos do mercado e substituídos por outros que comportam esse cenário. Esse contexto, no entanto, deixou comprovado que o surgimento das novas tecnologias foi responsável por um grande movimento de inclusão e exclusão social<sup>79</sup>.

Outrossim, os países que apresentaram melhor e mais avançado desempenho tecnológico, tiveram como resultado maior produção de bens e serviços, fator que, conseqüentemente, fez com que países menos desenvolvidos nesse aspecto se tornassem reféns dessa tecnologia. Com isso, também, muitos usuários consideram a compra pela internet uma maneira fácil de adquirir bens e serviços sem sair de casa. Assim, os consumidores com interesse em satisfazer suas necessidades aliados ao acesso à informação, fomentaram esse mercado e foram os responsáveis pelo aumento significativo das demandas. Observa-se que esse mercado tem

---

<sup>78</sup> LÉVY PIERRE. **O que é o Virtual?**. Editora 34, 2011, p. 17.

<sup>79</sup> OLIVEIRA, Malize Lourdes de; TYBUSCH, Jerônimo Siqueira; ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso et al. O reflexo das tecnologias na construção e desconstrução da sociedade. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental – ReGet**, Santa Maria – RS, v. 19, n. 1, jan.- abr.2015, p.114-120. p. 118.

crescido muito, pois pela a internet é possível comercializar toda a espécie de bens. Tal situação fomenta o consumismo que caracteriza a sociedade de consumo<sup>80</sup>.

Assim, ao passo que as inovações tecnológicas foram ocorrendo e transformando a sociedade, foram sendo criados novos instrumentos, sofisticados ambientes, modernos sites e canais dos mais diversos segmentos, possibilitando novas experiências, novas interações e novos desafios. Toda essa novidade, despertou a aderência de usuários do mundo todo, que tão logo emergiram aos meios de comunicação e informação, dada a infinidade de informações e possibilidades, sem mensurar esforços.

Logo, com um volume estrondoso de adesão devido aos mais diversos fatores motivacionais de utilização, o presencial passou a dar espaço ao virtual, desencadeando, como bem explica Lévy, a espécie virtualização do real, momento em que se passa a coexistir virtualmente no mundo digital. A grande rede chamada internet, possibilitou, contudo, uma ilimitada oferta de produtos e serviços que transcendem as limitações territoriais e fomentam, diariamente, novos hábitos de consumo<sup>81</sup>.

Neste norte, observa-se que a alarmante expansão tecnológica mundial, proporcionada pela grande rede denominada internet, a qual promove a interligação dos meios de comunicação e informação, fomentaram, ainda mais, o consumo. Isso ocorreu em razão do acesso imediato e facilitado às compras dos mais variados itens e produtos passíveis de comercialização. Subentende-se, pois, que diante da

constante dinâmica mercadológica, e com a célere sofisticação das interações sociais ocorridas nas décadas subsequentes, o consumo estabeleceu, de modo definitivo, sua posição de destaque na sociedade capitalista do século XX, adquirindo contornos inimagináveis na contemporaneidade, notadamente com o advento da globalização e desenvolvimento tecnológico.<sup>82</sup>

Observa-se, assim, que através da internet o ato de consumir restou

---

<sup>80</sup> DUPONT, Fabiano Rodrigo; DIEHL, Rodrigo Cristiano. O papel das novas tecnologias de informação na educação para o consumo: diálogos com a modernidade. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...**, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015. p. 6.

<sup>81</sup> LÉVY PIERRE. **O que é o Virtual?**. Editora 34, 2011.

<sup>82</sup> SANT'ANNA, Adriana; PEREIRA, Dirce do Nascimento; CONSALTER, Zilda Mara. **A cooptação dos consumidores pós-modernos e seus matizes**: uma digressão sobre as ingerências no processo decisório do consumo (in)consciente. Revista de Direito do Consumidor. Vol. 133/2021, p. 413-438.

facilitado, visto que os percalços referentes à distância, preços, condições e até mesmo opções de oferta, passaram a ser minimizados. Isso porque, havendo interesse na compra de uma camisa, por exemplo, basta que, a qualquer horário e localidade, seja pesquisado em rede ofertas e condições para a aquisição do modelo desejado. Havendo ou não a disponibilidade do produto, cabe ao consumidor manifestar seu interesse em pesquisar essa mesma mercadoria em lojas físicas. Além da comodidade e praticidade do consumo em rede, por vezes as condições impostas nas plataformas digitais são mais facilitadas do que no próprio comércio local, como por exemplo o parcelamento.

Sob esse contexto, verifica-se que a sociedade da informação, originada pelo advento da internet, desencadeou inúmeras mudanças de alto impacto na sociedade contemporânea. Souza explica que os consumidores estão

cada vez mais bem-educados e informados e com instrumentos cada vez mais poderosos de atualização, comparação e avaliação, trocando informações e percepções entre si, são estimulados para manifestar mais explicitamente seus desejos e individualidades e precipitam o desenho dessa nova realidade<sup>83</sup>.

Neste viés, verifica-se que a principal mudança originada foi a descentralização do poder nas relações comerciais, que até então era concentrado nas grandes corporações, que passou a ser dos consumidores ou Neoconsumidores, o consumidor multicanal global, como é definido por Souza<sup>84</sup>.

Trata-se, pois, de uma sociedade que vive um cenário social, mas que, concomitantemente, se mantém em progressiva transformação, uma vez que “os computadores ocupam espaço importante e essencial no atual modelo de sociabilidade que configura todos os setores, comércio, política, serviços, entretenimento, informação, relacionamentos”<sup>85</sup> e se modernizam diariamente.

Assim, o contexto prático do atual progresso tecnológico resta evidentemente claro nas transformações do meio social, através da facilitação da vida, do acesso à informação, à educação, à cultura, à novas profissões, aos novos

---

<sup>83</sup> SOUZA, Marcos Gouvea de. **Neoconsumidor** – Digital, Multicanal & Global. GS & MD, 2009, p. 25.

<sup>84</sup> SOUZA, Marcos Gouvea de. **Neoconsumidor**. 2009.

<sup>85</sup> KOHN, Karen; MORAES, Cláudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. p. 5.

produtos e serviços que, conseqüentemente, promovem alteração no cenário econômico, político e social<sup>86</sup>.

Logo, no aspecto de vivência na seara virtual todo e qualquer tempo, seja ele segundos, horas ou dias, gasto pelo usuário na internet, através de sua imersão que se dá pelos mais variados meios de interação (computadores, *tablets*, *smartphones* ou qualquer outro meio que permite navegação por WWW), contribui para a construção e virtualização da sua própria pessoa em rede, que se torna real, mesmo em um espaço não material. Contudo, essa imersão diária e contínua, desenvolve aspectos quantitativos, lógicos e racionais variáveis que, constantemente, criam de maneira mais exata perfis digitais humanos, de modo que, quanto mais cresce essa utilização digital, mais os usuários abdicam-se do real, tornando-se cada vez mais dependentes da internet<sup>87</sup>.

## 1.2 O PAPEL DO ALGORITMO COMO INFLUENCIADOR NA SOCIEDADE DE CONSUMO E A (HIPER)VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

No atual contexto social, geralmente, as pessoas<sup>88</sup> possuem algum meio de comunicação, seja ele *smartphone*, *tablet*, *notebook* entre outros que estão em constante criação. Assim, com o advento da internet e o surgimento de novas tecnologias, as comunicações tornaram-se mais fáceis e rápidas. Visitar sites de todas as espécies de produtos, comparar preços ou até mesmo estudar *on-line*, em qualquer horário e sem sair de casa, gerou uma grande comodidade aos consumidores, que cada dia mais aderem a este meio de consumo.

---

<sup>86</sup> KOHN, Karen; MORAES, Cláudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. **Anais...**2007.

<sup>87</sup> RAMOS, Daniela Osvald. **A influência do algoritmo**. Revista *Communicare*. Volume 17 – Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view>. Acesso em 22 Abr 2021.

<sup>88</sup> “De fato, para a grande maior parte da humanidade a globalização está se impondo como uma fábrica de perversidades. O desemprego crescente torna-se crônico. A pobreza aumenta e as classes médias perdem em qualidade de vida. O salário médio tende a baixar. A fome e o desabrigo se generalizam em todos os continentes. Novas enfermidades como a SIDA se instalam e velhas doenças, supostamente extirpadas, fazem seu retorno triunfal. A mortalidade infantil permanece, a despeito dos progressos médicos e da informação. A educação de qualidade é cada vez mais inacessível. Alastram-se e aprofundam-se males espirituais e morais, como os egoísmos, os cinismos, a corrupção”. SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à conscientização universal**. 18. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2009, p. 10.

Logo, o que até então era feito no papel, por escrito e presencialmente, passou a ser virtual. Com a expansão da internet e dos meios de comunicação de rede descobriu-se que contratar virtualmente é mais fácil, acessível, econômico e sem limitações. Desse modo, em razão de suas atrativas características, o comércio eletrônico cresceu vertiginosamente nos últimos anos e vem tomando o lugar do comércio convencional<sup>89</sup>.

Contudo, o surgimento do comércio eletrônico<sup>90</sup> é uma realidade advinda do desenvolvimento da internet que modificou o modelo tradicional de se realizar negócios. Segundo Teixeira “o comércio eletrônico nada mais é do que uma extensão do comércio convencional, que existe há milênios”<sup>91</sup>. O acesso às redes, que se ampliou gradativamente com o passar dos anos, fez com que os profissionais comerciantes passassem a investir mais nessa modalidade, divulgando e expondo seus produtos e serviços no meio virtual e isso, conseqüentemente, aumentou sua oferta e a procura.<sup>92</sup>

Nesse mesmo sentido é o posicionamento de Souza e Salib, os quais sustentam que o

uso do comércio eletrônico transformou as relações comerciais de modo a relativizar distâncias e limites territoriais que possam existir para que os cidadãos satisfaçam suas vontades enquanto consumidores. A Internet se consolida como meio de suprir crises no mercado interno e de divulgação de produtos e serviços em nível mundial, agregando valor às empresas e transformando o *e-commerce* no responsável pelo salto nos faturamentos<sup>93</sup>.

Entretanto, por meio desse processamento e transmissão de dados que acontece nas plataformas de pesquisa em rede, criam-se os perfis digitais dos

---

<sup>89</sup> TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio eletrônico conforme o marco civil da internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil**. São Paulo Saraiva 2015, p. 31-32.

<sup>90</sup> Segundo Lorenzetti, o comércio eletrônico é uma modalidade de compra e venda efetuada à distância, caracterizada através da compra de produtos ou serviços por meio de equipamentos eletrônicos que transmitem e recebem informações. Em outras palavras, o comércio eletrônico é uma realidade advinda do surgimento dos meios de comunicação e informação, que caracterizam a sociedade contemporânea e define-se pela comercialização de bens e ou serviços através do processamento e transmissão eletrônicos de dados. LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio eletrônico**. Tradução de Fabiano Menke; com notas de Claudia Lima Marques. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004, p. 91.

<sup>91</sup> TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio eletrônico conforme o marco civil da internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil**. São Paulo Saraiva 2015, p. 26-27.

<sup>92</sup> TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio eletrônico conforme o marco civil da internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil**. São Paulo Saraiva 2015, p. 26-27.

<sup>93</sup> SOUZA, Cássio Bruno Castro; SALIB, Marta Luiza Leszczynski. A hipervulnerabilidade do consumidor no e-commerce cross border: o desafio do mercado transnacional. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Belém, v. 5, n. 2, p. 64-84, Jul/Dez., 2019. p. 68.

usuários, através de algoritmos. Ou seja, cada vez que o consumidor navega na internet seja para pesquisar preços, comprar ou comercializar produtos ou serviços, ou até mesmo para acessar redes sociais, *e-mails*, entre outros, dados pessoais dele são inseridos e armazenados, de modo que ao acessar novamente essa plataforma terá seu conteúdo direcionado.

Esse processo de direcionamento ocorre através do algoritmo, que mede, por meio da influência humana, o resultado desejado através do clique, uma vez que este movimento deixa em evidência o conteúdo acessado e dá ênfase para que ele seja mais ou menos visualizado. Nesta senda, verifica-se que o algoritmo, de certa forma, vincula o interesse à informação e, é através deles, que o produto chega ao consumidor<sup>94</sup>.

Para isso, basta que o consumidor tenha acesso à internet e efetue uma simples pesquisa sobre qualquer produto ou serviço ou, até mesmo, fale sobre eles em tom de voz alto e próximo a um *smartphone*, que automaticamente passa a receber anúncios, de diversas empresas, sobre aquele determinado item. Em outras palavras, entende-se que o algoritmo objetiva aliar, cada vez mais, o consumidor a seus gostos e interesses. Tão logo, esse liame fomenta ainda mais os índices de consumo de bens e serviços, influenciando na tomada de decisões dos consumidores nos mais variados setores, desde a escolha de uma roupa, quanto de um curso, de um local para morar, estudar, entre outros<sup>95</sup>.

Explica Obladen, que o algoritmo busca “generalizar um produto, a partir de uma amostra de indivíduos e dos seus respectivos interesses”<sup>96</sup>. Percebe-se, nitidamente, esse direcionamento, ao passo que se um determinado grupo de consumidores demonstra interesse em um dado produto, outros grupos de consumidores “ligados, conhecidos ou relacionados ao primeiro grupo também podem vir a se interessar por este mesmo produto”<sup>97</sup>.

---

<sup>94</sup> RAMOS, Daniela Osvald. **A influência do algoritmo**. Revista Comunicare. Volume 17 – Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view>. Acesso em 22 Abr 2021.

<sup>95</sup> RAMOS, Daniela Osvald. **A influência do algoritmo**. Revista Comunicare. Volume 17 – Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view>. Acesso em 22 Abr 2021.

<sup>96</sup> OBLADEN, Cinthia. **A obscuridade dos algoritmos e a LGPD**. NPD - Instituto Nacional de Proteção de Dados. Artigo publicado em 05-11-2020. Disponível em: <https://www.inpd.com.br/post/a-obscuridade-dos-algoritmos-e-a-lgpd>. Acesso em 08 Abr 2022.

<sup>97</sup> OBLADEN, Cinthia. **A obscuridade dos algoritmos e a LGPD**. NPD - Instituto Nacional de Proteção de Dados. Artigo publicado em 05-11-2020. Disponível em: <https://www.inpd.com.br/post/a-obscuridade-dos-algoritmos-e-a-lgpd>. Acesso em 08 Abr 2022.

Importa frisar que a matéria-prima extraída pelos algoritmos para que exerçam, de fato, sua função, é o *big data*, uma grandiosa quantidade de dados que ficam disponíveis no mundo virtual e que tratados, com o devido processamento, podem ser transformados em informações economicamente úteis, que servirão como norteadores para o processo decisório algorítmico.<sup>98</sup>

Se comparado ao meio social, o algoritmo pode ser colacionado a regra de multiplicação ensinada em séries iniciais, que permite obter o produto de dois números de vários dígitos, com papel e lápis, entretanto, não necessariamente utiliza-se o cérebro humano para isso. Isso é um algoritmo simples, uma maneira de realizar tarefas mais complexas por meio de mecanismos digitais<sup>99</sup>.

Segundo Gillispie<sup>100</sup>, no começo da era computacional, acreditava-se que, apenas a matemática estaria sujeita à digitalização

desde que nós abraçamos as ferramentas computacionais como nosso principal meio de expressão, não apenas para a matemática, mas para toda a informação digital, estamos sujeitando o conhecimento e o discurso humano a estas lógicas processuais que permeiam toda a computação<sup>101</sup>.

O mais interessante é que hoje, os algoritmos fazem parte da vida de todos os usuários de rede e estão presentes rotineiramente, desde a comunicação, alimentação e até mesmo nas operações do mercado financeiro. Os algoritmos são muito importantes e estão aplicados, em sua maioria, nos filtros de pesquisas on-line e nas personalizações de anúncios, de modo que também estão em pauta seguidamente nos debates legislativos e nos setores administrativos das empresas, devido aos tópicos de segurança da informação<sup>102</sup>.

---

<sup>98</sup> FRAZÃO, Ana. **Big data e impactos sobre a análise concorrencial**. Parte I. Jota. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018>. Acesso em 10 Abr 2022.

<sup>99</sup> ABRUSIO, Juliana. **Proteção de dados na cultura do algoritmo**. 1 ed. – Belo Horizonte, São Paulo: D'Plácido, 2020, p. 77-78.

<sup>100</sup> GILLESPIE, T. The relevance of algorithms. **Media Technologies: Essays on communication, materiality, and society**. Cambridge, 2013, p. 1-2. Disponível em: <<http://governingalgorithms.org/wp-content/uploads/2013/05/1-paper-gillespie.pdf>>. Acesso em 07/04/2022.

<sup>101</sup> “But as we have embraced computational tools as our primary media of expression, and have made not just mathematics but all information digital, we are subjecting human discourse and knowledge to these procedural logics that undergird all computation”. GILLESPIE, T. The relevance of algorithms. **Media Technologies: Essays on communication, materiality, and society**. Cambridge, 2013, p. 1-2. Disponível em: <<http://governingalgorithms.org/wp-content/uploads/2013/05/1-paper-gillespie.pdf>>. Acesso em 07/04/2022.

<sup>102</sup> ABRUSIO, Juliana. **Proteção de dados na cultura do algoritmo**. 1 ed. – Belo Horizonte, São Paulo: D'Plácido, 2020, p. 77-78.

Eles podem ser aplicados em qualquer área do mercado, baseado nas ferramentas de tecnologia, e trazem inúmeras vantagens tanto para as empresas que optam pela transformação digital em suas soluções, quanto para os consumidores que buscam opções junto às redes de comunicação.

Nas palavras do francês Althusser “você e eu somos sempre já sujeitos, e, como tais, praticamos sem interrupção os rituais do reconhecimento ideológico”<sup>103</sup>. Sob a ótica neoliberalista todos somos, desde sempre consumidores, mesmo que não nos identifiquemos como tal e ao passo que há constante interpelação, essa condição de consumidor se renova automaticamente. Similarmente, a racionalidade do consumidor associada ao mercado econômico e aos meios tecnológicos, proporciona a expansão dos algoritmos<sup>104</sup>.

Por ser uma palavra moderna, conseqüentemente a sua existência é ligada aos meios digitais. Entretanto, os algoritmos existem tanto através de meios digitais, quanto analógicos, que podem partir tanto de uma simples receita de cozinha, quanto de um elemento essencial para o processamento de dados digitais e no funcionamento de computadores. Percebe-se a existência do algoritmo no meio analógico relacionado à uma receita, no momento em que ela nos permite identificar o passo a passo para a produção e confecção de um bolo, por exemplo<sup>105</sup>.

Sob este viés de entendimento, Abrusio argumenta que

a base do algoritmo é a matemática. Costuma-se comparar o algoritmo à uma receita de bolo. São comandos que, quando atendidos, ao final, formam o produto esperado [...]. De modo geral, um algoritmo oferece uma maneira de resolver um problema. Com base nesse plano de solução, os dados de entrada são convertidos em dados de saída em etapas únicas. Assim, é possível afirmar que um algoritmo é qualquer procedimento de computador bem definido que possua algum valor agregado na qualidade de suas entradas (*input*), gerando outros valores de saída (*output*), de forma que pode ser considerado uma ferramenta para resolver um problema<sup>106</sup>

Nos meios digitais, torna-se facilmente perceptível a existência dos algoritmos ao passo que garante a real utilidade dos computadores. Isso porque,

<sup>103</sup> Tradução livre da autora. No original: “Vous et moi sommes toujours déjà des sujets, et, comme tels, pratiquons sans interruption les rituels de la reconnaissance idéologique”. ALTHUSSER, Louis. **Sur la reproduction**. Paris: Presses Universitaires de France, 1995, p. 225.

<sup>104</sup> CASTRO, Julio Cesar Lemes de. O consumidor como agente no neoliberalismo. **Matrizes**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 273-288, julho/dezembro de 2015.

<sup>105</sup> ABRUSIO, Juliana. **Proteção de dados na cultura do algoritmo**. 1 ed. – Belo Horizonte, São Paulo: D’Plácido, 2020, p. 82-83.

<sup>106</sup> ABRUSIO, Juliana. **Proteção de dados na cultura do algoritmo**. 2020.

executam operações lógicas e aritméticas de maneira instantânea e sem depender da inteligência ou capacidade humana. Logo, em uma sociedade contemporânea que se baseia em dados pessoais de forma intrínseca, os algoritmos passam a ser uma ferramenta essencial para o processamento de tais dados, além do próprio funcionamento das máquinas<sup>107</sup>.

Para melhor elucidar, traz-se à baila a questão dos “influenciadores digitais” também denominados “*influencers*”. Esse termo é utilizado na sociedade da informação para caracterizar pessoas ou marcas que conseguem atingir um grande número de internautas nas redes sociais, através da medição de algoritmos. Não é possível precisar de maneira exata o que vai ou não incentivar o maior número de consumidores a consumirem certos conteúdos em determinados ambientes digitais, no entanto, é através do algoritmo que essa influência é exercida. Ou seja, é através da medição do algoritmo que a pessoa ou marca atinge o seu objetivo é identificar o seu público alvo.

O algoritmo, nesse caso, é o ponto chave para medir ou identificar esse determinado objetivo das empresas, pois se manifesta a partir da leitura dos dados armazenados referentes às buscas, permitindo uma conexão entre os usuários e suas pesquisas. Tão logo, ao passo que os consumidores navegam pela internet a todo tempo, disponibilizam suas informações pessoais, que são armazenadas pelo sistema e usadas novamente a seu favor sempre que ele acessa os mesmos endereços. Assim, seus próprios dados se tornam mercadoria. Nas palavras de Foucault, “o consumidor é um empresário e um empresário de si mesmo” (tradução livre da autora)<sup>108</sup>.

Para ilustrar o exposto e evidenciar a função dos algoritmos nas plataformas de pesquisa, analisa-se a figura anexa que apresenta o acesso à ferramenta Google:

---

<sup>107</sup> ABRUSIO, Juliana. **Proteção de dados na cultura do algoritmo**. 2020.

<sup>108</sup> “Homo œconomicus, c’est un entrepreneur et un entrepreneur de lui-même”. FOUCAULT, Michel. **Naissance de la biopolitique**: cours au Collège de France, 1978-1979. Paris: Gallimard/Seuil, 2004, p. 232.



Figura 1: Busca no Google para os termos “Consumidor” e Fornecedor”. Fonte: Autora, 05/04/2022.

Com base na figura exposta é possível comparar o comando que a pesquisa direciona através da programação do algoritmo quando se busca por um termo na plataforma digital. Verifica-se que, ao buscar no Google pelo termo “consumidor”, a pesquisa direciona para: “consumidor gov”; “consumidor positivo”;

“consumidor por equiparação”; “consumidor rs”; “consumidor positivo boa vista”; “consumidor final”; “consumidor moderno”; “consumidor serasa” e assim sucessivamente.

Do mesmo modo ocorre quando pesquisado pelo termo “fornecedor”, onde os direcionamentos são: “fornecedores dropshipping”; “fornecedores de roupas”; “fornecedores de maquiagem”; “fornecedores de roupas para revenda”; “fornecedores dropshipping nacional”; “fornecedores de papelaria”; “fornecedores de dropshipping; “fornecedores de camisetas” e seguintes.

Analisa-se que, é através de sequências lógicas de acesso que os algoritmos se programam. Logo, toda vez que a busca e a inserção de dados pelo consumidor acontece, concomitantemente, uma adequação de recomendações também ocorre. A interpretação algorítmica do consumidor caracteriza-se, portanto, pela recursividade, ou seja, os seus próprios hábitos de navegação possibilitam um direcionamento ainda mais assertivo. Tão logo essas informações modificam, a interpretação é recalibrada com base nas suas novas informações<sup>109</sup>.

Assim, ao acessar a plataforma de um site específico para efetuar a compra de um item, o consumidor depara-se com sugestões baseadas nas mercadorias que visualizou anteriormente ou até já adquiriu. Logo, ao passo que demonstra ou não interesse pelas sugestões, ou informa que já possui o item ofertado, esses movimentos são captados e dão origem às novas interpelações. Isso tudo proporciona um agenciamento para que o consumo seja mais assertivo e percebido imediatamente, principalmente pelos fornecedores, que conseguem analisar se a mercadoria foi ou não bem-sucedida no mercado<sup>110</sup>.

Como forma de incentivar ainda mais o consumo, as empresas buscam fazer com o que o clique do usuário não seja apenas um comportamento momentâneo, mas sim, transforme-se em hábito, de modo que haja engajamento da publicação e isso desperte a atenção de mais consumidores<sup>111</sup>. Assim explica Eyal:

---

<sup>109</sup> ABRUSIO, Juliana. **Proteção de dados na cultura do algoritmo**. 2020.

<sup>110</sup> CASTRO, Julio Cesar Lemes de. Das massas às redes: comunicação e mobilização política. In: JESUS, Eduardo; TRINDADE, Eneus; JANOTTI, Jeder; ROXO, Marcos (Org.). **Reinvenção comunicacional da política**: modos de habitar e desabitar o século XXI. Salvador, EDUFBA/Brasília: Compós, 2016a. p. 149-166.

<sup>111</sup> GARCIA, Lara Rocha; PINTO, Felipe Chiarello de Souza. **Inovação e sua Principal Barreira Jurídica**. Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM, Santa Maria, RS, v. 15, n. 2, e41419, maio/ago. 2020.

A formação de hábitos é um imperativo para a sobrevivência de muitos produtos. À medida que distrações infinitas competem pela nossa atenção, empresas estão aprendendo a dominar novas técnicas para permanecerem relevantes às mentes dos usuários. A acumulação de milhões de usuários não é mais suficiente. Cada vez mais, empresas acreditam que seu valor econômico é uma função da força dos hábitos que elas criam. A fim de ganhar a lealdade de seus usuários e criar um produto que é utilizado regularmente, as empresas precisam aprender não apenas o que compele os usuários a clicarem, mas também o que faz eles se engancharem (tradução livre da autora).<sup>112</sup>

Sob esse viés destaca-se que os meios de comunicação e a grande rede ensejaram o surgimento de uma nova configuração social, essa, por sua vez, caracterizada pela transmutação da sociedade analógica à sociedade digital, na qual a ilimitada conectividade aliada à intrínseca necessidade de consumir, tornou-se um pressuposto de existência do ser humano, em decorrência do atual sistema de produção.

Logo, o ato de consumir tornou-se padrão na sociedade contemporânea, fator esse que, serviu para rotular as relações entre os sujeitos<sup>113</sup>. Essencial e indispensável para a sobrevivência de todo ser humano, o consumo “é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos”<sup>114</sup>.

A Constituição Federal de 1988 (CF/88)<sup>115</sup> contempla em vários de seus dispositivos a garantia das necessidades humanas a todas as pessoas. É exemplo disso o disposto nos incisos do artigo 5º, como o direito à igualdade, à vida e a liberdade, bem como o exposto no artigo 6º que versa sobre os direitos sociais e os artigos 7º e 11, que elencam direitos e garantias aos trabalhadores<sup>116</sup>. O direito ao mínimo existencial é, por conseguinte, condição para uma vida digna.

Nessa conjuntura, Leivas afirma que

<sup>112</sup> No original: “Forming habits is imperative for the survival of many products. As infinite distractions compete for our attention, companies are learning to master novel tactics to stay relevant in users’ minds. Amassing millions of users is no longer good enough. Companies increasingly find that their economic value is a function of the strength of the habits they create. In order to win the loyalty of their users and create a product that’s regularly used, companies must learn not only what compels users to click but also what makes them tick.” EYAL, Nir. **Hooked: how to build habit-forming products**. New York: Penguin Group, 2014, p. 8.

<sup>113</sup> ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Tradução Roberto Raposo; revista técnica e apresentação Adriano Correia. 13. ed. rev. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017, p. 165.

<sup>114</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 41.

<sup>115</sup> BRASIL, **Constituição Federal**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 28 Mai 2021.

<sup>116</sup> SIQUEIRA, Oniye Nashara; FILHO, Adalberto Simão. **A ressignificação da servidão voluntária na era da algoritmização do consumo e da vigilância digital**. Revista de Direito do Consumidor. Vol. 133/2021, p. 155-174.

o mínimo existencial é a parte do consumo corrente de cada ser humano, seja criança ou adulto, que é necessário para a conservação de uma vida humana digna, o que compreende a necessidade de vida física, como a alimentação, vestuário, moradia, assistência de saúde etc. (mínimo existencial físico) e a necessidade espiritual-cultural, como educação, sociabilidade etc<sup>117</sup>.

Através do incentivo à aquisição de bens e serviços, a lógica capitalista transformou a sociedade de consumidores, que passou a possuir como atributo intrínseco o imediatismo. Assim, o ato de consumir foi tomando maior espaço diante dessa modernidade, a tal ponto, que o consumo se tornou sinônimo de felicidade e realização<sup>118</sup>. Oriundos da sociedade de informação, os meios virtuais, são considerados instrumentos que proporcionam, ainda maior, facilidade e celeridade ao processo e ao incentivo do consumo<sup>119</sup>.

Assim, o conceito da atual sociedade pode ser definido pela expressão “insatisfação” uma vez que a satisfação das pessoas não se detém ao que é necessário, mas sim, sobre a lógica social de diferenciação. Portanto, a cultura do consumo é decorrente do capitalismo, ao passo que a publicidade, a todo custo tenta moldar a visão dos consumidores, tornando assim, a prática de consumir, uma necessidade de subsistência<sup>120</sup>.

Nesse sentido, destaca Marimpietri que a humanidade está vivenciando a era do consumismo, momento em que tudo gira em torno do consumo, “consumir por consumir, por prazer, por *status*, por vaidade, por ansiedade, por recompensa. Compramos a ideia de que consumir é sinônimo de felicidade”.<sup>121</sup>

Sob esse viés, denota-se que, na sociedade contemporânea os consumidores abdicam de sua condição de cidadãos voltando seus ideais para a materialidade e para o consumo, visando não apenas satisfazer suas reais

---

<sup>117</sup> LEIVAS, Paulo Gilberto Cogo; NETO, Cláudio Pereira de Souza; SARMENTO, Daniel (coords.). **Estrutura normativa dos direitos fundamentais sociais e o direito fundamental ao mínimo existencial**. Direitos sociais: fundamentos, judicialização e direitos sociais em espécie. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2010, p. 301.

<sup>118</sup> RODRIGUES, Ana Maria da Silva; OLIVEIRA, Cristina M. V. Camilo de; FREITAS, Maria Cristina Vieira de. Globalização, cultura e sociedade da informação. **Perspect. Cienc. Inf.**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 97 - 105, jan./jun., 2001. p. 100.

<sup>119</sup> DEBORD, Guy. **Sociedade do Espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p. 16-17.

<sup>120</sup> RUSCHEINSKY, Aloísio; CALGARO, Cleide. **Relações de consumo e humanismo: efeitos, reflexos e consequências**. In: PEREIRA, Agostinho OliKoppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio. **Relações de consumo humanismo**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2011, p. 50.

<sup>121</sup> MARIMPIETRI, Flávia. Consumismo e superendividamento. **Revista Magister de Direito Empresarial**. São Paulo: Lex, 2009. p. 69.

necessidades, mas, principalmente, adquirir produtos que lhes proporcionem conforto e status social e assim, se sintam verdadeiramente inseridos na sociedade<sup>122</sup>.

No atual contexto social, as pessoas confundem a felicidade com a ideia de sucesso, crendo que, para serem consideradas bem-sucedidas, precisam ter ou aparentarem ter grande capacidade de consumir<sup>123</sup>, adquirindo bens ou serviços. Um alto padrão de consumo é buscado a qualquer custo e acima de todos os valores. Logo, na sociedade do consumismo, os valores encontram-se invertidos, o ser passa a ser superado pelo ter, e este, por sua vez, pelo parecer<sup>124</sup>.

O ser humano, em razão da necessidade de se manter dentro dos moldes capitalistas, se torna refém de si mesmo. Preocupa-se mais em mostrar as coisas para a sociedade, do que propriamente viver, ou seja, busca aparentar o que gostaria de ser e não o que é, perdendo, assim, totalmente sua identidade<sup>125</sup>. Assim, o consumo “passa a ser o elemento principal das atividades humanas, deslocando o *ser* para o *ter* e, posteriormente, para o aparentar”<sup>126</sup>.

Outrossim, sobre consumo, compreende Bauman que se trata de um atributo inerente à própria existência humana, “tão logo aprendem a ler, ou talvez bem antes, a ‘dependência das compras’ se estabelece nas crianças”<sup>127</sup>: Para ele, numa sociedade de consumidores<sup>128</sup>, todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação (ou seja, ver e tratar o consumo como vocação).

---

<sup>122</sup> RUSCHEINSKY, Aloísio; CALGARO, Cleide. **Relações de consumo e humanismo**: efeitos, reflexos e consequências. In: PEREIRA, Agostinho OliKoppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio. *Relações de consumo humanismo*. Caxias do Sul, RS: Educus, 2011, p. 57.

<sup>123</sup> Além da busca incessante pelo conforto e bem-estar, o consumo é motivado pela vontade constante que muitas pessoas têm de obter reconhecimento pessoal. Isso porque, vive-se em uma sociedade em que o reconhecimento social é medido pelo grau de demonstração de riqueza, portanto “o consumo de bens materiais é uma forma de se buscar o tão desejado status, em uma competitividade interpessoal que não encontra limites”. GOMES, Daniela Vasconcellos. **A sociedade de consumo e a atual desvalorização do consumidor como ser humano**. In: PEREIRA, Agostinho OliKoppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio. *Relações de consumo humanismo*. Caxias do Sul, RS: Educus, 2011. p. 131.

<sup>124</sup> PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe. Consumocentrismo e os seus reflexos socioambientais na sociedade contemporânea. **Revista Direito Ambiental e sociedade**, v. 6, 2016, n. 2. p. 264-279, 2016. p. 267.

<sup>125</sup> GOMES, Daniela Vasconcellos. **A sociedade de consumo e a atual desvalorização do consumidor como ser humano**. 2011, p. 158.

<sup>126</sup> PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe. Consumocentrismo e os seus reflexos socioambientais na sociedade contemporânea. **Revista Direito Ambiental e sociedade**, v. 6, 2016, n. 2. p. 264-279, 2016. p. 267.

<sup>127</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 73.

<sup>128</sup> Nessa é a lógica de uma sociedade de consumidores, as vontades não podem ser saciadas, pois novos desejos precisam surgir, para que assim o ciclo de consumo não pare. Isso acontece não somente em relação aos bens materiais, mas como também nos relacionamentos interpessoais, tornando-os semelhantes às relações de mercado. É perceptível tal situação a partir do momento que não nos sentimos mais completos com as pessoas que nos cercam e necessitamos mais delas,

Define-se assim, o cenário social hodierno, por suas características de consumo, justificando que nele, todos os indivíduos são considerados consumidores<sup>129</sup>, em decorrência do atual sistema de produção. Assim, o ato de consumir tornou-se padrão na sociedade contemporânea, fator esse que, conseqüentemente, calhou a rotular as relações entre os sujeitos.

Nesse sentido, Quessada compreende que existe uma “rotulação dos indivíduos” que se define pela utilização ou não, de marcas e grifes específicas. Desse motivo, por sua vez, deriva o “assujeitamento” dessas pessoas, que nada mais é que “uma modalidade de servidão induzida, que representa a dispensa do conhecimento fornecido pela palavra, em prol de uma estrutura de signos, e serve à unificação do coletivo em torno da marca”<sup>130</sup>.

Sob o viés da assujeitação, Bauman compreende que é o próprio consumidor quem assume a função de mercadoria. Veja-se

[...] numa sociedade de consumidores, em que os vínculos humanos tendem a ser conduzidos e mediados pelos mercados de bens de consumo, o sentimento de pertença não é obtido seguindo-se os procedimentos administrados e supervisionados por essas tendências de estilo aos quais se aspira, mas por meio da própria identificação metonímica do aspirante com a tendência. O processo de autoidentificação é perseguido, e seus resultados são apresentados com a ajuda de marcas de pertença visíveis, em geral encontráveis nas lojas<sup>131</sup>.

Neste contexto, Bauman explica que “numa sociedade de consumidores, tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria prima de que são feitos os sonhos e os contos de fadas”<sup>132</sup>. Para ele, a sociedade atual é movida pelo consumo, sendo que as próprias pessoas se tornaram um “item” à disposição do

---

querendo encontrar nelas algo diferente, sendo que, isso não ocorrendo, buscamos descobrir em outras pessoas, abandonando estas. Define Bauman que nossos relacionamentos se mostram fragilizados, afirmando que “parcerias frouxas e eminentemente revogáveis substituíram o modelo de vida da união pessoal, até que a morte nos separe”. BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido: Sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, p. 112.

<sup>129</sup> ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Tradução Roberto Raposo; revista técnica e apresentação Adriano Correia. 13. ed. rev. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017.

<sup>130</sup> QUESSADA, Dominique. **O poder da publicidade na sociedade consumida pelas marcas: como a globalização impõe produtos, sonhos e ilusões**. Trad. Joana Angélica D. Melo. São Paulo: Futura, 2003.

<sup>131</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 108.

<sup>132</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 22.

sistema, uma vez que, expostas ao mercado através dos meios de comunicação, se tornam responsáveis por influenciar e mover o mercado consumerista<sup>133</sup>.

Sobre esse entendimento, argumenta Arendt que

o tempo livre dos homens jamais é empregado em algo que não seja o consumo, e quanto maior é o tempo de que ele dispõe, mais ávidos e ardentes são os seus apetites. O fato de que esses apetites se tornam mais sofisticados, de modo que o consumo já não se restringe às necessidades da vida, mas, ao contrário, concentra-se principalmente nas superfluidades da vida, não altera o caráter dessa sociedade, mas comporta o grave perigo de que afinal nenhum objeto do mundo esteja a salvo do consumo e da aniquilação por meio do consumo<sup>134</sup>.

Contudo, analisa-se a influência das novas tecnologias para o fomento deste apetitoso consumo. É através da internet que se faz possível destinar todo e qualquer tempo livre ao consumo, uma vez que o comércio eletrônico pode acontecer em todo e qualquer lugar, basta que o consumidor tenha acesso à internet. Nesta modalidade de consumo, não se faz necessário respeitar fila, horário de atendimento, demora no atendimento, sem contar que não exige sequer que o consumidor saia do conforto da sua própria residência, para que possa consumir. Outrossim, no meio virtual, o consumidor pode acompanhar tudo de maneira instantânea, seja lançamentos, tendências, moda ou até mesmo pesquisar o que está sendo mais consumido no outro lado do planeta, tudo em tempo real, fato que o permite estar constantemente atualizado.

Neste norte, verifica-se que na atual concepção de sociedade, as empresas preocupam-se em produzir o consumidor, antes mesmo de produzirem o produto, ou seja, a produção do consumidor, precede à produção dos bens e dos serviços. Por conseguinte, os meios de comunicação, fazem o papel de intermediação entre o consumidor e a mercadoria em oferta, dando azo ao consequente crescimento do consumo, aliado ao comércio da plataforma eletrônica<sup>135</sup>.

Sobre o tema, muito bem elucida Debord, quando afirma que a mercadoria domina tudo o que é vivido

---

<sup>133</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 22.

<sup>134</sup> ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Univasersitária, 2017, p. 165.

<sup>135</sup> SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à conscientização universal. 18. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2009, p. 48-49.

por esse movimento essencial do espetáculo que consiste em retomar nele tudo o que existia na atividade humana em estado fluido para possuí-lo em estado coagulado, como coisas que se tornaram o valor exclusivo em virtude da formulação pelo avesso do valor vivido, é que reconhecemos nossa velha inimiga, a qual sabe tão bem, à primeira vista, mostrar-se como algo trivial e fácil de compreender, mesmo sendo tão complexa e cheia de sutilezas metafísicas, a mercadoria<sup>136</sup>.

A abundância de objetos presente na vida das pessoas, faz com elas se sintam mais rodeadas por eles do que por outras pessoas. Diferentemente das antigas civilizações, a sociedade contemporânea vive em função dos objetos, “atualmente, somos nós que os vemos nascer, produzir-se e morrer, ao passo em que todas as civilizações anteriores eram objetos, os instrumentos ou monumentos perenes, que sobreviviam às gerações humanas”<sup>137</sup>.

Entretanto, explica Featherstone, que não é única e exclusivamente em razão da produção exacerbada de produtos que o consumo se origina. Segundo o autor, a “cultura de consumo” compreende que o hoje, se consuma em razão de uma série de questões emocionais e psicológicas que moldam os consumidores ao ato de consumir<sup>138</sup>.

Ainda, neste âmbito, entende que as pessoas têm consciência de que se comunicam por meio das roupas que vestem, das casas que possuem, dos carros e outros bens, crendo que serão interpretadas e classificadas pelos outros sob estes aspectos. Explica Fromm que os consumidores contemporâneos “podem identificar-se pela seguinte fórmula: eu sou igual ao que tenho e ao que consumo”.<sup>139</sup> Nesse sentido, verifica-se que o consumo tornou-se um pressuposto de existência do ser humano e passou a definir as relações entre os indivíduos.

Klein explica, que

o que se quer não é tanto muitos consumidores, mas uma tribo de fiéis que seguiriam sua empresa, sua marca, como se seguissem a banda de rock preferida ou seu herói esportivo. A ideia é você ter uma ideia que ressoe o espírito da época, e você está sempre vasculhando a cultura atrás da nova ideia, a ideia mais ressonante<sup>140</sup>.

<sup>136</sup> DEBORD, Guy. **Sociedade do Espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 29.

<sup>137</sup> BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, Lda, 1995. p. 24.

<sup>138</sup> FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. Tradução de Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p. 30-33.

<sup>139</sup> FROMM, Erich. **Ter ou ser?** Tradução de Isabel Fraga. Portugal: Editorial Presença, 2006. p. 36.

<sup>140</sup> KLEIN, Naomi. **Marcas globais e poder corporativo**. In: MORAES, Denis (org.). Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 173.

O consumo tornou-se importante para entender as pessoas, visto que, a participação social é, quase em sua totalidade, organizada por meio do consumo. Canclini aponta que, a influência do consumo sobre a vida das pessoas é tão nítida nos dias atuais, que a identidade delas é definida através do que possuem ou do que desejam possuir<sup>141</sup>. Nesse sentido afirma Galeano<sup>142</sup> “ser é ter” e “quem tem mais, quer mais”<sup>143</sup>

Logo, o resultado dos produtos consumidos pelas pessoas reflete no estilo de vida de cada uma. A estetização da realidade coloca em primeiro plano a importância imposta sobre o estilo de vida das pessoas. Na sociedade de consumo, a publicidade sugere ao indivíduo a possibilidade de compra para todas as idades e classes sociais, logo, as práticas de consumo traduzem o estilo pessoal dos indivíduos<sup>144</sup>.

Todavia, todo excesso gera um descarte, e este, por conseguinte, pode ser compreendido como uma forte característica da sociedade atual. A descartabilidade vivenciada é o que gera a constante troca de produtos, tanto mercadorias, quanto de pessoas e, conseqüentemente, altera o funcionamento de toda a sociedade, que será padronizada sob tais moldes, incorporando os antigos<sup>145</sup>.

Não obstante, o consumo também é responsável pelo movimento econômico<sup>146</sup> dos países, uma vez que, estimula o crescimento do Produto Interno Bruto – PIB e, por conseguinte, gera os tributos, que são devolvidos aos cidadãos em forma de serviços públicos. Como afirma o teórico neoliberalista Mises, a economia

---

<sup>141</sup> Contempla sua tese dizendo que o fato de as pessoas supervalorizarem as novidades faz com que a quantidade de oferta de mercadorias e serviços aumentem e, com isso, o consumo também. Enfatiza que as atualizações tecnológicas ampliam os desejos das pessoas pelo que é “novo” e essa é a maior preocupação, “o fato de que o que possuem tornar-se a cada instante obsoleto e fugaz”. CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2006, p. 28-32.

<sup>142</sup> GALEANO, Eduardo. **Úselo y tírelo**. Buenos Aires: Grupo Editorial Planeta, 1994. p. 125.

<sup>143</sup> “Ser es tener” e “quien más tiene, más quiere”. GALEANO, Eduardo. **Úselo y tírelo**. Buenos Aires: Grupo Editorial Planeta, 1994. p. 125.

<sup>144</sup> FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. Tradução de Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p. 30-33.

<sup>145</sup> PEREIRA, Henrique MioranzaKoppe; BOSSARDI, Rafaela Beal. **Relações de consumo ou o consumo de relações: as relações afetivas na contemporaneidade**. In: PEREIRA, Agostinho OliKoppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio. **Relações de consumo humanismo**. Caxias do Sul, RS: Educus, 2011, p. 112.

<sup>146</sup> Assim, na economia consumerista, quanto mais rápido a cadeia de circulação de dinheiro ocorre, mais novos produtos se encontram em alta e os antigos se aproximam do depósito de lixo, o que gera a economia do excesso e do desperdício. “A busca pela felicidade é o propósito mais invocado e usado como isca nas campanhas de marketing”. BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 51-52.

do mercado funciona como um navio, cujo capitão é o consumidor<sup>147</sup>. A respeito disso, afirma Bauman:

O PNB (Produto Nacional Bruto) não é justamente o índice oficial do bem-estar do país, medido pela quantidade de dinheiro que troca de mãos? O crescimento econômico não é impelido pela energia e atividade dos consumidores? Um “consumidor tradicional”, aquele que faz compras apenas para satisfazer suas “necessidades” e cessa de consumir quando elas estão satisfeitas, não é o maior perigo para o mercado de consumo? Não é o incremento de demanda, e não a satisfação de necessidades, o propósito primeiro e o parâmetro de prosperidade consumista? Numa sociedade de consumidores e na era das políticas de vida que substituem a Política com p maiúsculo, o ciclo econômico mais verdadeiro, o único que mantém de fato a economia de pé, é o ciclo de “compre e, use e jogue fora”<sup>148</sup>.

Por outro lado, observa-se, também, que as relações jurídicas de consumo são extremamente desiguais, por isso necessária a busca de ferramentas para restabelecer o patamar de igualdade entre as partes contratantes, sendo o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor o princípio criado para retirar essa disparidade<sup>149</sup>.

A defesa do consumidor, por sua vez, foi instituída pela CF<sup>150</sup> como um direito fundamental, a qual elencou-a no seu artigo 5º, inciso XXXII<sup>151</sup>. Tal perspectiva consolidou-se com o advento do Código de Defesa do Consumidor (CDC)<sup>152</sup>, que se constitui em um microsistema jurídico criado com o intuito de regulamentar as relações de consumo. Além disso, a codificação consumerista estabelece normas que

<sup>147</sup> MISES, Ludwig von. **Human action: a treatise on economics**. Auburn: Ludwig von Mises, Institute, 1998, p. 270.

<sup>148</sup> BAUMAN, Zygmunt. **A ética é possível num mundo de consumidores?** Trad. Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2011, p. 151.

<sup>149</sup> BOLZAN, Fabrício. **Código do Consumidor esquematizado**. 2. ed. – São Paulo: Saraiva, 2014, p. 153-154.

<sup>150</sup> Os direitos do consumidor são considerados direitos humanos de terceira geração. Outrossim, também são direitos sociais, originais do Estado Social, que excedem a classificação de direitos de segunda geração em razão do caráter de solidariedade que apresentam. Portanto, são direitos de solidariedade, uma vez que possibilitam a equiparação, em um mesmo nível de igualdade, ricos e pobres, “tão somente interessando a vulnerabilidade incindível no caso concreto”. BOLSON, Simone Hegele. O princípio da dignidade da pessoa humana, relações de consumo e o dano moral ao consumidor. **Revista dos tribunais**. vol. 46 – 2003, p. 265 – 291(2), Abr – Jun, 2003.

<sup>151</sup> Artigo 5º, inciso XXXII da Constituição Federal: “[...] Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à Oliberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor [...]”.

<sup>152</sup> BRASIL. Lei Federal nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm). Acesso em 28 Mai 2021.

visam proteger e assegurar os direitos dos consumidores, considerando ser ele o polo mais fraco da relação.

Assim, o CDC traz a disciplina jurídica autônoma e rege as relações jurídicas entre as partes, buscando tutelar a defesa do consumidor, levando em consideração, um dos princípios fundamentais da ordem jurídica, que é a vulnerabilidade do consumidor diante do fornecedor. Nesse sentido, a vulnerabilidade

é o princípio estrutural e condutor do Direito do Consumidor. O seu objetivo é alcançar a igualdade material entre fornecedor e consumidor na relação jurídica de consumo, mediante instrumentos jurídicos que neutralizem a vulnerabilidade do consumidor. Tais instrumentos podem ser de natureza administrativa, de direito material ou de direito processual.<sup>153</sup>

Salienta-se que existe consenso mundial acerca do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo, inclusive a Organização das Nações Unidas - ONU, através da Resolução nº 29/248, de 10 de abril de 1985<sup>154</sup>, “reconheceu que os consumidores se depararam com desequilíbrio em termos econômicos, nível educacional e poder aquisitivo, o que conflita com o direito de acesso a produtos e serviços seguros e inofensivos”.<sup>155</sup>

Assim, por constituir presunção legal e absoluta a favor do consumidor, a vulnerabilidade é considerada atributo inerente das relações de consumo e defendida como princípio no ordenamento pátrio. Nesse viés, através de garantia constitucional é tutelada por legislação especial, com a finalidade de compor a ordem econômica da sociedade<sup>156</sup>.

Entretanto, a sociedade contemporânea retrata que os consumidores constituem a razão de ser do sistema capitalista de produção e circulação de bens, desde o ponto inicial, quanto final, desse ciclo mercantilista. Inegável, pois, que os desejos são criados e se mostram insaciáveis, momento que as pessoas são levadas a consumir muitas vezes sem necessidade. O advento da internet e a massificação dos meios de comunicação e de rede fomentaram o surgimento da sociedade do hiperconsumo, que retrata, verdadeiramente, o atual contexto social.

---

<sup>153</sup> KLAUSNER, Eduardo Antônio. **A globalização e a proteção do consumidor brasileiro**. Revista dos tribunais. vol. 97 – 2015, p. 67-84.

<sup>154</sup> ONU. **Resolução da Organização das Nações Unidas (ONU) n.º 39/248, de 16 de abril de 1985**. <https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/resolucao-da-organizacao-das-nacoes-unidas-onu-de-16-de-abril-de-1985>. Acesso em 14 Feb 2022.

<sup>155</sup> ALMEIDA, João Batista. **Manual de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2015. p. 40.

<sup>156</sup> BEHRENS, Yan West. **Comércio eletrônico de produtos e serviços: uma análise das principais práticas abusivas em prejuízo dos consumidores**. Salvador: Paginece, 2014, p. 309.

Logo, diante do avanço tecnológico e da complexidade de informações referentes aos produtos e serviços ofertados no mercado, o consumidor, que já é considerado parte presumidamente mais fraca da relação de consumo, possui essa fragilidade ainda mais acentuada. Isso porque, essa modalidade de consumo se caracteriza por diversos fatores, que afastam cada vez mais os consumidores das lojas físicas e do contato direto com o fornecedor, e proporciona um ambiente bastante inseguro<sup>157</sup>.

Nesta senda, problemas passaram a ser identificados no tocante à internet. Relações sociais que eram consideradas simples e controladas, passaram a ser complicadas e desagradáveis em decorrência da implementação de novas tecnologias. Assim, ao mesmo passo que as inovações tecnológicas vão surgindo e rapidamente se inserindo na vida das pessoas, novas práticas de crimes, dos mais variados tipos, também surgem<sup>158</sup>.

As relações de consumo efetivadas no meio virtual não proporcionam aos consumidores apenas vantagens e benefícios. Explica Azevedo, que o “consumidor no *e-commerce* está exposto a novas situações que agravam sua condição de fragilidade, que ocorrem devido a fatores peculiares e inerentes ao comércio eletrônico”<sup>159</sup>.

A efetivação de transações pelo meio virtual promove, também, inúmeras formas de abuso por parte dos fornecedores, tendo em vista seu domínio técnico, econômico e tecnológico sobre o meio. Esses problemas e dificuldades no ambiente virtual encontram-se relacionados ao meio e aos mecanismos pelos quais a relação jurídica se efetiva – internet, *softwares*, equipamentos eletrônicos e informáticos – os quais evoluíram tecnologicamente nas duas últimas décadas.<sup>160</sup>

Diferentemente do padrão de consumo tradicional, onde para consumir um produto ou serviço se faz necessária a imposição de uma remuneração, na internet, a maioria dos conteúdos disponíveis são, aparentemente, gratuitos. Muitas empresas têm se aproveitado do ambiente virtual para abordar o consumidor como

---

<sup>157</sup> LIMA, Rogério Montai de. **Relações contratuais na Internet e Proteção Jurídica do Consumidor**. São Paulo: Editora Nelpa: 2006, p. 45.

<sup>158</sup> BRITO, Auriney. **Direito Penal Informático**. São Paulo: Saraiva, 2013, p. 25.

<sup>159</sup> AZEVEDO, Anna Karoline Carneiro Nery de. **Comércio eletrônico: a vulnerabilidade agravada do consumidor virtual e sua proteção no Brasil**. Temas de Direito do Consumidor: Estudos em homenagem aos 30 anos do CDC eBook Kindle, 2020, p. 36.

<sup>160</sup> NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. **A proteção constitucional do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2002, p. 24-25.

produto e, indiretamente, absorver seus dados pessoais como contraprestação.

Nas plataformas virtuais os consumidores se tornam o próprio objeto de consumo, uma vez que os seus dados e informações pessoais podem ser transformados em produtos que, posteriormente, passarão a ser comercializados através do direcionamento de um sistema de algoritmos, que seleciona a publicidade e entrega ao consumidor o que ele precisa ou almeja<sup>161</sup>.

Destaca-se a grande influência gerada pela publicidade nas relações de consumo virtuais. Salgarelli frisa que a publicidade é considerada o fator determinante no momento de o consumidor realizar sua compra através da internet. As cores vibrantes, os anúncios atrativos, somados muitas vezes a valores e condições diversas das lojas físicas, sem dúvidas influenciam o cliente a efetuar as compras, por vezes até desnecessárias<sup>162</sup>.

Aliado à publicidade, tem-se os algoritmos que direcionam o comando do consumidor através da leitura dos seus próprios dados e são utilizados diariamente e continuamente desde à criação de perfis, quanto à tomada de decisões automatizadas, sendo considerados uma realidade crescente nas mais variadas áreas, sejam elas políticas, judiciais, plataformas digitais, análises de crédito, dentre outras<sup>163</sup>. No entanto, como explica Frazão, surge a preocupação de que a sociedade se reprima frente uma verdadeira “caixa preta” em razão de que a tomada de decisões elaborada pelo algoritmo, careça de transparência e se limite ao acesso de informações<sup>164</sup>.

Nesse sentido, explica que

é difícil julgar ética e juridicamente algo que pouco se conhece. Nesse sentido, os algoritmos têm se mostrado verdadeiras caixas pretas, pois, salvo seus desenvolvedores, normalmente ninguém sabe ao certo como funciona o seu poder de ação e predição: nem os usuários nem aqueles que sofrerão as consequências da referida decisão<sup>165</sup>.

---

<sup>161</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de Dados Pessoais: a função e os limites do consentimento**. Ed 1. Vol. único. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

<sup>162</sup> SALGARELLI, Kelly Cristina. **Direito do consumidor no comércio eletrônico: uma abordagem sobre a confiança e a boa-fé**. São Paulo: Ícone, 2010, p. 94.

<sup>163</sup> PASQUALE, Frank. **The Black Box Society: The secret algorithms that control money and information**. Harvard University Press, 2015.

<sup>164</sup> FRAZÃO, Ana. **Algoritmos e inteligência artificial**. Parte I. Jota. 2018. Disponível em [http://www.professoraanafrazao.com.br/files/publicacoes/2018-05-16-Algoritmos\\_e\\_inteligencia\\_artificial.pdf](http://www.professoraanafrazao.com.br/files/publicacoes/2018-05-16-Algoritmos_e_inteligencia_artificial.pdf). Acesso em 28 Mai 2021.

<sup>165</sup> FRAZÃO, Ana. **Algoritmos e inteligência artificial**. Parte I. Jota. 2018. Disponível em [http://www.professoraanafrazao.com.br/files/publicacoes/2018-05-16-Algoritmos\\_e\\_inteligencia\\_artificial.pdf](http://www.professoraanafrazao.com.br/files/publicacoes/2018-05-16-Algoritmos_e_inteligencia_artificial.pdf). Acesso em 28 Mai 2021.

Faz-se necessário, pois, se familiarizar com essas lógicas para que seja possível entender que os algoritmos trabalham os dados e transformá-los em informação, mas também é importante compreender a importância do trabalho e do envolvimento da pessoa humana antes mesmo da fase do processo de “caixa preta”. Esse procedimento de programação pode ser feito de forma gradativa, ao passo que se adquire novos conhecimentos e convicções face a realidade de cada caso específico, ao contrário do banco de dados, que além de se limitar aos dados, desconhece a integralidade dos fatos e a própria veracidade das situações<sup>166</sup>.

Contudo, analisa-se que através das inovações tecnológicas houve o crescimento em massa do consumo, principalmente o consumo virtual, por meio do comércio eletrônico. Ao acessar as plataformas de pesquisa na internet, dados pessoais do usuário são inseridos e restam armazenados. A partir dessa leitura de dados, surgem os algoritmos, que “são movidos por dados, dados geram informações sobre pessoas, que por sua vez geram mais e mais dados”<sup>167</sup>.

Tão logo, o consumo que já era acessível e facilitado pela publicidade e pelos meios de informação, resta ainda mais incentivado devido o direcionamento personalizado que os algoritmos propõem. Isso porque, “as técnicas de caracterização de perfil têm como objetivo sinalizar o que é relevante dentro de um determinado contexto, por exemplo, os interessados em um determinado produto”<sup>168</sup>, fato é que, quanto mais em evidência, mais fácil que seja consumido.

Segundo Canclini, trata-se de uma economia de isca, um capitalismo eletrônico, no qual empresas como o Google, por exemplo, oferecem aos consumidores produtos e serviços dos quais não são pagos através de moeda, mas possuem um custo e esse custo são as informações mais pessoais de cada usuário, que depois acabam por ser usadas contra eles mesmos. Há, pois, uma semelhança entre a opacidade dos algoritmos e a transparência dos dados pessoais e esse liame é, ao mesmo passo desigual quando assimétrico, fator que pode confundir a capacidade que cada usuário tem de desempenhar sua função de consumidor<sup>169</sup>.

---

<sup>166</sup> LEHR, David; OHM, Paul. **Playing with the data**: what legal scholars should learn about machine learning. UC Davis Law Review, 2017.

<sup>167</sup> OBLADEN, Cinthia. **A obscuridade dos algoritmos e a LGPD**. NPD - Instituto Nacional de Proteção de Dados. Artigo publicado em 05-11-2020. Disponível em: <https://www.inpd.com.br/post/a-obscuridade-dos-algoritmos-e-a-lgpd>. Acesso em: 08 Abr 2022.

<sup>168</sup> OBLADEN, Cinthia. **A obscuridade dos algoritmos e a LGPD**. NPD - Instituto Nacional de Proteção de Dados. Artigo publicado em 05-11-2020. Disponível em: <https://www.inpd.com.br/post/a-obscuridade-dos-algoritmos-e-a-lgpd>. Acesso em: 08 Abr 2022.

<sup>169</sup> García Canclini, Néstor Raúl. **Ciudadanos reemplazados por algoritmos**. Calas. Montes, R.

Outrossim, face esse cenário de consumo fomentado pelas mídias digitais, identifica-se os dois lados da balança: o do risco e o do controle<sup>170</sup>. Desse ponto, surge a preocupação e os desafios da legislação vigente acerca da garantia de efetiva tutela aos consumidores no que tange a privacidade e a proteção dos dados pessoais armazenados em rede, tendo em vista que sua vulnerabilidade resta ainda mais aguçada nesse meio.

---

Piñera reage a protestos no Chile: Estamos em guerra. El País. <https://bit.ly/2Zp6Vlx>. 21 de outubro de 2019a.

<sup>170</sup> BOFF, Salete Oro; FORTES, Vinicius Borges; FREITAS, Cinthia Obladen de Almeida. **Proteção de Dados e Privacidade**: do direito às novas tecnologias na sociedade da informação. 1. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.

## CAPÍTULO 2

### PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

A sociedade da informação é caracterizada pelos expressivos impactos da tecnologia, principalmente nas relações humanas de consumo, que passaram a caracterizar e rotular os indivíduos face ao meio social. Já há algumas décadas, a informação é considerada um dos ativos mais valiosos dentro das organizações. A instantaneidade na troca de informações aliada à excessiva publicidade, possibilitadas pela internet, conquistou rapidamente os usuários para a efetivação de seus negócios em rede e é uma modalidade de consumo que vem crescendo diária e vertiginosamente.

Todavia, juntamente aos benefícios proporcionados por essa nova era, aportam-se desafios relativos à estruturação dessas relações no âmbito digital. Nas plataformas virtuais, qualquer movimento seja ele escrito, sonoro ou visual, de qualquer natureza, é captado e se transforma em dados, restando disponíveis por meio dos canais de informação<sup>171</sup>.

Assim, a sociedade moderna não mais se limita apenas em oferta e demanda, mas sim, possui sua maior concentração voltada ao acesso à informação do usuário, para que, com base nos seus históricos de pesquisa em rede, seja possível analisar suas necessidades e buscar saná-las. Através da leitura lógica dos algoritmos, um consumidor que pesquisa para a aquisição de um tênis, por exemplo, automaticamente possui sua pesquisa direcionada às categorias de esporte, tênis e corrida. Tão pouco, instantaneamente, passa a receber anúncios e publicidade referente a estes itens, sem que ele tenha solicitado e independente de sua autorização<sup>172</sup>.

---

<sup>171</sup> SIMÃO FILHO, Adalberto; SCHWARTZ, Germano André Doederlein. **Big data big problema! Paradoxo entre o direito à privacidade e o crescimento sustentável.** Conpedi Law Review. Oñati, v. 2, n. 3, p. 311-331, 2016. Disponível em: [www.indexlaw.org/index.php/conpedireview/article/view/3644](http://www.indexlaw.org/index.php/conpedireview/article/view/3644). Acesso em 09 Jun 2021.

<sup>172</sup> SIQUEIRA, Oniye Nashara; FILHO, Adalberto Simão. **A ressignificação da servidão voluntária na era da algoritmização do consumo e da vigilância digital.** Revista de Direito do Consumidor. Vol. 133/2021, p. 155-174.

Verifica-se, pois, que as escolhas dos consumidores em rede, os tornam, propriamente, objetos de consumo. A informação, por sua vez, embora de extrema valia, por si só, não é rentável, mas é o que simboliza o atual cenário da sociedade, uma vez que, é a partir do seu tratamento que se identificam os consumidores e se incentiva o consumo, visando não apenas suprir suas necessidades, mas principalmente, criar novas<sup>173</sup>.

Exposta pela codificação consumerista, a configuração de relação de consumo elenca o consumidor como polo presumidamente vulnerável do negócio jurídico. Tão logo, face à realidade virtual, o consumidor possui essa fragilidade ainda mais acentuada, sendo assim considerado (hiper)vulnerável. Desse modo, a preocupação com a efetiva tutela de dados ganha maior relevância na medida em que a economia migra para o meio digital, uma vez que, com o surgimento de novas tecnologias, possibilita-se a criação de novos mecanismos para o armazenamento, utilização e manipulação de dados pessoais, fator que repercute efeito, inclusive, no próprio conceito de direito à privacidade, visto que a informação que antes era dispersa, passou a tornar-se organizada.

Assim, as peculiaridades desse meio imergem os consumidores em incertezas quanto à exposição, a real privacidade e o devido tratamento de seus dados pessoais, sem que lhes sejam originados prejuízos.

Diante deste cenário, tornou-se imprescindível a edição de normas específicas visando disciplinar e regulamentar o assunto em tela. Essa necessidade se consolidou através da publicação e vigência da Lei 13.709/18 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)<sup>174</sup>, que dispõe sobre a Proteção de Dados Pessoais e altera o Marco Civil da Internet.

A LGPD visa, principalmente, regulamentar a coleta, o armazenamento e a disseminação de dados pessoais tanto no meio físico quanto eletrônico, mas tornou-se imprescindível devido à facilidade de captação de dados, proporcionada pelas novas tecnologias. A edição desta lei, baseou-se no regulamento europeu, *General Data Protection Regulation* – GDPR, e tornou-se tema de bastante repercussão

---

<sup>173</sup> SIMÃO FILHO, Adalberto; SCHWARTZ, Germano André Doederlein. **Big data big problema! Paradoxo entre o direito à privacidade e o crescimento sustentável.** Conpedi Law Review. Oñati, v. 2, n. 3, p. 311-331, 2016. Disponível em: [www.indexlaw.org/index.php/conpedireview/article/view/3644](http://www.indexlaw.org/index.php/conpedireview/article/view/3644). Acesso em 09 Jun 2021.

<sup>174</sup> BRASIL. Lei Federal nº 13.709 de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).** Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm). Acesso em 28 Mai 2022.

e desafios no tocante a sua aplicação, que pode gerar impactos significantivos tanto aos consumidores quanto às empresas, inclusive as do ramo cooperativo.

## **2.1 A DIREITO À PRIVACIDADE E À PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NO SISTEMA JURÍDICO BRASILEIRO NA LGPD**

Diante do novo contexto social, marcado pelo advento das novas tecnologias da informação, a privacidade e a proteção individual de dados pessoais passou a se tornar uma preocupação jurídica, devendo ser analisada como um dos direitos de personalidade.

Em que pese previsto na Constituição Federal da República (CF) e assegurado pelo Código Civil (CC), Penal (CP), de Defesa do Consumidor (CDC), além de outros diplomas legislativos esparsos, o conceito de privacidade é bastante amplo e complexo, sendo difícil defini-lo.

Na seara constitucional, o tema foi considerado garantia fundamental, notadamente por resguardar a inviolabilidade da correspondência, bem como o direito à intimidade e à vida privada. Verifica-se que no teor do texto o legislador refere-se à privacidade como sinônimo de intimidade. A doutrina, por sua vez, explica essa dualidade de conceituação afirmando que “o direito à intimidade é quase sempre considerado como sinônimo do direito à privacidade<sup>175</sup>.”

Somado a isso, o texto da CF<sup>176</sup> também estabelece ao cidadão brasileiro o direito de não ter revelado os fatos que deseja manter em sigilo, recorrendo aos âmbitos cível e penal como ferramenta de responsabilização, principalmente com sanção patrimonial, ao que desrespeitar essas regras.

No viés cível, sob a regulação do Código Civil<sup>177</sup>, o assunto privacidade também foi abordado, porém de maneira mais genérica através do Livro I “Das Pessoas”, momento que o legislador destaca sobre a proteção de divulgação de escritos, da transmissão da palavra e, da exposição ou utilização da imagem das pessoas físicas ou jurídicas, as quais poderão ser proibidas de imediato, inclusive se

---

<sup>175</sup> SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 10. ed. São Paulo, Malheiros Editores, 1992, p.202.

<sup>176</sup> **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm). Acesso em 17 Jul 2022.

<sup>177</sup> Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Institui o Código Civil**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm). Acesso em 17 Jul 2022.

o intuito for apenas comercial. Outrossim, discorre acerca dos possíveis prejuízo causados no tocante à fama, honra e respeitabilidade, temas que também são protegidos pelas normas citadas.

Para Grinover, o direito à intimidade representa um atributo da personalidade, uma vez que integra múltiplas manifestações dos direitos de personalidade como o direito à imagem, à defesa do nome, à tutela da obra intelectual, à inviolabilidade do domicílio e ao direito ao segredo<sup>178</sup>.

Contudo, resta claramente evidenciado que os avanços tecnológicos, aliados ao surgimento da internet e à contínua evolução dos meios de comunicação, com o advento das redes sociais que permitem a exposição diária de vida das pessoas, representam um grande marco na história da privacidade. O possível controle da vida íntima das pessoas, através da exibição de suas rotinas nas mídias, é cada vez mais facilitado pelas novas tecnologias, ao mesmo passo que fica cada vez mais ameaçada e fragilizada a garantia de proteção de seus direitos neste âmbito<sup>179</sup>.

Percebe-se que a internet, há tempo, deixou de ser considerada apenas um meio de comunicação e transformou-se num espaço no qual os usuários desenvolvem e expressam sua personalidade e sua individualidade. A partir destes atos individuais e, acima de tudo, pessoais, os dados particulares de cada um são criados e armazenados. A par disso, a interação existente no mundo online se equipara ao mundo real, passando àquele a se tornar um local onde quase tudo acontece<sup>180</sup>.

O maior e mais importante avanço das tecnologias resta comprovado pela internet e é através desse meio que o monitoramento e a investigação acontecem de maneira instantânea. Além do mais, essa ferramenta está em constante processo de melhoramento e apresentando sempre novidades para o meio digital. Hoje, quase em sua totalidade, qualquer movimentação em rede é passível de incorporação por alguma empresa através de *sites* ou aplicativos. As empresas, por sua vez, também estão cada vez mais modernas e atualizadas na busca pelos dados pessoais dos

---

<sup>178</sup> GRINOVER, Ada Pellegrini. **Liberdades Públicas e Processo Penal**. As Intervenções Telefônicas. São Paulo, Saraiva, 1978.

<sup>179</sup> FINKELSTEIN, Maria Eugenia; FINKELSTEIN, Claudio. **Privacidade e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais**. Revista de Direito Brasileira, Florianópolis, SC. V. 23, n. 9, p. 284-301, Mai./Ago. 2019.

<sup>180</sup> CANCELIER, Mikhail. **Infinito Particular: privacidade do século XXI e a manutenção do direito de estar só**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

usuários<sup>181</sup>.

Outrossim, também existem entidades nomeadas provedores, que possibilitam identificar, com precisão, a rapidez pela qual o usuário acessou aquele determinado *site*, quais lojas visitou, pelo que demonstrou interesse, inclusive especificando a ordem da pesquisa e o tempo utilizado para tanto. Destarte, os dados coletados e armazenados por esse monitoramento cibernético são permanentes e permitem que qualquer usuário interessado tenha acesso a esses dados pessoais<sup>182</sup>.

Isso acontece porque, cada vez que o usuário navega na internet para usufruir dos benefícios da grande rede e possibilitar os acessos, precisa preencher formulários virtuais com seus dados pessoais, que inclusive os direciona para suas preferências e hábitos de consumo. Tão logo, na ânsia pelo que busca, acaba informando-os sem observância ou preocupação com a sua exposição. As empresas, por sua vez, que se dedicam à comercialização virtual, promovem a formação de verdadeiros bancos de dados de seus usuários, dos quais nem o usuário nem o Poder Público sabem exatamente a forma da utilização destas informações<sup>183</sup>.

Define-se como dado pessoal toda e qualquer informação particular, relacionada a um indivíduo específico, que torne possível identificá-lo ou não, mas que o caracteriza<sup>184</sup>. Assim, diante de uma realidade que a cada dia se torna mais digital, todos os passos dados por qualquer cidadão – seja através de uma compra, de uma simples curtida em rede social ou até mesmo de uma rota efetivada pelo GPS -, dentro ou fora da internet, são passíveis de rastreamento e monitoramento<sup>185</sup>.

A definição de dado, por Simão Filho e Schwartz é que:

Toda e qualquer informação numérica, alfabética, gráfica, fotográfica, acústica, midiática ou de qualquer outra espécie que sofre tratamento tecnológico com vistas a possibilitar tráfego em auto estrada de informação, é considerada genericamente como dado<sup>186</sup>.

<sup>181</sup> FINKELSTEIN, Maria Eugenia; FINKELSTEIN, Claudio. **Privacidade e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais**. Revista de Direito Brasileira, Florianópolis, SC. V. 23, n. 9, p. 284-301, Mai./Ago. 2019.

<sup>182</sup> FINKELSTEIN, Maria Eugenia; FINKELSTEIN, Claudio. **Privacidade e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais**. 2019.

<sup>183</sup> FINKELSTEIN, Maria Eugenia; FINKELSTEIN, Claudio. **Privacidade e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais**. Revista de Direito Brasileira, Florianópolis, SC. V. 23, n. 9, p. 284-301, Mai./Ago. 2019.

<sup>184</sup> PINHEIRO, Patricia Peck. **Proteção de dados pessoais: Comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD)**. Ed. Saraiva jur. 2 ed. São Paulo, 2020, p. 35-36.

<sup>185</sup> IDEC. Instituto Nacional De Defesa Do Consumidor. **Dados pessoais**. 2021. Disponível em: <https://idec.org.br/dadospessoais>. Acesso em 28 Mai 2021.

<sup>186</sup> SIMÃO FILHO, Adalberto; SCHWARTZ, Germano André Doederlein. **Big data big problema! Paradoxo entre o direito à privacidade e o crescimento sustentável**. Conpedi Law Review. Oñati,

Faz-se oportuno frisar que a internet e os avanços tecnológicos não possuem apenas aspectos negativos. A evolução tecnológica permite aos usuários e empresas inúmeros benefícios, tanto que, a comercialização de produtos e serviços neste meio só aumenta. Entretanto, o que se pretende aqui é elencar os principais pontos de preocupação do legislador com a real e efetiva proteção da privacidade e de dados dos consumidores, tendo em vista as fragilidades e especificidades apresentadas pelos meios digitais.

Originariamente, no ordenamento jurídico brasileiro, o direito à proteção de dados não possuía caráter explícito e literal<sup>187</sup>. Seu embasamento legal era reconhecido, primeiramente, pela CF, através do artigo 5º e incisos, como um direito fundamental, por meio das garantias relacionadas à intimidade, à vida privada, à igualdade substancial, à liberdade e à dignidade da pessoa humana.

Através do artigo 5º, inciso X<sup>188</sup>, a Carta Magna considera invioláveis a vida privada e a intimidade. Ainda no mesmo artigo, o inciso XI<sup>189</sup> especifica a interceptação de comunicações telefônicas, telegráficas ou de dados, bem como o inciso LXXII<sup>190</sup> institui a *habeas data*<sup>191</sup>, instrumento que garante o direito ao a retificação dos dados pessoais.

---

v. 2, p.311-331,2016. Disponível em: [www.indexlaw.org/index.php/conpedireview/article/view/3644](http://www.indexlaw.org/index.php/conpedireview/article/view/3644). Acesso em 09 Jun 2021.

<sup>187</sup> No item 45 da Declaração de Santa Cruz de La Sierra, documento final da XIII Cumbre Ibero-Americana de Chefes de Estado e de Governo, firmada pelo Governo Brasileiro em 15 de novembro de 2003, vislumbra-se uma menção explícita do direito à proteção de dados pessoais como garantia fundamental. Veja-se: “Estamos também conscientes de que a proteção de dados pessoais é um direito fundamental das pessoas e destacamos a importância das iniciativas reguladoras ibero-americanas para proteger a privacidade dos cidadãos, contidas na Declaração de Antigua, pela qual se cria a Rede Ibero-Americana de Proteção de Dados, aberta a todos os países da nossa Comunidade”. Secretaria Geral Ibero Americana. Declaração de Santa Cruz de La Sierra. <https://www.segib.org/pt-br>. Acesso em 05 Ago 2022.

<sup>188</sup> Artigo 5º, inciso X da Constituição Federal: “[...] são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação [...]”.

<sup>189</sup> Artigo 5º, inciso XI da Constituição Federal: “[...] a casa é asilo inviolável do indivíduo, ninguém nela podendo penetrar sem consentimento do morador, salvo em caso de flagrante delito ou desastre, ou para prestar socorro, ou, durante o dia, por determinação judicial [...]”.

<sup>190</sup> Artigo 5º, inciso XI da Constituição Federal: “[...] conceder-se-á *habeas data*: a) para assegurar o conhecimento de informações relativas à pessoa do impetrante, constantes de registros ou bancos de dados de entidades governamentais ou de caráter público; b) para a retificação de dados, quando não se prefira fazê-lo por processo sigiloso, judicial ou administrativo [...]”.

<sup>191</sup> “A ação de *habeas data* visa a assegurar um direito presente em nosso ordenamento jurídico, ainda que não expresso literalmente. Por meio dela, o cidadão pode acessar e retificar seus dados pessoais em bancos de dados “de entidades governamentais ou de caráter público” (posteriormente ampliou-se o sentido deste “caráter público”, incluindo-se os bancos de dados referentes a consumidores, mesmo que administrados por privados).” DONEDA, Danilo. **A proteção de dados pessoais nas relações de consumo**: para além da informação creditícia. Escola Nacional de Defesa do Consumido. Brasília: SDE/DPDC, 2010, p. 51.

Entretanto, em 10 de fevereiro de 2022, foi aprovada a Emenda Constitucional nº 115, que alterou a CF/88, incluindo a proteção de dados pessoais entre os direitos e garantias fundamentais. Outrossim, a predita Emenda fixou a competência privativa da União para legislar sobre proteção e tratamento de dados pessoais<sup>192</sup>.

Desta feita, foram modificados três artigos da CF/88, a saber: 1) inserção do inciso LXXIX, ao artigo 5º da CF, assegurando o direito à proteção dos dados pessoais, inclusive nos meios digitais; 2) introdução do inciso XXVI, ao artigo 21 da CF, determinando competência à União para organizar e fiscalizar a proteção e o tratamento de dados pessoais; 3) adição do inciso XXX, ao artigo 22 da CF, determinando competência privativa à União legislar sobre a proteção e tratamento de dados pessoais<sup>193</sup>.

Já o CDC<sup>194</sup>, estabelece a criação de bancos de dados dos consumidores. Esses bancos de dados deverão conter informações objetivas, claras e verdadeiras e os consumidores poderão ter acesso a integralidade das informações expostas, podendo, inclusive, solicitar a correção de dados cadastrais quando houver divergência. No que tange à proteção de dados, elenca, especificamente em seu artigo 43<sup>195</sup>, um rol de direitos e garantias para o consumidor em relação às suas informações pessoais obtidas em “bancos de dados e cadastros”. Implementa-se assim,

uma sistemática baseada nos *Fair Information Principles* à matéria de concessão de crédito, possibilitando que parte da doutrina verifique neste texto legal o marco normativo dos princípios de proteção de dados pessoais no direito brasileiro<sup>196</sup>.

---

<sup>192</sup> GOV.BR. **Autoridade Nacional de Proteção de Dados**. Proteção de Dados Pessoais agora é um direito fundamental. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br/protECAo-de-dados-pessoais-agora-e-um-direito-fundamental>. Acesso em 22 Mai 2022.

<sup>193</sup> GOV.BR. **Autoridade Nacional de Proteção de Dados**. Proteção de Dados Pessoais agora é um direito fundamental. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br/protECAo-de-dados-pessoais-agora-e-um-direito-fundamental>. Acesso em 22 Mai 2022.

<sup>194</sup> Lei Federal nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm). Acesso em 28 Mai 2021.

<sup>195</sup> Artigo 43 do Código de Defesa do Consumidor: “Os agentes de tratamento só não serão responsabilizados quando provarem: I - que não realizaram o tratamento de dados pessoais que lhes é atribuído; II - que, embora tenham realizado o tratamento de dados pessoais que lhes é atribuído, não houve violação à legislação de proteção de dados; ou III - que o dano é decorrente de culpa exclusiva do titular dos dados ou de terceiro”.

<sup>196</sup> DONEDA, Danilo. **A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental**. Ed. Espaço Jurídico. Joaçaba, v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011.

O CDC, por sua vez, é um instrumento moderno e efetivo que representa um grande avanço na tutela do consumidor, o qual é considerado, presumidamente, a parte vulnerável (técnica, jurídica e economicamente) da relação jurídica de consumo, merecendo, contudo, um tratamento de proteção diferenciado, a fim de ser tratado de forma igualitária, na medida de sua desigualdade<sup>197</sup>.

A Lei do Habeas Data (n.º 9.507/1997)<sup>198</sup>, embora exija um processo rígido, também possibilitou acesso, por parte dos consumidores, ao conhecimento e retificação de seus dados pessoais constantes nos bancos de dados de órgãos públicos ou particulares que seja acessível ao público. Outrossim, em complemento a essa legislação, tem-se o Decreto Lei n.º 6.135/2007, que estabelece o cadastro único para Programas Sociais do Governo Federal e estabelece que os dados são sigilosos e sua utilização serão pautadas no respeito à privacidade, mas permite a utilização por outros órgãos gestores públicos, o qual foi revogado pelo Decreto n.º 11.016, de 29 de março de 2022<sup>199</sup>, que regulamenta o cadastro único para programas sociais do governo federal, instituído pelo art. 6º-f da lei n.º 8.742, de 7 de dezembro de 1993.

A Lei n.º 12.414/2011<sup>200</sup> - Lei do Cadastro Positivo também foi introduzida ao ordenamento jurídico brasileiro nos últimos vinte anos com o intuito de proteger os dados pessoais dos indivíduos. A referida legislação foi criada com o objetivo de ampliar o acesso das instituições financeiras ao gerenciamento da positividade do crédito. As mencionadas instituições passaram a ser detentoras de um *Big Data*<sup>201</sup>, através do qual possuem dados e, por meio do tratamento de tais dados, podem obter informações e conhecimentos sobre o histórico financeiro de uma pessoa natural ou

---

<sup>197</sup> CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2014, p. 10-12.

<sup>198</sup> Lei n.º 9.507, de 12 de novembro de 1997. **Regula o direito de acesso a informações e disciplina o rito processual do habeas data**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9507.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9507.htm). Acesso em 17 Jun 2022.

<sup>199</sup> Brasil. Decreto n.º 11.016, de 29 de março de 2022. **Regulamenta o cadastro único para programas sociais do governo federal, instituído pelo art. 6º-f da lei n.º 8.742, de 7 de dezembro de 1993**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2022/Decreto/](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2022/Decreto/). Acesso em 17 Jun 2022.

<sup>200</sup> Lei n.º 12.414, de 009 de junho de 2011. **Disciplina a formação e consulta a bancos de dados com informações de adimplemento, de pessoas naturais ou de pessoas jurídicas, para formação de histórico de crédito**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12414.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12414.htm). Acesso em 17 de Jun 2022.

<sup>201</sup> “O *big data* permitirá tomadas de decisão melhores e mais rápidas para uma ampla gama de indústrias e aplicações. À tomada de decisão automatizada pode reduzir as complexidades para os cidadãos e permitir que empresas e governos prestem serviços em tempo real e ofereçam suporte para tudo, desde interações com o cliente até o preenchimento de documentos tributários e o pagamento de impostos”. SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. Tradução de Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016, p. 137.

jurídica/empresa. Logo, o referido histórico financeiro gera uma pontualidade a qual classifica-o pelo seu risco de inadimplência frente a determinada situação<sup>202</sup>.

A Lei do Cadastro Positivo foi alterada pela Lei Complementar de n.º 166, sancionada em 08 de abril de 2019, a qual trouxe modificações expressivas na maneira em que se faz a inclusão do histórico de crédito tanto de pessoas físicas quanto jurídicas<sup>203</sup>. O surgimento da referida lei complementar se deu visto a necessidade de criar uma análise de crédito mais rigorosa e com informações mais objetivas. Com isso, simplificou-se a disponibilidade ao crédito e reduziu-se a taxa de juros para as pessoas classificadas com baixo risco de inadimplência, o que, conseqüentemente, impactou em maior liquidez na economia, no mercado de consumo, na geração de empregos e no aumento da renda per capita.

A Lei n.º 12.527/2011<sup>204</sup> – Lei da Transparência também trouxe em seu teor a definição de que a informação pessoal é aquela relacionada à pessoa natural identificada ou identificável<sup>205</sup>. Entretanto, foi a Lei n.º 12.965/2014<sup>206</sup> – Marco Civil da Internet e o Decreto 8.771/2016 (Regulamentador do Marco Civil da Internet), a primeira lei brasileira que reconheceu, expressamente, em seus dispositivos legais, a diferença entre privacidade e proteção de dados<sup>207</sup>.

Assim como no Brasil, no âmbito internacional também é perceptível a preocupação com o direito à privacidade devido a modernidade proporcionada pelo atual século. A exemplo disso, cita-se a reforma na Constituição Norte Americana de 1788, a qual não havia menção expressa ao direito de inviolabilidade do domicílio, nem à intimidade. Após a Quarta e Quinta emendas, somado ao disposto na

---

<sup>202</sup> DONDA, Daniel. **Guia prático de implementação da LGPD**. Editora Labrador. São Paulo, 2020, p. 18.

<sup>203</sup> A referida alteração excluiu a necessidade de consentimento prévio, dando autonomia ao gestor para abrir cadastro em banco de dados com informações de inadimplemento referentes a pessoas naturais ou jurídicas, podendo esse cadastro, inclusive, conter anotações, permitido o compartilhamento com outros bancos de dados, assim como a divulgação da pontuação de crédito. ABRUSIO, Juliana. **Proteção de dados na cultura do algoritmo**. 2020, p. 196.

<sup>204</sup> Lei 12.527, de 11 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/12527.htm). Acesso em 17 de Jun 2022.

<sup>205</sup> Art. 4º Para os efeitos desta Lei, considera-se: [...]IV - informação pessoal: aquela relacionada à pessoa natural identificada ou identificável; [...].

<sup>206</sup> Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. **Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/12965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/12965.htm). Acesso em 17 de Jun 2022.

<sup>207</sup> Destarte, podem ser citadas outras leis brasileiras que foram elaboradas nas últimas décadas e tratam sobre proteção de dados, como por exemplo a Lei Complementar nº 105/2002 (Lei do Sigilo Bancário) e a Lei nº 9296/1996 (Lei do Sigilo de Dados de Fluxos Telemáticos e Informáticos).

Declaração Universal dos Direitos do Homem (Pacto de San José da Costa Rica), a qual garante expressamente em seu artigo 12 que “ninguém será objeto de invasões arbitrárias em sua vida privada, sua família, seu domicílio ou sua correspondência, nem de atentados a sua honra e a sua reputação. Toda pessoa tem direito à proteção da lei contra tais invasões ou atentado”, esse direito e proteção passaram a ser contemplados<sup>208</sup>.

A ONU – Organização das Nações Unidas, por sua vez, também atua fortemente na proteção da intimidade. Dentre as mais diversas atividades realizadas, é digno de respaldo o importante trabalho de denunciar a influência negativa de descobertas científicas e da tecnologia moderna<sup>209</sup>. Outrossim, a Convenção Interamericana dos Direitos Humanos, de 22 de novembro de 1969, também aborda a questão, especialmente em seu artigo 11<sup>210</sup>.

Entretanto, conforme menciona Abrusio<sup>211</sup>

a economia do *big data*, impulsionada pela internet das coisas, das cidades inteligentes e da inteligência artificial não poderia resistir ao vácuo das regras jurídicas do jogo. A cultura atual dos algoritmos exige uma posição do Estado para regulamentar o assunto, sob pena de comprometer direitos fundamentais dos cidadãos (liberdade, privacidade, livre desenvolvimento da personalidade). E não apenas isso. A existência de lei específica traz mais segurança jurídica, o que fomenta a economia e atrai investidores ao país, uma vez que, agora, as regras são mais claras em relação ao tratamento de dados pessoais.

Assim, diante do avanço tecnológico, aliado à necessidade de se impor maior segurança às relações jurídicas, em 15 de agosto de 2018, foi sancionada e

<sup>208</sup> ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Adotada e proclamada pela Assembleia Geral das Nações Unidas (resolução 217 A III) em 10 de dezembro 1948. Disponível em:

<https://www.ohchr.org/en/human-rights/universal-declaration/translations/portuguese?LangID=por>.

Acesso em: 14 Jun 2022.

<sup>209</sup> É também importante ressaltar o disposto no artigo 17 do Pacto sobre Direitos Políticos e Civis da ONU de 23 de Março de 1976, o qual dispõe: “1º Ninguém será objeto de invasões arbitrárias ou ilegais em sua vida privada, seu domicílio e sua correspondência, nem de atentados ilegais a sua honra e a sua reputação. 2º Toda pessoa tem direito à proteção da lei contra tais perturbações e tais atentados. [...]”

<sup>210</sup> “Proteção da honra e da intimidade. 1 – Toda pessoa tem direito ao respeito de sua honra e ao reconhecimento de sua dignidade. 2- Ninguém pode ser objeto de influências arbitrárias ou abusivas em sua vida privada, na de sua família, em sua casa ou em sua correspondência, ou de ataques ilegais à sua honra ou reputação. 3- Toda pessoa tem direito à proteção da lei contra tais influências e ataques”. Disponível em: [https://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao\\_americana.htm](https://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao_americana.htm). Acesso em: 14 de Jun 2022.

<sup>211</sup> ABRUSIO, Juliana. **Proteção de dados na cultura do algoritmo**. 1 ed. – Belo Horizonte, São Paulo: D’Plácido, 2020, p. 134.

publicada a Lei nº 13.709/18<sup>212</sup>, que dispõe sobre a Proteção de Dados Pessoais e altera o Marco Civil da Internet, a qual fez com que o Brasil passasse a ter um nível de legislação e proteção compatíveis ao de outros países<sup>213</sup>. O Marco Civil da Internet dispõe sobre o tratamento de dados pessoais que circularem em ambiente virtual e tem como princípios: (1) a proteção da privacidade e dos dados pessoais, fator que proporciona ao usuário o controle de seus dados através do seu consentimento e (2) o recebimento de informações claras e objetivas sobre a coleta e armazenamento dos dados, de modo a justificarem sua finalidade.

Sobre este marco regulatório brasileiro, Pinheiro explica ser uma legislação

de grande impacto, tanto para as instituições privadas como para as públicas, por tratar de proteção de dados pessoais dos indivíduos em qualquer relação que envolva o tratamento de informações classificadas como dados pessoais, por qualquer meio, seja por pessoa natural, seja por pessoa jurídica. É uma regulamentação que traz princípios, direitos e obrigações relacionadas ao uso de um dos ativos mais valiosos da sociedade digital, que são as bases de dados relacionados às pessoas<sup>214</sup>.

Assim, em razão do desenvolvimento do modelo de negócios através da economia digital, surgiu a necessidade de uma regulamentação que objetivasse a proteção de dados pessoais de forma consciente e consolidada. Por esse motivo, com forte e importante influência no Regulamento Europeu de Proteção de Dados, foi aprovada no Brasil, a Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (Lei nº 13.709/2018)<sup>215</sup> que é considerada um marco para a proteção de dados pessoais dos cidadãos brasileiros, visto que estabelece regras para garantir o controle sobre a busca e transferência de dados pessoais, bem como tutelar e determinar normas sobre o

---

<sup>212</sup> Lei Federal nº 13.709 de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm). Acesso em 28 Mai 2022.

<sup>213</sup> Lei Federal nº 13.709 de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm). Acesso em 28 Mai 2021.

<sup>214</sup> PINHEIRO, Patricia Peck. **Proteção de dados pessoais: Comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD)**. Ed. Saraiva jur. 2 ed. São Paulo, 2020, p. 17.

<sup>215</sup> BRASIL. Lei Federal nº 13.709 de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm). Acesso em 28 Mai 2022.

tratamento de qualquer dado pessoal<sup>216</sup> ou pessoal sensível<sup>217</sup> com vistas a defender os direitos fundamentais de liberdade e privacidade dos titulares dos dados<sup>218</sup>.

A LGPD é uma legislação que traz em seu teor princípios, direitos e obrigações referentes ao uso, armazenamento e tratamento de um dos ativos mais valiosos da sociedade digital, que são as bases de dados relacionados às pessoas. O objetivo principal dessa regulamentação é a proteção de dados pessoais com base no direito à privacidade e no livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, estabelecendo os meios adequados para o devido tratamento destas informações<sup>219</sup>.

Por dado pessoal<sup>220</sup> entende-se toda informação referente a qualquer indivíduo, pessoa natural identificada (nome, sobrenome; CPF, RG, CNH, CTPS, passaporte, título de eleitor e etc) ou identificável (data de nascimento; sexo; endereço; e-mail; telefone e etc).

Importa salientar que, para os fins de abrangência do referido diploma legal, os dados anonimizados<sup>221</sup> não serão considerados dados pessoais, salvo em casos específicos em que for passível a descoberta de sua autoria. Nesse contexto, são abarcados os dados relativos a titulares que não possam ser identificados, considerando a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis na ocasião de seu tratamento. Ou seja, dados relativos a titulares não identificados e

---

<sup>216</sup> Artigo 5º, inciso I da Lei Geral de Proteção de dados: “[...] dado pessoal: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável [...]”.

<sup>217</sup> Artigo 5º, inciso II da Lei Geral de Proteção de dados: “[...] dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural [...]”.

<sup>218</sup> Artigo 5º, inciso V da Lei Geral de Proteção de dados: “[...] titular: pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento [...]”.

<sup>219</sup> PINHEIRO, Patricia Peck. **Proteção de dados pessoais: Comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD)**. Ed. Saraiva jur. 2 ed. São Paulo, 2020, p. 17.

<sup>220</sup> “Dados é toda informação relacionada a uma pessoa identificada ou identificável, não se limitando, portanto, a nome, sobrenome, apelido, idade, endereço residencial ou eletrônico, podendo incluir dados de localização, placas de automóvel, perfis de compras, número de Internet Protocol (IP), dados acadêmicos, histórico de compras, entre outros. Sempre relacionados a pessoa natural viva”. PINHEIRO, Patricia Peck. **Proteção de dados pessoais: Comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD)**. Ed. Saraiva jur. 2 ed. São Paulo, 2020, p. 36.

<sup>221</sup> Artigo 12º da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais: “Os dados anonimizados não serão considerados dados pessoais para os fins desta Lei, salvo quando o processo de anonimização ao qual foram submetidos for revertido, utilizando exclusivamente meios próprios, ou quando, com esforços razoáveis, puder ser revertido. § 1º A determinação do que seja razoável deve levar em consideração fatores objetivos, tais como custo e tempo necessários para reverter o processo de anonimização, de acordo com as tecnologias disponíveis, e a utilização exclusiva de meios próprios. § 2º Poderão ser igualmente considerados como dados pessoais, para os fins desta Lei, aqueles utilizados para formação do perfil comportamental de determinada pessoa natural, se identificada. § 3º A autoridade nacional poderá dispor sobre padrões e técnicas utilizados em processos de anonimização e realizar verificações acerca de sua segurança, ouvido o Conselho Nacional de Proteção de Dados Pessoais.

indetermináveis, não restam protegidos por essa legislação.

Segundo Freitas e Maffini,

[...] além de aumentar o controle do titular (pessoa natural a quem se referem os dados que são objeto de tratamento) sobre seus dados, a lei traz mais transparência e segurança jurídica para as entidades dos setores público e privado, sendo que qualquer ente precisará adequar seus processos e sistemas para estar em conformidade com a lei, de modo a obter o consentimento explícito do titular de dados (art. 7º - elenca as hipóteses para o tratamento de dados pessoais e art. 8º - estabelece que o consentimento deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular) e, assim, assegurar a proteção dos dados pessoais desde o momento da coleta até seu armazenamento, tratamento e uso dos dados. Há que se observar que no art. 7º, inciso X, o tratamento de dados é autorizado para a hipótese de "... proteção de crédito, inclusive quanto ao disposto na legislação pertinente"<sup>222</sup>.

Outrossim, é de suma importância destacar o teor do artigo 1º, o qual evidencia que a legislação em questão "dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais". Nesse sentido, compreende-se que seus efeitos não se limitam à condição de proveniência da realidade digital, embora originada do berço virtual, sua aplicação estende-se, também, ao âmbito presencial.

Como dados pessoais sensíveis, compreende-se todos os dados que estejam relacionados a características da personalidade do indivíduo e suas escolhas pessoais. Esses dados sensíveis podem ser considerados como dados de uma particularidade maior ou "muito pessoais" que, mal utilizados, podem gerar atos discriminatórios e lesivos. Explícitos no artigo 5º, inciso II, da LGPD, referem-se à origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico etc<sup>223</sup>.

Igualmente, conforme explícito no artigo 11 da LGPD, esse gênero, além de possuir uma diferente forma de classificação, também possui especificidades no seu tratamento, o qual se restringe aos casos nos quais o autor dos dados consente de forma específica e destacada. Frisa-se, contudo, que esse regramento não é genérico e limita-se a algumas hipóteses de exigências legais, judiciais e em uso por

---

<sup>222</sup> FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra; MAFFINI, Maylin. **A Proteção dos Dados Pessoais no Crédito Bancário e a Lei Geral de Proteção de Dados frente ao Cadastro Positivo**. Revista Jurídica Cesumar. Jan/abr 2020, v. 20, n. 1, p. 33.

<sup>223</sup> DONDA, Daniel. **Guia prático de implementação da LGPD**. Editora Labrador. São Paulo, 2020, p. 18-19.

parte de órgãos de pesquisas, os quais deverão se comprometer com o anonimato dos titulares dos dados.

O artigo 2º, elenca os principais fundamentos da LGPD como: o respeito à privacidade; à autodeterminação informativa; a liberdade de expressão; de informação; de comunicação e de opinião; a inviolabilidade da intimidade; da honra e da imagem; o desenvolvimento econômico, tecnológico e a inovação; a livre iniciativa; a livre concorrência; a defesa do consumidor; os direitos humanos; o livre desenvolvimento da personalidade; a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais<sup>224</sup>.

Nas palavras de Pinheiro, compreende-se que a

proteção aos direitos fundamentais é bastante evidente no art. 2º da LGPD, que pode ser relacionado ao texto constitucional brasileiro no que concerne ao conteúdo, haja vista que a Constituição Federal Brasileira é pautada na proteção aos direitos fundamentais. Entre os artigos constitucionais descartáveis, pode-se citar: art. 3º, I e II; art. 4º, II; art. 5º, X e XII; art. 7º, XXVII; e art. 219<sup>225</sup>.

Quanto à territorialidade, em seu art. 3º, a LGPD delimita a abrangência do tratamento de dados pessoais frisando que a lei é aplicável aos dados coletados dentro do território nacional ou quando o objeto da transação (oferta de bens e serviços) tenha acontecido em solo brasileiro<sup>226</sup>. Conforme o art. 11, §§ 1º e 2º, positivado no Marco Civil da Internet, o mesmo é válido aos titulares dos dados coletados. Dessa forma, compreende-se que o critério da extraterritorialidade da LGPD determina que, independentemente de sua origem geográfica, ao ser acessado

---

<sup>224</sup> Artigo 2º, da Lei Geral de Proteção de dados Pessoais: “A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos: I - o respeito à privacidade; II - a autodeterminação informativa; III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião; IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem; V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação; VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais”.

<sup>225</sup> PINHEIRO, Patricia Peck. **Proteção de dados pessoais: Comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD)**. Ed. Saraiva jur. 2 ed. São Paulo, 2020, p. 73.

<sup>226</sup> Artigo 2º, da Lei Geral de Proteção de dados Pessoais: “Esta Lei aplica-se a qualquer operação de tratamento realizada por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, independentemente do meio, do país de sua sede ou do país onde estejam localizados os dados, desde que: I - a operação de tratamento seja realizada no território nacional; II - a atividade de tratamento tenha por objetivo a oferta ou o fornecimento de bens ou serviços ou o tratamento de dados de indivíduos localizados no território nacional; ou III - os dados pessoais objeto do tratamento tenham sido coletados no território nacional. § 1º Consideram-se coletados no território nacional os dados pessoais cujo titular nele se encontre no momento da coleta. § 2º Excetua-se do disposto no inciso I deste artigo o tratamento de dados previsto no inciso IV do caput do art. 4º desta Lei.”

ou acessar sistemas localizados no território nacional, o usuário deve, obrigatoriamente, adimplir com suas regras.

Essa delimitação de aplicabilidade que traz o art. 3º afirma que o tratamento de dados pessoais deve seguir um objetivo certo e funcional. Entretanto, esse propósito não pode superar a ideia da liberdade de informação e expressão, bem como a segurança e a defesa do Estado<sup>227</sup>.

Da mesma forma, impõe o art. 4º, da LGPD, que não incide a lei sobre o uso doméstico, sem fins econômicos, levando em consideração que a aplicação destes dispositivos seria justamente com o objetivo de regulamentar as atividades que possuam como bojo a oferta ou o fornecimento de bens e serviços<sup>228</sup>.

Definido pela legislação por “tratamento” compreende-se toda operação realizada com dados pessoais, desde a coleta e transmissão, bem como o arquivamento de informações, ou seja, é basicamente toda operação que pode ser feita ao adquirir, manter ou transmitir dados pessoais.

Através dos agentes do tratamento, são nominadas organizações públicas ou privadas, pessoas físicas ou jurídicas, que realizarão as operações de tratamento com os dados pessoais em qualquer meio<sup>229</sup>. Esses agentes de tratamento são definidos pela lei como: 1) controlador: que é quem determina o tratamento de dados e 2) operador: que é o que na prática, efetivamente, os coleta (grifo da autora).

---

<sup>227</sup> PINHEIRO, Patricia Peck. **Proteção de dados pessoais**: Comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD). Ed. Saraiva jur. 2 ed. São Paulo, 2020, p. 76.

<sup>228</sup> Artigo 4º da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais: “Esta Lei não se aplica ao tratamento de dados pessoais: I - realizado por pessoa natural para fins exclusivamente particulares e não econômicos; II - realizado para fins exclusivamente: a) jornalístico e artísticos; ou b) acadêmicos, aplicando-se a esta hipótese os arts. 7º e 11 desta Lei; III - realizado para fins exclusivos de: a) segurança pública; b) defesa nacional; c) segurança do Estado; ou d) atividades de investigação e repressão de infrações penais; ou IV - provenientes de fora do território nacional e que não sejam objeto de comunicação, uso compartilhado de dados com agentes de tratamento brasileiros ou objeto de transferência internacional de dados com outro país que não o de proveniência, desde que o país de proveniência proporcione grau de proteção de dados pessoais adequado ao previsto nesta Lei. § 1º O tratamento de dados pessoais previsto no inciso III será regido por legislação específica, que deverá prever medidas proporcionais e estritamente necessárias ao atendimento do interesse público, observados o devido processo legal, os princípios gerais de proteção e os direitos do titular previstos nesta Lei. § 2º É vedado o tratamento dos dados a que se refere o inciso III do caput deste artigo por pessoa de direito privado, exceto em procedimentos sob tutela de pessoa jurídica de direito público, que serão objeto de informe específico à autoridade nacional e que deverão observar a limitação imposta no § 4º deste artigo. § 3º A autoridade nacional emitirá opiniões técnicas ou recomendações referentes às exceções previstas no inciso III do caput deste artigo e deverá solicitar aos responsáveis relatórios de impacto à proteção de dados pessoais. § 4º Em nenhum caso a totalidade dos dados pessoais de banco de dados de que trata o inciso III do caput deste artigo poderá ser tratada por pessoa de direito privado, salvo por aquela que possua capital integralmente constituído pelo poder público.”

<sup>229</sup> PINHEIRO, Patricia Peck. **Proteção de dados pessoais**: Comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD). Ed. Saraiva jur. 2 ed. São Paulo, 2020, p. 29.

A função destes agentes consiste ainda em garantir a segurança das informações que se submetem a tratamentos, ao mesmo passo que atentar que pessoas sem autorização tenham acesso. Não obstante, o descumprimento ao disposto em lei possibilitará aos agentes de tratamento responsabilização, consistentes em sanções administrativas, que podem variar entre advertências e multas<sup>230</sup>.

A partir dessa conjuntura, o artigo 6º da LGPD discorre acerca da definição dos princípios gerais de proteção, que norteiam os devidos procedimentos com dados pessoais, bem como estabelece a forma que devem ser tratados<sup>231</sup>.

Primeiramente, deve haver um consentimento explícito. O consentimento que trata a LGPD deve ser expresso, por parte da pessoa natural titular dos dados ou, no caso de menores de idade, seu responsável legal. Ele deve ser de forma evidente e inequívoca, preferencialmente por escrito ou de alguma outra forma que caracterize sua manifestação de vontade<sup>232</sup> concordando com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada, a qual deve ser livre e espontânea, sob pena de incorrer nas penas previstas no artigo 8º, do diploma legal, e tornar-se nulo. O consentimento trata-se de uma das hipóteses que autoriza o tratamento de dados, mas não é a única, além do mais, é passível de revogação, conforme parágrafo 5º, do artigo 8º, da LGPD.

---

<sup>230</sup> PINHEIRO, Patricia Peck. **Proteção de dados pessoais**: Comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD). Ed. Saraiva jur. 2 ed. São Paulo, 2020, p. 29.

<sup>231</sup> Artigo 6º da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais: “As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios: I - finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades; II - adequação: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento; III - necessidade: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados; IV - livre acesso: garantia, aos titulares, de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integralidade de seus dados pessoais; V - qualidade dos dados: garantia, aos titulares, de exatidão, clareza, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento; VI - transparência: garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial; VII - segurança: utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão; VIII - prevenção: adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais; IX - não discriminação: impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos; X - responsabilização e prestação de contas: demonstração, pelo agente, da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais e, inclusive, da eficácia dessas medidas”.

<sup>232</sup> Segundo Donda, “um claro exemplo desse tipo de manifestação é quando existe a necessidade de coleta de dados a partir de um website, em que a empresa deverá adotar o texto de consentimento e incluir uma *checkbox* que o titular irá marcar para expressar o consentimento. Essa *checkbox* não pode, de forma alguma, estar pré-marcada, e o titular deverá clicar nela para manifestar o seu consentimento”. **Guia prático de implementação da LGPD**. Editora Labrador. São Paulo, 2020, p. 24.

Ademais, prevê a lei que durante o período de tratamento de dados pessoais, o titular poderá, por direito, saber a finalidade da coleta, o período pelo qual ficarão armazenados, bem como levantar informações sobre o controlador e munir-se de meios para contatá-lo. A finalidade de armazenamento, a qual se refere a lei, deverá ser de apoiar ou promover atividades do controlador ou, ainda, garantir uma prestação de serviços ou assegurar direitos do titular dos dados pessoais<sup>233</sup>.

Por sua vez, conforme o disposto no artigo 15, da LGPD, o encerramento do tratamento desses dados, pode ocorrer através de múltiplas formas, como: 1) alcançada finalidade; 2) os dados se tornarem desnecessários para a determinada finalidade; 3) determinação por autoridade nacional; 4) violação de algum dispositivo da lei e, 5) solicitação pleiteada pelo próprio titular dos dados.

Com a LGPD, os titulares dos dados passam a ter direito ao acesso facilitado às informações sobre o tratamento de dados, estando isso positivado no teor do art. 9º. Tais informações serão disponibilizadas de forma clara, adequada e ostensiva, incluindo a finalidade, forma e duração específica do tratamento para que se destina; identificação e informações de contato do controlador de tratamento de dados e sobre o uso compartilhado de dados, bem como sua finalidade<sup>234</sup>.

Ainda, a redação do artigo 18<sup>235</sup> da lei elenca em seus nove incisos um rol de direitos que passaram a ser assegurados aos cidadãos, como (I) a confirmação

---

<sup>233</sup> FINKELSTEIN, Maria Eugenia; FINKELSTEIN, Claudio. **Privacidade e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais**. Revista de Direito Brasileira, Florianópolis, SC. V. 23, n. 9, p. 284-301, Mai./Ago. 2019.

<sup>234</sup> Artigo 4º da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais: “O titular tem direito ao acesso facilitado às informações sobre o tratamento de seus dados, que deverão ser disponibilizadas de forma clara, adequada e ostensiva acerca de, entre outras características previstas em regulamentação para o atendimento do princípio do livre acesso: I - finalidade específica do tratamento; II - forma e duração do tratamento, observados os segredos comercial e industrial; III - identificação do controlador; IV - informações de contato do controlador; V - informações acerca do uso compartilhado de dados pelo controlador e a finalidade; VI - responsabilidades dos agentes que realizarão o tratamento; VII - direitos do titular, com menção explícita aos direitos contidos no art. 18 desta Lei. § 1º Na hipótese em que o consentimento é requerido, esse será considerado nulo caso as informações fornecidas ao titular tenham conteúdo enganoso ou abusivo ou não tenham sido apresentadas previamente com transparência, de forma clara e inequívoca. § 2º Na hipótese em que o consentimento é requerido, se houver mudanças da finalidade para o tratamento de dados pessoais não compatíveis com o consentimento original, o controlador deverá informar previamente o titular sobre as mudanças de finalidade, podendo o titular revogar o consentimento, caso discorde das alterações. § 3º Quando o tratamento de dados pessoais for condição para o fornecimento de produto ou de serviço ou para o exercício de direito, o titular será informado com destaque sobre esse fato e sobre os meios pelos quais poderá exercer os direitos do titular elencados no art. 18 desta Lei.

<sup>235</sup> Artigo 18 da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais: “O titular dos dados pessoais tem direito a obter do controlador, em relação aos dados do titular por ele tratados, a qualquer momento e mediante requisição: I - confirmação da existência de tratamento; II - acesso aos dados; III - correção de dados incompletos, inexatos ou desatualizados; IV - anonimização, bloqueio ou eliminação de dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com o disposto nesta Lei; V -

da existência do tratamento; (II) o acesso aos dados; (III) a correção de dados; (IV e VI) a eliminação de dados pessoais desnecessários ou tratados em desconformidade com a LGPD; (V) a portabilidade de dados a outro fornecedor; (VII e VIII) informação sobre compartilhamentos, bem como sobre a possibilidade de não fornecer consentimento e as consequências dessa negativa, e (IX) revogação do consentimento.

Com base nos fundamentos legais citados, os titulares poderão a qualquer momento retificar, cancelar ou até mesmo solicitar a eliminação dos dados tratados. Nesse sentido, enfatizam os autores Freitas e Maffini<sup>236</sup>:

“A LGPD dá poder ao titular dos dados, fornecendo a toda pessoa natural a titularidade de seus dados pessoais e a possibilidade de responsabilizar os agentes de tratamento de dados por qualquer dano causado pelo mau uso, vazamento ou violação de princípios norteadores da LGPD”.

Assim sendo, no caso das instituições financeiras, verifica-se que elas possuem um grande desafio de adaptação a essa possibilidade, tendo em vista que o mesmo cooperado/cliente que hoje autoriza o armazenamento de seus dados, pode, amanhã, requerer sua exclusão. Assim sendo, visando cumprir com o disposto na

---

portabilidade dos dados a outro fornecedor de serviço ou produto, mediante requisição expressa, de acordo com a regulamentação da autoridade nacional, observados os segredos comercial e industrial; VI - eliminação dos dados pessoais tratados com o consentimento do titular, exceto nas hipóteses previstas no art. 16 desta Lei; VII - informação das entidades públicas e privadas com as quais o controlador realizou uso compartilhado de dados; VIII - informação sobre a possibilidade de não fornecer consentimento e sobre as consequências da negativa; IX - revogação do consentimento, nos termos do § 5º do art. 8º desta Lei. § 1º O titular dos dados pessoais tem o direito de petição em relação aos seus dados contra o controlador perante a autoridade nacional. § 2º O titular pode opor-se a tratamento realizado com fundamento em uma das hipóteses de dispensa de consentimento, em caso de descumprimento ao disposto nesta Lei. § 3º Os direitos previstos neste artigo serão exercidos mediante requerimento expresso do titular ou de representante legalmente constituído, a agente de tratamento. § 4º Em caso de impossibilidade de adoção imediata da providência de que trata o § 3º deste artigo, o controlador enviará ao titular resposta em que poderá, I - comunicar que não é agente de tratamento dos dados e indicar, sempre que possível, o agente; ou II - indicar as razões de fato ou de direito que impedem a adoção imediata da providência. § 5º O requerimento referido no § 3º deste artigo será atendido sem custos para o titular, nos prazos e nos termos previstos em regulamento. § 6º O responsável deverá informar, de maneira imediata, aos agentes de tratamento com os quais tenha realizado uso compartilhado de dados a correção, a eliminação, a anonimização ou o bloqueio dos dados, para que repitam idêntico procedimento, exceto nos casos em que esta comunicação seja comprovadamente impossível ou implique esforço desproporcional. § 7º A portabilidade dos dados pessoais a que se refere o inciso V do caput deste artigo não inclui dados que já tenham sido anonimizados pelo controlador. § 8º O direito a que se refere o § 1º deste artigo também poderá ser exercido perante os organismos de defesa do consumidor”.

<sup>236</sup> FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra; MAFFINI, Maylin. **A Proteção dos Dados Pessoais no Crédito Bancário e a Lei Geral de Proteção de Dados frente ao Cadastro Positivo**. Revista Jurídica Cesumar. Jan/abr 2020, v. 20, n. 1, p. 33.

legislação, as empresas desse ramo precisarão adotar políticas que garantam a exclusão de sua base de todos os dados armazenados relativos a seus cooperados/clientes, caso assim eles optem.

Acerca das análises automatizadas, a LGPD traz à baila, em seu artigo 20, a previsão de que o titular de dados possui o direito de solicitar a revisão de decisões tomadas unicamente com base em tratamento automatizado de dados pessoais que afetem seus interesses, incluídas as decisões destinadas a definir o seu perfil pessoal, profissional, de consumo e de crédito ou os aspectos de sua personalidade<sup>237</sup>.

No caso das instituições de crédito, a LGPD exige que a manutenção de dados armazenados, bem como a utilização destes para qualquer que seja a finalidade, seja consentida mediante autorização dos usuários. Em razão dessa imposição, faz-se necessário que as empresas deste ramo atualizem suas políticas internas, bem como a formulação dos contratos, atentando-se para que quando o cooperado/cliente contrate alguma solução financeira já haja no mesmo documento de contratação uma cláusula de que autoriza de maneira expressa o armazenamento de dados do titular.

Tal disposição considera-se de extrema importância ao se tratar de proteção, tendo em vista que cada vez mais será frequente o uso das novas tecnologias envolvendo inteligência artificial e, existem diversos casos comprovados<sup>238</sup>, de que as decisões algorítmicas foram equivocadas e, conseqüentemente, ocasionam danos aos titulares.

Todavia, a legislação não trouxe de forma expressa definição de decisões automatizadas. Prevê a lei no parágrafo 1º, do artigo 20, que o controlador deverá fornecer sempre que solicitadas, informações claras e adequadas a respeito dos

---

<sup>237</sup> Cumpre lembrar que o direito à revisão das decisões automatizadas já era previsto no artigo 5º, inciso VI, da Lei do Cadastro Positivo. Agora, de forma mais abrangente, a LGPD dispõe em seu texto a possibilidade de o titular dos dados ter a revisão das decisões tomadas de maneira automatizada.

<sup>238</sup> Um caso discriminatório que pode ser citado é do dispensador automático de sabonete que não detecta a mão de um homem de pele negra. Para demonstrar que a cor da pele é o motivo, durante um vídeo, foi lançada uma toalha de papel branco sob o distribuidor, que imediatamente liberou o sabonete. Mail Online. **Is this soap dispenser RACIST?** Controversy as Facebook employee shares video of machine that only responds to white skin. Disponível em: <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-4800234/Is-soap-dispenser-RACIST.html>. Acesso em 23 Ago 2022.

critérios e dos procedimentos utilizados para a decisão automatizada, observados os segredos comercial e industrial<sup>239</sup>.

Logo, um dos fatores que geram preocupação após a vigência da lei é se há devida preparação dos controladores para o atendimento desse tipo de demanda, levando em consideração toda técnica que envolve a tomada de decisões automatizadas, aliada a leiguice da maioria dos titulares ao se tratar da complexidade do assunto. Isso porque, quando houver solicitação, entende-se que o titular dos dados

não deseja receber códigos-fonte, mas entender os critérios que foram utilizados, pois, para ele, como leigo, é irrelevante o número de linhas de programação utilizadas (...). Para o titular dos dados, é fundamental receber informações consistentes e compreensíveis para que ele, querendo, possa contestar a decisão automatizada.<sup>240</sup>

Assim, é notório que, cada vez mais, o uso de decisões automatizadas se tornará frequente, inclusive porque possibilita maior celeridade em qualquer que seja o processo. Ao mesmo passo, vislumbra-se que haverá um grande desafio, tanto para os controladores, como para o Poder Judiciário, no tocante a análise e solução dos conflitos decorrentes dessas decisões.

Observando o princípio da transparência e o da não discriminação trazidos pelo artigo 6º da LGPD, trata-se de uma necessidade a revisão das decisões automatizadas, diante do risco de discriminação, objetivando a minimização dos casos de violação dos direitos fundamentais dos consumidores, principalmente por se tratarem de minorias. Todavia, pondera-se, que a forma como serão realizadas essas decisões proporciona novos desafios e preocupações, visto que o diploma legal carece de obrigação legal que exija que sua execução seja feita por um humano.

Ainda, entre as especificações da LGPD, as empresas estão obrigadas a eleger um responsável – encarregado - para dar andamento ao devido processamento das operações, bem como ao monitoramento regular e sistemático dos titulares de

---

<sup>239</sup> Artigo 20 da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais: “O titular dos dados tem direito a solicitar a revisão de decisões tomadas unicamente com base em tratamento automatizado de dados pessoais que afetem seus interesses, incluídas as decisões destinadas a definir o seu perfil pessoal, profissional, de consumo e de crédito ou os aspectos de sua personalidade. § 1º O controlador deverá fornecer, sempre que solicitadas, informações claras e adequadas a respeito dos critérios e dos procedimentos utilizados para a decisão automatizada, observados os segredos comercial e industrial. [...]”.

<sup>240</sup> BECKER, D. RODRIGUES, R. de B. Capítulo III. Direitos do titular. In: **Comentários à Lei Geral de Proteção de Dados**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. *E-book*.

dados. Segundo a legislação brasileira, não há exigência de que essa pessoa deva ser profissional da área, podendo, contudo, ser qualquer pessoa física ou jurídica.

Outrossim, compreende-se que para que haja o cumprimento efetivo das normas impostas pela LGPD, deverá ser investido também, por parte das empresas, em treinamentos constantes junto a suas equipes, visando a formação de profissionais qualificados, com entendimento sobre a lei, sob o mesmo direcionamento e conscientes das consequências que atos equivocados - como um contrato redigido com erro - podem ocasionar.

Destarte, sabe-se que a LGPD não é uma legislação esparsa, pontual ou passageira. Trata-se de uma lei rígida, que proporciona melhoria, principalmente, no tocante à qualidade de vida das pessoas. No entanto, todo e qualquer investimento no intuito de acelerar o processo de adequação, bem como no efetivo cumprimento das exigências impostas, com certeza trará retornos significativos, tanto à curto, médio e longo prazo.

Considera-se oportuno destacar, que em casos de não cumprimento ao disposto na legislação, as medidas punitivas aplicáveis estão elencadas no artigo 52 da LGPD, sendo que a sua interpretação, diante do caso concreto, recai à ANPD – Autoridade Nacional de Proteção de Dados. As penalidades dispostas pelo mencionado artigo são: 1) advertência e adoção de medidas corretivas; 2) multa de até 2% do faturamento da pessoa jurídica (limite de 50 milhões de reais por infração); 3) publicação da infração; 4) bloqueio e eliminação dos dados em questão; 5) multa diária e, 6) indenização ao titular de dados<sup>241</sup>.

Nesta senda, é claro e notório que a ideia central da LGPD é proteger os direitos fundamentais de liberdade e privacidade, possibilitando o livre desenvolvimento da personalidade do indivíduo tendo como embasamento a boa-fé e observando tanto princípios jurídicos quanto aspectos tecnológicos (riscos, prevenção, segurança da informação entre outros). Fortalecido pela LGPD, vislumbra-se uma nova realidade para o desenvolvimento de uma cultura que priorize o respeito aos dados pessoais, minimizando a coleta indiscriminada e o tratamento abusivo de dados.

---

<sup>241</sup> BRASIL. Lei Federal nº 13.709 de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm). Acesso em 28 Mai 2022.

## 2.2 LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD): ANÁLISE COMPARATIVA COM O REGULAMENTO EUROPEU *GENERAL DATA PROTECTION REGULATION* (GDPR)

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD (Lei nº 13.709/2018) foi elaborada e sancionada com o intuito de regulamentar e sanar os problemas oriundos da coleta, armazenamento e transmissão de dados pessoais dos indivíduos. Além disso, a LGPD visa possibilitar ao órgão regulador maior controle, o que garante ao consumidor maior proteção, principalmente no que tange o acesso, eliminação e revogação do consentimento. Importa destacar que a LGPD objetiva não apenas uma mudança legislativa, como também uma mudança cultural referente à proteção de dados pessoais, possibilitando aos indivíduos mecanismos que garantam a tutela das informações que lhe dizem respeito<sup>242</sup>.

No Brasil, a LGPD passou a ser considerada um importantíssimo marco para a proteção de dados no país, isso porque foi a primeira legislação que efetivamente regulamentou sobre o assunto de forma específica e ampla e não apenas interpretativa, com base no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor, o que dificultava seu entendimento e aplicação<sup>243</sup>.

Entretanto, a elaboração da legislação brasileira se deu com base na regulamentação vigente na Europa, denominada *General Data Protection Regulation* – GDPR. Essa, por sua vez, foi criada com o propósito de atualizar a “*Data Protection Directive*”<sup>244</sup>, que se trata de outra lei de privacidade da Europa, vigente desde a década de noventa.

A atualização legislativa tornou-se imprescindível devido ao aumento exacerbado do uso de meios tecnológicos e de informação que fez com que as empresas investissem ainda mais, e mais forte, em seus negócios via internet. Aliado a oferta em massa, houve a expressiva aderência da sociedade em geral por esse novo meio de se efetivar negócios e, tudo isso, refletiu diretamente na necessidade

---

<sup>242</sup> GARCIA, Lara Rocha; AGUILERA-FERNANDES, Edson; GONÇALVES, Rafael Augusto Moreno; PEREIRA-BARRETO, Marcos Ribeiro. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) Guia de Implementação**. São Paulo: Blucher, 2020, p. 15-16.

<sup>243</sup> MACHADO, José Mauro Decoussau, SANTOS, Matheus Chucri dos; PARANHOS, Mario Cosac Oliveira. **LGPD E GDPR: uma análise comparativa entre as legislações**. Disponível em: <http://www.pinheironeto.com.br/publicacoes/lgpd-e-gdpr-uma-analise-comparativa-entre-as-legislacoes>. Acesso em 15 Mai 2021.

<sup>244</sup> Diretrizes para Proteção de Dados, em tradução livre Diretrizes para Proteção de Dados.

de se adequar a legislação vigente, visto que apresentava lacunas quanto aos aspectos de proteção de dados em rede<sup>245</sup>.

Importa frisar, que o GDPR, que possui como principal objetivo garantir a proteção e a privacidade dos dados de todos os indivíduos da União Europeia e do espaço econômico europeu, representa um progresso da Diretiva Europeia de 1995 (Diretiva 95/46/CE)<sup>246</sup>, que versa sobre a matéria. Sinaliza-se, pois, que há mais de vinte e cinco anos a Europa se preocupa com a proteção de dados pessoais e possui uma cultura bastante desenvolvida no que tange ao assunto.

O GDPR passou a vigorar em 25 de maio de 2018 e um dos principais motivos que estimularam a aprovação dessa lei foi o escândalo da espionagem em massa promovida pelo governo dos Estados Unidos, o qual comunicava dados da população de vários países da Europa e da América Latina, incluindo o Brasil, utilizando servidores de empresas como Google, Apple e Facebook. “Revelado em 2013 por Edward Snowden, ex-analista da CIA, o escândalo ajudou a impulsionar a revisão da lei que havia começado no ano anterior”<sup>247</sup>.

Logo, a desterritorialidade do GDPR fez com que os seus efeitos ultrapassassem fronteiras geográficas de modo imediato, impactando em empresas do mundo todo, uma vez que qualquer empresa que possua dados pessoais de indivíduos da União Europeia, embora atue em outro país, está sujeita aos efeitos dessa regulamentação. E, para o Brasil, não foi diferente, pois toda companhia que mantinha informações pessoais de europeus precisou se adequar face às novas exigências. Por esse motivo, não foram realizadas mudanças nas políticas de dados apenas nos territórios da União Europeia, mas sim a nível global<sup>248</sup>.

Diante da necessidade de atender ao alto grau de exigência nas práticas de tratamento de dados pessoais do GDPR, o Brasil de inspirou fortemente na sua redação e trouxe consigo semelhanças consideráveis<sup>249</sup>. Assim, compreende-se que a vigência do GDPR

---

<sup>245</sup> European Union Agency For Fundamental Rights; Council Of Europe. **Handbook on European Data Protection Law**. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018, p. 29.

<sup>246</sup> Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/LSU/?uri=celex:31995L0046>.

<sup>247</sup> GOMES, H. GOMES, H. **Lei da União Europeia que protege dados pessoais entra em vigor e atinge todo o mundo**. Disponível em: Lei da União Europeia que protege dados pessoais entra em vigor e atinge todo o mundo; entenda | Tecnologia | G1 (globo.com). Acesso em: 12 out. 2021.

<sup>248</sup> Redação Juris Correspondente. **A GDPR (proteção de dados europeia) e o seu impacto no Brasil**. Disponível em: A GDPR (proteção de dados europeia) e o seu impacto no Brasil - Blog do Juris (jurisrespondente.com.br). Acesso em: 01 out. 2021.

<sup>249</sup> MACHADO, José Mauro Decoussau, SANTOS, Matheus Chucri dos; PARANHOS, Mario Cosac Oliveira. **LGPD E GDPR: uma análise comparativa entre as legislações**. Disponível em:

serviu como catalisador para a promulgação da lei brasileira, na medida em que a ausência de uma lei brasileira poderia trazer prejuízos ao País. Basta considerar que a ausência de legislação poderia, de acordo com o GDPR, até mesmo impedir a transferência de dados para o Brasil diante da inadequação do nosso ambiente regulatório. Some-se a isso a confusão criada quanto à aplicação da GDPR no Brasil, já que a ausência de uma legislação brasileira fez com que muitas empresas se apressassem (na maioria dos casos sem necessidade) para se adaptar a uma legislação com aplicação limitada no Brasil<sup>250</sup>.

Analisadas em consonância, a LGPD e o GDPR possuem mais pontos de semelhança do que de diferença. À exemplo disso, cita-se que ambos os diplomas legais possuem similaridades no que tange: a) o consentimento dos titulares dos dados pessoais; b) o ônus da comprovação da obtenção do consentimento; c) direito de informação dos titulares; d) a portabilidade de dados; e) a responsabilidade dos agentes; f) a indicação do encarregado pelo tratamento dos dados e, g) a previsão de parâmetros de segurança para o seu tratamento, guarda e manuseio.

Entretanto, sinaliza-se, também, as principais divergências que ambos os ordenamentos jurídicos possuem e a importância de tê-las bem delimitadas e compreendidas. Assim como na lei brasileira, o regulamento europeu contempla a definição de dados pessoais, porém da seguinte forma: "informações relativas a uma pessoa singular identificada ou identificável" e, vai além, apresentando mecanismos para determinar quando uma pessoa pode ser considerada como identificável, característica que não foi abrangida pela LGPD.

Além disso, o GDPR classifica os dados pessoais em categorias especiais, definindo-as com os seguintes termos: "dados de saúde", "dados biométricos" e "dados genéticos". Nesse aspecto, a LGPD apresenta-se de maneira mais concisa e limitada, restringindo-se a referir tais dados como espécies de dados sensíveis, os quais são definidos pelo artigo 5º, inciso II. Isso ocorre porque não haveria uma definição expressa acerca de que dados seriam classificados como sendo de tais espécies, fator que daria margem a diferentes interpretações.

No que tange o tratamento de dados sensíveis, o GDPR dispõe acerca do tema em seu artigo 9º. O *caput* do referido artigo, impõe, como regra, a proibição do

---

<http://www.pinheironeto.com.br/publicacoes/lgpd-e-gdpr-uma-analise-comparativa-entre-as-legislacoes>. Acesso em 15 Mai 2021.

<sup>250</sup> MACHADO, José Mauro Decoussau, SANTOS, Matheus Chucri dos; PARANHOS, Mario Cosac Oliveira. **LGPD E GDPR: uma análise comparativa entre as legislações**. Disponível em: <http://www.pinheironeto.com.br/publicacoes/lgpd-e-gdpr-uma-analise-comparativa-entre-as-legislacoes>. Acesso em 15 Mai 2021.

tratamento de dados pessoais sensíveis e, suas alíneas, contemplam hipóteses de exceção à essa regra. Duas delas, entretanto, não foram elencadas pela LGPD, a saber, alíneas “d” e “e”, que tratam respectivamente, de dados relativos a atuais ou ex-membros de fundação, associação ou sem fins lucrativos tratados para fins legítimos e com medidas de segurança apropriadas, e, dados manifestamente tornados públicos por seu titular.

Já a legislação brasileira, reconhece tutela especial aos dados sensíveis, porém o tratamento só pode acontecer em casos expressamente previstos na lei. Sem disposição equivalente ao GDPR, o regulamento brasileiro estabelece que os dados sensíveis poderão ser tratados, independentemente de consentimento de seu titular, nas hipóteses em que for indispensável para: 1) a execução, pela administração pública, de políticas previstas em leis ou regulamentos ou, ainda, 2) a garantia da prevenção à fraude e à segurança do titular, nos processos de identificação e autenticação de cadastro em sistemas eletrônicos<sup>251</sup>.

Sobre o tratamento de dados pessoais de menores, verifica-se que o GDPR, em seu artigo 8º, aceita o consentimento dado por crianças para o tratamento de dados pessoais, sob o requisito de que tenham, pelo menos, 16 (dezesseis) anos de idade. Aos que possuem idade inferior ao exigido, o regulamento exige que o consentimento seja efetuado ou autorizado por seus responsáveis legais.

Enquanto na LGPD, o tema é abordado no artigo 14, parágrafo primeiro, abrangendo tanto crianças, quanto adolescentes, ou seja, para todos os menores de 18 (dezoito) anos, nos termos da definição expressa pelo Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA<sup>252</sup>, aplica-se o mesmo regime. Desse modo, compreende-se que, a LGPD, exige, em regra, o consentimento dos pais ou de responsáveis legais para o tratamento de dados pessoais de todos os menores de 18 (dezoito) anos.

Sobre políticas de proteção de dados, através do artigo 24, o regulamento europeu atribui aos controladores de dados a obrigatoriedade na adoção de medidas técnicas e organizativas que assegurem que o tratamento de dados seja efetuado de acordo com a legislação. Na LGPD, o tema é abordado no artigo 50, o qual refere a implementação de programa de governança em privacidade como facultativo aos

---

<sup>251</sup> Artigo 11, da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm). Acesso em 28 mai 2022.

<sup>252</sup> BRASIL. **Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990**. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm). Acesso em 28 mai 2022.

controladores de dados.

Em relação aos representantes (artigo 27), o GDPR impôs que o controlador ou processador, deve, por escrito, formar um representante seu em um dos Estados-Membros. A LGPD, por sua vez, não possui previsão equivalente, mas assegura que a empresa estrangeira será devidamente notificada e intimada de todos os atos processuais na pessoa do agente ou representante ou pessoa responsável por sua filial, agência, sucursal, estabelecimento ou, ainda, escritório instalado em território brasileiro.

Referente à responsabilização dos agentes, o regulamento europeu prevê, em seu artigo 82, as hipóteses em que controlador e/ou o operador serão responsabilizados pelos danos causados aos titulares de dados pessoais. Outrossim, também deixa claro que essas penalidades não se aplicam quando a pessoa física ou jurídica não estiver envolvida com o tratamento de dados e/ou quando em detrimento do dano, o tratamento aconteceu em conformidade com a legislação.

A LGPD, por sua vez, contempla em seu artigo 42 e seguintes, além do previsto no GDPR, duas outras hipóteses de responsabilização dos agentes, quais sejam: 1) adicional de isenção de responsabilidade e, 2) quando for comprovado pelos agentes que o dano é decorrente de culpa exclusiva do titular dos dados ou de terceiros.

Atinente ao tratamento de dados para fins de marketing direto, o GDPR apresenta em seu artigo 21 previsões específicas, garantindo ao titular de dados o direito de se opor, a qualquer momento, ao tratamento de seus dados pessoais, o que abrange a definição de perfis na medida em que esteja relacionada com a comercialização direta.

Acerca desse tema, o diploma legal brasileiro não discorreu um artigo específico. Assim sendo, aplicam-se, nesses casos, regras gerais de consentimento, de transparência e de objeção dos titulares dos dados pessoais.

Sobre a relação entre controlador e operador (artigo 28), o regulamento europeu estabelece que o tratamento de dados realizado por operador deve ser formalizado através de contrato ou outra forma de ato jurídico que vincule o operador ao controlador, bem como prevê as matérias que devem constar nesse documento

A legislação brasileira, por sua vez, embora estabeleça que o operador deverá realizar o tratamento de dados conforme as instruções do controlador, não faz exigência quanto a formalização por meio de contrato.

Sobre o relatório de impacto, o GDPR prevê, no artigo 35, que o controlador deve elaborar um relatório de impacto à proteção de dados pessoais toda vez que o tratamento resultar em um elevado risco para os direitos e liberdade das pessoas. Não obstante, também elenca, de maneira detalhada, o que deve necessariamente ser abordado nesse documento.

A LGPD, em seu artigo 38 disciplinou sobre o assunto, porém não deixou claro em quais hipóteses o controlador será obrigado a realizar um relatório de impacto à proteção de dados pessoais, postergando a um eventual regulamento próprio que verse sobre essa matéria.

Referente a consulta prévia, o GDPR estipula, através do artigo 36, que quando o relatório de impacto à proteção de dados pessoais indicar que o tratamento resultará em alto risco caso não estejam sendo adotadas medidas de mitigação, o controlador deverá realizar consulta à autoridade de controle, previamente ao início do tratamento.

Considerando que os dispositivos que previam a criação da ANPD – Autoridade Nacional de Proteção de Dados foram vetados, a LGPD não possui, então, previsão equivalente ao GDPR no tocante a consulta prévia.

O regulamento europeu prevê, através do artigo 44 e seguintes, que a transferência internacional de dados pessoais pode ser realizada, independentemente de autorização específica, se a Comissão Europeia reconhecer que o país terceiro assegura um nível de proteção adequado. No caso de não haver decisão de adequação, a transferência internacional estará condicionada a garantias adequadas a serem asseguradas pelo agente. Diferentemente da LGPD, o procedimento e elementos a serem considerados pela Comissão durante a avaliação da adequação do nível de proteção, bem como as próprias medidas adequadas a serem adotadas pelos agentes são detalhadamente previstos pelo GDPR.

Por sua vez, a LGPD em seu artigo 33 e seguintes, embora também permita a transferência de dados pessoais para países ou organismos internacionais que proporcionem grau de proteção de dados pessoais adequado ao disposto, apresenta lacunas no que se refere ao procedimento e elementos a serem considerados adequados. O diploma legal brasileiro prevê, tão somente, diretrizes genéricas a serem observadas pela autoridade nacional.

Sobre a tomada de decisões automatizadas, observa-se que o regulamento europeu aborda por diversas vezes o tema no teor artigos, mas a regula,

mais precisamente em seu artigo 22. A partir da interpretação desse artigo, contempla-se que o GDPR garante aos titulares de dados que eles não serão submetidos a decisões tomadas única e exclusivamente com base em um tratamento automatizado de dados.

A LGPD contempla sobre o assunto somente no seu artigo 20. Na oportunidade, o regulamento prevê a possibilidade de revisão das análises automatizadas, quando estas forem “tomadas unicamente com base em tratamento automatizado de dados pessoais”. O parágrafo primeiro desse mesmo artigo estabelece o direito ao titular dos dados pessoais solicitar informações “a respeito dos critérios e dos procedimentos utilizados para a decisão automatizada”. Contudo, observa-se que, para que o direito à revisão seja aplicável, faz-se necessário que a decisão tenha acontecido sem a interferência humana.

No artigo 68 e seguintes o regulamento europeu estabelece a criação do Comitê Europeu para a Proteção de Dados, o qual é responsável por assegurar a aplicação coerente do GDPR.

Seguindo a mesma linha do regulamento europeu, o projeto de lei que deu origem a LGPD previa a criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados – ANPD. Entretanto, os dispositivos que previam sua criação e responsabilidades foram vetados, sob justificativa de incorrerem em inconstitucionalidades do processo legislativo, na medida em que a criação da ANPD, como órgão de administração pública, seria de iniciativa do Presidente da República. Importa destacar, que mesmo com o veto, a ANPD foi criada através do Decreto 10.474 e já possui nomeação de seus membros<sup>253</sup>.

É imprescindível, pois, que, a exemplo do GDPR, possamos contar com uma ANPD, devidamente encarregada de zelar pela aplicação da lei e, sobretudo, de direcionar a população brasileira acerca da forma como ela deve ser interpretada, desde os seus aspectos jurídicos, quanto técnicos.

Analisa-se, contudo, que embora haja divergências relevantes entre ambas, a LGPD sofre grande influência do GDPR. No entanto, há de se destacar que o regulamento europeu se apresenta sob uma ótica muito mais detalhista e que, conseqüentemente, exige menos interpretação legislativa. Além do mais, como já

---

<sup>253</sup> Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br>. Acesso em 04 Ago 2022.

referenciado, possui como ponto de vantagem uma cultura já formada a despeito desse tema.

A LGPD, no entanto, veio em bom momento, visto a necessidade de haver a propositura de uma lei específica que garantisse maior proteção aos usuários/indivíduos, diante do atual cenário social, o qual baseia-se na sociedade da informação e do consumo. Desse modo, insta a LGPD a regulamentar questões importantes referentes aos dados pessoais, além de punir através de multas os casos de descumprimento.

## CAPÍTULO 3

### COOPERATIVISMO: DESAFIOS DE ADEQUAÇÃO FACE A LGPD

A oferta de crédito também é um atributo inerente ao sistema capitalista e transformou-se em um elemento de suma importância na sociedade. A sua democratização e facilitação de acesso deu azo a uma significativa transformação, tanto econômica quanto social, ao passo que permitiu, principalmente às classes de menores rendas adquirirem bens ou serviços que, em condições habituais, não seriam possíveis.

Ao mesmo passo, cercado por uma sociedade onde o consumo de bens e serviços é desenfreado, as estratégias de marketing e publicidade são massivas, o acesso ao crédito facilitado e, sendo que tudo isso são exigências para se sentir inserido no meio em que habita, a figura do consumidor acabou se tornando elemento de formação de uma população superendividada<sup>254</sup>.

As cooperativas, por sua vez, surgiram, em todos os seus ramos, a partir de problemas sociais. Elas aparecem como solução para esses problemas, atendendo os anseios da parte menos favorecida da sociedade. O Brasil, a exemplo dos países europeus, possui longo histórico de criação de cooperativas<sup>255</sup>.

Inúmeros são os diferenciais que levam o sistema cooperativo de crédito, por exemplo, a elevar seus números face às redes bancárias. Além de atuar em localidades menores e de difícil acesso, sendo uma solução para necessidades de pequenos empresários, consequentemente, contribuem com o desenvolvimento local. Ainda, o modelo de negócio cooperativo, se diferencia quando se trata de proximidade com seus associados, oferecendo completo atendimento – inclusive desempenhando papel consultivo -, e vasto portfólio de produtos e serviços financeiros<sup>256</sup>.

A entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (Lei 13.709/18), estabelece direitos, deveres e princípios que devem ser averiguados

---

<sup>254</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **A proteção do consumidor**: aspectos de direito privado regional e geral. Washington/Rio de Janeiro: Curso de Direito Internacional, CJI/OEA, 2001.

<sup>255</sup> SCHNEIDER, José Odelso. **Democracia, participação e autonomia cooperativa**. Unisinos, 1999.

<sup>256</sup> PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO. **História do Cooperativismo**: Os 7 princípios do cooperativismo. Publicado 02 de abril de 2016. Disponível em: <https://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo/historia-do-cooperativismo/os-7-principios-do-cooperativismo>. Acesso em 20 Abr 2022.

sempre que existir tratamento de dados pessoais de consumidores e usuários de serviços e é aplicável a todos os setores da economia, inclusive empresas com sede no exterior.

Tão logo, os reflexos desse marco jurídico surtiram efeito fortemente também no setor financeiro, o qual já utilizava, tradicionalmente, dados extremamente sensíveis de seus clientes. As instituições financeiras atuantes no mercado coletam, armazenam, compartilham e, muitas vezes, até promovem o tratamento das informações dos seus clientes, que vão muito além de nome e documentos, como é o caso dos perfis de crédito, endividamento ou investimento<sup>257</sup>.

Trata-se, pois, de um grande desafio a todas as empresas, incluindo as de ramos cooperativos, as devidas mudanças e adaptações ao novo regulamento. No entanto, faz-se imprescindível que todas se adequem às imposições, não apenas para evitarem devidas punições, mas sim, visando a real e efetiva proteção à privacidade e aos dados pessoais, considerados direitos fundamentais pela Constituição Federal Brasileira.

### **3.1 REFLEXOS DAS TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS NA SOCIEDADE DE CONSUMO: A DEMOCRATIZAÇÃO DO CRÉDITO E O SUPERENDIVIDAMENTO**

Atualmente, no mundo globalizado em que se vive, o capitalismo é o modo de produção econômico que predomina e o ato de consumir é a prática que prevalece. Através das novas tecnologias, as mídias e publicidades são cada vez mais agressivas e incisivas, tornando-se grandes precursoras pelo aumento exacerbado da velocidade do consumo.

A estrutura do modelo capitalista é baseada na ideia de igualdade e no pressuposto de que o crescimento socioeconômico de cada pessoa só depende de seus méritos individuais<sup>258</sup>. Sob esse viés argumentativo, subentende-se que o sujeito que tem o propósito de crescer socialmente e atingir uma melhor qualidade vida, depende apenas de seu esforço e trabalho para que haja essa progressão de status.

Entretanto, em países onde há desigualdade social, como é o caso do

---

<sup>257</sup> PINHEIRO, Marcos Antonio Henriques. **Cooperativas de crédito**: história da evolução normativa no Brasil. 6 ed. – Brasília; BCB, 2008, p. 36.

<sup>258</sup> VERBICARO, Dennis; NUNES, Luiza Correa Colares. **O fenômeno do superendividamento do consumidor no contexto de desigualdade social no Brasil**. Revista Jurídica Cesumar - Mestrado, v. 19, n. 2, p. 521-555, maio/agosto 2019 - e-ISSN 2176-9184.

Brasil, essa concepção de igualdade não é suficiente para proporcionar às pessoas essa facilidade de transição entre as classes sociais. Isso porque, a questão da baixa renda é fator determinante, principalmente, no contexto de estabilidade familiar, restando prejudicados, com isso, o acesso a uma educação qualificada, à uma melhor qualidade de vida e, conseqüentemente, à um trabalho com maior remuneração<sup>259</sup>.

Nesta senda, observa-se que o modelo econômico capitalista se difunde sobre a premissa de que os indivíduos teriam, por si só, capacidade de superar a condição de desigualdade, quando na verdade essa situação é característica do próprio sistema. Sobre esse pensamento é a concepção de Karl Marx<sup>260</sup>, o qual afirma que o principal ensejo do capitalismo é concentrar a maior parte da renda nas mãos da minoria e, conseqüentemente, a menor parte, em favor da maioria, de modo que a desigualdade não pode ser desvinculada desse modo de produção, mas sim, pressuposto de sua própria existência<sup>261</sup>.

Assim, conseqüentemente, além de exercer um importante papel no quesito inclusão social, também melhora a qualidade de vida dessa parcela da população. Nessa senda, Teixeira explica que

crédito sem dúvida cumpre importante papel econômico e social, a saber: possibilita às empresas aumentarem seu nível de atividade, estimula o consumo influenciado na demanda e facilita a execução de projetos para os quais as empresas não disponham de recursos próprios suficientes<sup>262</sup>.

Aliado à possibilidade do crédito, tem-se o aumento do consumo e isso faz com que as empresas passem a produzir em maior escala e, conseqüentemente, ampliem a geração de empregos que favorece a majoração do poder de compra, e isso tudo faz girar a cadeia de produção e economia. Nesse sentido, Marques, Lima e Bertonecello, explicam que consumir é característica indispensável do próprio exercício da “cidadania econômico-social”, pois

---

<sup>259</sup> TEIXEIRA, Eduardo Giovani; OLIVEIRA, Leandro Gonçalves; NETO, Sílvio Carvalho. **Concessão de crédito ao consumidor**. Fórum de Administração, v. 1, n. 1, 2009. p. 78.

<sup>260</sup> MARX, Karl. **O capital**. 7. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

<sup>261</sup> Destarte, em que pese terem havido inúmeras e significativas mudanças no modo de produção e a apreciação de Marx sobre o capitalismo ter se referido ao modelo de produção industrial atinente ao século XIX, permanece atual perante o contexto contemporâneo da sociedade de consumo. MARX, Karl. **O capital**. 7. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

<sup>262</sup> TEIXEIRA, Eduardo Giovani; OLIVEIRA, Leandro Gonçalves; NETO, Sílvio Carvalho. **Concessão de crédito ao consumidor**. Fórum de Administração, v. 1, n. 1, 2009. p. 78.

consumo é igualdade, é ser cidadão-econômico ativo, é aproveitar das benesses do mercado liberal e globalizado. Consumo é inclusão na sociedade, nos desejos e benesses do mercado atual. Em outras palavras, consumo é para as pessoas físicas a realização plena de sua liberdade e dignidade, no que podemos chamar de verdadeira “cidadania econômico-social”<sup>263</sup>.

Logo, o acesso ao crédito não limita-se tão somente ao aumento da capacidade de consumo, que faz girar a economia, mas sim à faz crescer e isso, por consequência, faz aumentar também a oferta de empregos. Contudo, verifica-se que o crédito possui significativa importância na sociedade, sendo, inclusive, capaz de transformá-la através do desenvolvimento da economia, que se fortalece sobretudo por meio da via de inclusão do maior número de pessoas na sociedade de consumo.

O último censo demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa - IBGE<sup>264</sup>, realizado no ano de 2010<sup>265</sup>, possibilita analisar através de dados essa transmutação social possibilitada pela inclusão da população de menor renda na sociedade de consumo e sua melhoria na qualidade de vida, quando comparado ao do ano 2000.

Os números apresentados pela pesquisa mais recente apontam que 95% (noventa e cinco por cento) das residências brasileiras possuem televisores e 93,7% (noventa e três vírgula sete por cento) possuem geladeira, enquanto no ano 2000 os percentuais eram, respectivamente, 87,2% (oitenta e sete vírgula dois por cento) e 83,4% (oitenta e três vírgula quatro por cento)<sup>266</sup>. Isso significa que as transformações sociais possibilitaram melhoria na qualidade de vida, desde o surgimento de novas tecnologias, quanto à concessão facilitada de crédito, que antecipa o poder de compra

<sup>263</sup> MARQUES, Claudia Lima, LIMA, Clarissa Costa; BORTONCELLO, Káren. **Prevenção e Tratamento do Superendividamento**: caderno de investigações científicas. Vol. 1. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: DPDC/SDE. 2010. p. 10

<sup>264</sup> “Constitui a principal fonte de referência para o conhecimento das condições de vida da população em todos os municípios do País e em seus recortes territoriais internos, tendo como unidade de coleta a pessoa residente, na data de referência, em domicílio do Território Nacional.” IBGE – Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa. **Censo Demográfico**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/22827-censo-2020-censo4.html?=&t=o-que-e>. Acesso em 26 Mar 2022.

<sup>265</sup> A periodicidade da pesquisa é decenal, excetuando-se os anos de 1910 e 1930, em que o levantamento foi suspenso, o ano de 1990, quando a operação foi adiada para 1991, e o ano de 2020, em que a coleta foi adiada por conta da pandemia de COVID-19. IBGE – Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa. **Censo Demográfico**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/22827-censo-2020-censo4.html?=&t=o-que-e>. Acesso em 26 Mar 2022.

<sup>266</sup> IBGE – Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa. **Censo Demográfico**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/22827-censo-2020-censo4.html?=&t=o-que-e>. Acesso em 26 de Março de 2022.

e incentiva o consumo.

Tal realidade vai de encontro com o entendimento de Marques, que explica que o crédito e o consumo são as diferentes faces de uma mesma moeda, pois “para consumir muitas vezes necessita-se de crédito, se há crédito ao consumo, a produção aumenta e a economia ativa-se, há mais emprego e aumenta o ‘mercado’ de consumo brasileiro”<sup>267</sup>.

Assim, o crédito ao consumo está diretamente associado ao desenvolvimento econômico, pois proporciona, também aos sujeitos de baixa renda, nativos de um sistema desigual, o acesso e a aquisição de bens e serviços, sendo considerado, inclusive, um fator de inclusão social. Sobre essa premissa, compreende Marques:

crédito é ‘tempo’, ‘tempo’ que a pessoa ‘adquire’ através de vários contratos oferecidos no mercado ao consumidor [...] é este ‘tempo’ para poder pagar sua dívida, pois a pessoa recebe imediatamente a quantia em dinheiro que necessita para o consumo e a devolve em parcelas, com juros e taxas acrescidos, no passar de alguns meses (ou mesmo anos) <sup>268</sup>.

Considera-se, a grosso modo, que a oferta de um limite de crédito para o consumidor é condição necessária para promover a circulação da economia de mercado, visto que financia o desenvolvimento de projetos, fortalece o crescimento da uma região, de um país ou de um bloco econômico e está intrinsecamente ligada ao exercício do princípio da dignidade humana<sup>269</sup>.

Na seara da oferta e concessão de crédito, a dignidade da pessoa humana<sup>270</sup> está relacionada diretamente com a proteção do consumidor, “não só porque esta proteção estende-se à proteção da vida, da saúde e da liberdade do consumidor, mas, principalmente, porque o consumo é o acesso primário ao mínimo

<sup>267</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas**. Revista de Direito do Consumidor, Brasília, v. 75/2010, p. 9 – 42, jul./ set. 2010. p. 18.

<sup>268</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas**. p. 4.

<sup>269</sup> SECURATO, José Roberto. *Crédito: análise e avaliação de risco*. 2. ed. São Paulo: Saint Paul, 2013.

<sup>270</sup> Comparato, explica que "a compreensão da dignidade da pessoa humana e de seus direitos, no curso da História, tem sido, em grande parte, o fruto da dor física e do sofrimento moral. A cada grande surto de violência, os homens recuam, horrorizados, diante da ignomínia que afinal se abre claramente diante de seus olhos; e o remorso pelas torturas, as mutilações em massa, os massacres coletivos e as explorações aviltantes faz nascer nas consciências, a exigência de novas regras de uma vida mais digna para todos". COMPARATO, Fábio Konder. **Afirmção histórica dos direitos humanos**. São Paulo: Saraiva, 1999. p. 30-31.

existencial em uma sociedade capitalista justa e solidária”.<sup>271</sup> Logo, a possibilidade de inserção no mercado de consumo através da concessão de crédito é um importante indicador de uma sociedade digna e igualitária.

Derivado do latim *credere*, que significa “acreditar” ou “confiar”, a palavra crédito consiste na ideia de prover recursos financeiros por parte de uma pessoa, jurídica ou não, para terceiros, em contrapartida de um compromisso de pagamento futuro, com a finalidade de financiar a aquisição de bens. Segundo Schrickel, “crédito é todo ato de vontade ou disposição de alguém de destacar ou ceder, temporariamente, parte do seu patrimônio a terceiro, com a expectativa de que esta parcela volte a sua posse integralmente, após decorrido o tempo estipulado”<sup>272</sup>.

O crédito, nas palavras de Marques, trata-se de

um serviço especializado e oneroso que só pode ser prestado por alguns fornecedores do Sistema Financeiro Nacional. Crédito é um contrato real (se perfectibiliza com o ato da entrega do dinheiro pelo fornecedor-banco, administradora do cartão ou financeira), em que cabe ao consumidor-devedor a prestação típica, ‘pagar’ os juros (preço do crédito) e devolver o principal corrigido, e mais algumas taxas pelo uso desse tipo de crédito<sup>273</sup>.

Assim, o crédito nada mais é que uma alternativa viável que antecipa o poder de consumo, comprimindo-se em parcelas mensais que, acrescidas de juros e correções adequadas, resultam em um valor de parcela considerado aceitável, viabilizada a capacidade de pagamento do tomador<sup>274</sup>. Isso porque, com rendimentos mensais limitados e inseridos em uma cultura na qual não se tem o costume de poupar, as pessoas acabam restringindo seus projetos e investimentos porque, geralmente, ultrapassam suas condições econômicas.

Sobre a importante influência do crédito na seara social, Frade e Magalhães afirmam que

---

<sup>271</sup> DORINI, João Paulo. Direito de Acesso ao Consumo. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, vol. 75/2010, p. 43 – 79, Jul – set, 2010.

<sup>272</sup> SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise, Concessão e Gestão de Riscos**. Editora Tama, 1997. p.06.

<sup>273</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas**. p. 4, 2010.

<sup>274</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão. **O endividamento dos consumidores**. Coimbra: Almedina, 2000, p. 2.

a democratização do crédito remonta aos EUA, país que, antes dos países europeus ocidentais, deixou de interpretar o crédito como sinônimo de pobreza ou de prodigalidade, para encará-lo simplesmente como um meio de adquirir uma máquina de costura ou um automóvel, transformando-o num mecanismo fundamental para dinamizar a economia nacional (...) Quando contratado em situação de estabilidade financeira e laboral, o crédito permite melhorar a acessibilidade a determinados bens e serviços, contribuindo para o aumento do bem-estar dos indivíduos e das famílias<sup>275</sup>.

No Brasil, o processo de democratização do crédito teve início quando da implementação do Plano Real, na década de 1990, período em que a moeda nacional estava consolidada e havia controle sobre a inflação, fatores que geravam certa estabilidade, perspectivas de crescimento econômico e origem a novos investimentos<sup>276</sup>.

Diante dessa nova realidade econômica, os consumidores brasileiros passaram a se sentir mais seguros e a demanda por consumir iniciou ascensão, principalmente em relação aos bens duráveis e aos bancos, que ainda em fase de adaptação ao novo cenário econômico do país, davam início ao processo de expansão do fornecimento de crédito, tendo em vista a projeção de políticas públicas em prol dos menos favorecidos, classe que representa expressiva parcela da população<sup>277</sup>.

Sobre o processo de democratização do crédito, Ávila e Sampaio explanam que a concessão do crédito sob o pressuposto de interesse social desencadeou o superendividamento de muitas famílias brasileiras, devido ao consumo desenfreado de bens, que passou a ser estimulado

no Brasil, a democratização do acesso ao crédito para consumo, sob o manto retórico do “interesse coletivo”, tornou-se uma política macroeconômica do governo, que estimulou o aumento do nível de consumo — e conseqüentemente do nível de endividamento — das famílias, funcionalizando interesses individuais ao interesse coletivo de estímulo à economia de mercado<sup>278</sup>.

<sup>275</sup> FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. **Sobreendividamento, a outra face do crédito**. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunrdelli (Coords). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2006. p. 22 e 23.

<sup>276</sup> ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017.

<sup>277</sup> ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017.

<sup>278</sup> ÁVILA, Marília de; SAMPAIO, Silva. **Superendividamento e consumo responsável de crédito**. Ebook. – Brasília : TJDF, 201, p. 26.

Concomitantemente ao cenário social de endividamento que evidencia-se hoje, o processo de expansão de crédito, à época, contribuiu fortemente para o crescimento da bancarização, por meio do acesso popular aos bancos. Através desse movimento de aumento do poder aquisitivo do consumidor de baixa renda, liberou-se “uma imensa demanda reprimida por anos de estagnação econômica e crises inflacionárias [...]”<sup>279</sup>.

A população de consumidores brasileiros aproveitou as facilidades de acesso à obtenção de crédito, passou a adquirir bens de consumo de maneira desenfreada e adotou esse comportamento como prática após a década de 1990. Manipulados sobre uma falsa ideia de qualidade de vida e inclusão social

[...] algumas famílias tiveram sonhos realizados de possuir a casa própria com infinitas prestações, além do que, inúmeras pessoas conseguiram adquirir seu automóvel, como o financiamento estudantil que passaria a pagar depois de cinco anos que concluíssem o curso, dentre outros bens e serviços<sup>280</sup>.

Vislumbra-se que o crédito passou a ser considerado um produto, sendo um dos mais comercializados do mercado e, por conseguinte, a sua concessão desempenha uma importante função social no processo de transformação da sociedade de consumo. Ante o cenário exposto, compreende-se que o endividamento seguro e estável do consumidor é considerado além de normal e importante, um fator intrínseco face ao mercado econômico e social.

Logo, a oferta de produtos e serviços financeiros aumentou expressivamente e, em decorrência disso, os fornecedores buscam ferramentas de comércio para acompanhar essas mudanças e explorar suas atividades. Contudo, essas práticas acabam sendo cada vez mais agressivas, utilizando-se de massiva publicidade e da inovação diária desse instrumento para fins de vincular operações de crédito a toda espécie de negociação de consumo. De acordo com esse entendimento,

---

<sup>279</sup> ROCHA, Rodrigo Ribeiro; OLIVEIRA, Ronielton Rezende; TEIXEIRA, Luiz Antônio Antunes. **Educação financeira e endividamento do consumidor de baixa renda: Tendências de inadimplência e adimplência.** In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO SOCIEDADE E INFORMAÇÃO. **Anais...** Petrópolis/RJ – 30 de novembro e 01 de dezembro de 2017. p. 2.

<sup>280</sup> ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. **Sociedade da Informação e seus reflexos.** In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017. p. 7

explica Marques, Lima e Bertoncello que

a oferta de produtos e serviços financeiros tem-se ampliado progressivamente, e os fornecedores vêm adotando práticas comerciais cada vez mais agressivas, recorrendo à publicidade maciça e a novos artifícios para vincular operações de crédito a toda espécie de transação de consumo diariamente empreendida pela população<sup>281</sup>.

É sobre esse viés de pensamento que, como já mencionado, Marques afirma que o crédito também pode gerar perigos que podem ser medidos tanto no curto, quanto no longo prazo. No primeiro momento, o crédito possibilita ao “consumidor pessoa física, a impressão de que pode - mesmo com seu orçamento reduzido - tudo adquirir”. Tão logo, a concessão desenfreada de crédito aliada à massiva publicidade acaba sendo característica do mercado e o consumidor, polo vulnerável na dada relação jurídica de consumo, “embebido das várias tentações da sociedade de consumo, multiplica suas compras até que não lhe seja mais possível pagar em dia o conjunto de suas dívidas em um tempo razoável”. Isso porque, acaba consumindo e comprometendo muito acima do que a sua capacidade de pagamento comporta<sup>282</sup>.

Nesta senda, as novas tecnologias e a globalização incentiva as publicidades direcionadas ao consumo, uma vez que transcendem os limites territoriais e encurtam distâncias para a comunicação. Assim, com o surgimento da internet, consolidou-se o capitalismo como modelo econômico predominante e a disseminação da facilidade e rapidez de se adquirir bens, propagou de maneira estrondosa o consumismo.

Nas palavras de Cardoso:

o sistema capitalista, caracterizado pelo papel preponderante do dinheiro, difunde a cultura do consumismo exacerbado, da competição exagerada e do desperdício. Assim procede para ampliar cada vez mais o lucro, sem se importar com o destino do consumidor ou até mesmo com a boa qualidade do produto ou do serviço.<sup>283</sup>

<sup>281</sup> MARQUES, Claudia Lima, LIMA, Clarissa Costa; BORTONCELLO, Káren. **Prevenção e Tratamento do Superendividamento**: caderno de investigações científicas. Vol. 1. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: DPDC/SDE, 2010. p. 07.

<sup>282</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas**. p. 4

<sup>283</sup> CARDOSO, Antônio Pessoa. **Facilidades exageradas são causas do superendividamento do consumidor**. Disponível em: ConJur - Facilidades exageradas são causas do superendividamento do consumidor. Acesso em 26 Mar 2022.

Com base neste modelo econômico, a figura do fornecedor dita as normas do mercado e se fortalece ainda mais diante do consumidor, que segue em posição de desvantagem e vulnerabilidade. Diante desse contexto, verifica-se que os consumidores são assediados diária e continuamente pelos fornecedores, sendo esse assédio ainda mais aguçado através da publicidade e da globalização que incentiva o consumo e fortalece a formação de uma população de superendividados.

Logo, vislumbra-se que a relação desequilibrada entre fornecedores e consumidores é característica do próprio avanço da economia capitalista, que proporciona àqueles, ferramentas para a exploração de lucro sobre estes.

Desse modo, tem-se de um lado o consumismo, que é intensamente estimulado, e de outro lado o crédito, que proporciona a inserção das pessoas à sociedade de consumo e, em meio a ambos, a motivação, através de práticas abusivas de propaganda, que instigam a aquisição de bens, comprometendo, por vezes, a totalidade dos rendimentos de um indivíduo, dando início a formação de um grupo, cada vez maior, de endividados.

Segundo Ávila e Sampaio a mesma ideia que predispôs que a oferta e concessão de crédito aos consumidores os equipararia à uma melhor qualidade de vida, ao passo que aumentaria o poder de compra e consumo e conseqüentemente sua inserção social, hoje, na prática, é a mesma que exclui esses “novos consumidores” da sociedade de consumo<sup>284</sup>.

Isso porque, os consumidores passaram a se sentir inseridos nos moldes sociais através do acesso ao mercado de consumo. Entretanto, não mensuraram as nefastas conseqüências que essa falsa ideia de satisfação momentânea pela aquisição de bens e serviços, através da concessão do crédito, poderiam ocasionar<sup>285</sup>.

Todo crédito, quando negociado, gera obrigação para ambas as partes envolvidas no negócio jurídico. De um lado, observa-se a instituição financeira com o dever de dispor de determinada quantia de dinheiro de acordo com o risco da operação e necessidade do cliente, previamente contratado através de documento

---

<sup>284</sup> ÁVILA, Marília de; SAMPAIO, Silva. **Superendividamento e consumo responsável de crédito**. Ebook. – Brasília : TJDFT, 201, p. 26.

<sup>285</sup> ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017. p. 7.

formal. De outro lado, o tomador do crédito, que possui a obrigação de devolução do montante contraído, acrescido dos juros decorrentes da negociação, de acordo com o estabelecido no contrato. Entretanto, o não cumprimento da obrigação por parte do cliente/consumidor, dá azo ao surgimento do endividamento, que nada mais é que a impossibilidade de adimplemento, no prazo previsto, de parcelas referentes a créditos já concedidos<sup>286</sup>.

Seja por desconhecimento acerca da sua própria saúde financeira ou por falta de informação sobre o tipo/modalidade de crédito a ser tomada ou ambas, os consumidores além de não preverem e se organizarem para o cumprimento da obrigação adquirida, também não calculam o montante que a incidência de juros devido ao atraso irá impactar no crescimento de suas dívidas<sup>287</sup>.

Logo, faz-se necessário discernir a importante diferenciação entre o endividamento e o superendividamento. Como já mencionado, o endividamento seguro e estável do consumidor é um fator de intrínseca importância face ao mercado econômico e social. É considerado normal, quando de acordo com a capacidade de pagamento do indivíduo, visto que antecipa o seu poder de compra e permite que se sinta inserido no mercado de consumo. Marques explica que

o endividamento ou ter alguma dívida frente a um fornecedor (supermercado, banco, cartão de crédito, loja de departamentos, financeira de carros) é um fato inerente à vida na atual sociedade de consumo, faz parte da liberdade das pessoas no mercado de hoje, do ser “consumidor”, em qualquer classe social.<sup>288</sup>

Assim, verifica-se que, por si só, o endividamento não é um problema, “na medida em que representa a outra face do crédito, indispensável ao fomento das economias modernas. O endividamento é um fenômeno comum na sociedade de consumo e na democratização do crédito”<sup>289</sup>.

---

<sup>286</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo**: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 55, p. 11-52, jul./set. 2005. p. 48.

<sup>287</sup> METTE, F. Monika Budiner; MATOS, Celso Augusto. **Comportamento do Consumidor Endividado**: um Estudo com Indivíduos de Baixa Renda. In: XXXVIII ENCONTRO DA ANPAD. *Anais...* Rio de Janeiro, RJ, 13 a 17 de set., 2014. p. 9.

<sup>288</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo**: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 55, p. 11-52, jul./set. 2005. p.17.

<sup>289</sup> ÁVILA, Marília de; SAMPAIO, Silva. **Superendividamento e consumo responsável de crédito**. Ebook. – Brasília : TJDF, 201, p. 26.

Neste norte também está o entendimento de Marques, a qual explica que “para consumir produtos e serviços essenciais ou não, os consumidores estão — quase todos — constantemente se endividando. A nossa economia de mercado seria, pois, por natureza, uma economia do endividamento”<sup>290</sup>.

Neste viés também é o entendimento de Maria Manuel Leitão, a qual afirma que

se o endividamento ocorrer em contexto de crescimento econômico, de estabilidade de emprego e, sobretudo, se não atingir as camadas sociais com rendimentos próximos do limiar de pobreza, é apenas um processo de antecipação de rendimentos, contribuindo para o aumento do bem-estar das famílias<sup>291</sup>.

Assim, quando contraído em situação de estabilidade financeira e laboral para o acesso a bens e serviços que permitam melhoria na qualidade de vida de indivíduos e de famílias, o crédito é entendido como uma ferramenta de inclusão social, principalmente para classes de baixa renda.

Já o superendividamento, por sua vez, é compreendido quando superior ao normal, quando transforma-se em um inadimplemento duradouro e definitivo, não sendo mais passível de controle por parte do consumidor. Gaulia, considera o superendividamento como um “fenômeno econômico e social duradouro e gerador de sérias consequências para o cidadão e para a sociedade”<sup>292</sup>, visto que exime do consumidor superendividado sua própria liberdade de dispor sobre seu patrimônio econômico financeiro.

O cenário social hodierno é caracterizado pela massiva publicidade e o exacerbado consumismo. Nesse sentido, entende Vasconcelos que o superendividamento “é um fenômeno multifacetado, cultural e pluricausal que adentrou na sociedade pós-moderna, paulatinamente, como direito líquido, conduzido pela onda da globalização e pela excessiva oferta de produtos no mercado”.<sup>293</sup>

---

<sup>290</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Apresentação. In LIMA, Clarissa Costa de. **O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 9.

<sup>291</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão. **O endividamento dos consumidores**. Coimbra: Almedina, 2000, p. 2.

<sup>292</sup> GAULIA, Cristina Tereza. **O Abuso de Direito na Concessão de Crédito** O Risco do Empreendimento Financeiro na Era do Hiperconsumo. Revista da EMERJ, Rio de Janeiro, v. 12, n.47, p. 94-123, 2009. Disponível em: <[https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj\\_online/edicoes/revista47/revista47\\_sumario.htm](https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista47/revista47_sumario.htm)>. Acesso em 26 Mar 2022.

<sup>293</sup> VASCONCELOS, Paulo Roberto Bentes. **O resgate da cidadania**: resignificação do papel da

Além do intensivo fomento ocasionado pelos meios tecnológicos, cada vez mais são apresentados diferenciais quanto à facilidade para abertura de conta, através, por exemplo, de falsas ideias de isenções de taxas mensais ou limites de crédito anexos. Esse benefícios visam atrair os consumidores para que, posteriormente sua inserção na base da instituição, lhes possam ser ofertados, por exemplo, novos privilégios como a contratação de empréstimos consignados e/ou a desburocratização na concessão de crédito para pessoas de baixa renda, tornando-os vítimas de seus próprios desejos e comprometendo, com isso, sua renda e sua dignidade<sup>294</sup>.

Vislumbra-se, assim, que o endividamento se torna problema quando transforma-se em superendividamento. Frade explica que

há sempre o risco de algo correr mal, de sobrevir algo na vida do devedor que o impeça de continuar a cumprir os seus compromissos financeiros. Nesta situação, o sobreendividamento ou insolvência torna-se inevitável, como se verifica na situação econômica brasileira atual<sup>295</sup>.

Marques define o superendividamento como “a impossibilidade global de o devedor, pessoa física, consumidor, leigo, de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo [...] em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio”<sup>296</sup>.

Para Bolade, superendividamento é quando o consumidor não se mostra mais capaz de adimplir com o conglomerado de dívidas que adquiriu. Em suas palavras, este fenômeno surge quando há “insuficiência de recursos econômicos da pessoa física para o cumprimento de suas obrigações financeiras, cujo resultado é um aumento de suas dívidas frente aos seus rendimentos”<sup>297</sup>.

---

Defensoria Pública do Estado do Ceará na redução do superendividamento do cidadão. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade de Fortaleza, Fundação Edson Queiroz, Fortaleza, 2007, p. 21.

<sup>294</sup> TEIXEIRA, João Paulo Allain. Covid-19, revolução digital e capitalismo global: a pandemia em perspectiva decolonial. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020. p. 276.

<sup>295</sup> FRADE, Catarina e MAGALHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In MARQUES, Cláudia Lima e CAVALLAZZI, Rosangela Lunardelli (coordenação). **Direitos do consumidor endividado. Superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

<sup>296</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005, p. 256.

<sup>297</sup> BOLADE, Geisianne Aparecida. O superendividamento do consumidor como um problema jurídico-social. ANIMA: **Revista Eletrônica do Curso de Direito das Faculdades OPET**. Curitiba PR - Brasil. Ano III, nº 8, p. 180-209, jul/dez. 2012, p. 183.

Nestes casos, o entendimento de que a concessão de crédito faz parte do processo de inclusão das pessoas na sociedade de consumo, expressado na ideia de liberdade e dignidade da pessoa humana acaba se limitando, uma vez que, quando em situações extremas o sujeito em situação de superendividamento, perde a sua própria capacidade de consumir.

Assim, diante da impotência de conduzir suas necessidades e gastos, vê sua dignidade comprimida frente ao meio social. É uma situação complicada que se agrava diariamente, visto que as taxas de juros e correções cobradas pelo atraso majoram a dificuldade de adimplência e aumentam a necessidade de imediata solução urgindo para o não comprometimento de suas necessidades básicas, que afetariam, então, a dignidade humana<sup>298</sup>.

Logo, denota-se que essa cultura consumista é responsável pelo surgimento da vulnerabilidade financeira dos consumidores, os quais, em sua maioria, são considerados de baixa renda. Neste norte, analisa-se que os principais fatores que motivam o surgimento de uma sociedade superendividada foi o facilitado acesso ao crédito, aliado a carência de educação financeira<sup>299</sup>.

Nesse sentido, Stolze e Oliveira associam o superendividamento com a morte civil social, direcionamento esse conceito estritamente ao mínimo existencial do indivíduo, veja-se:

O superendividamento contém traços de uma morte civil social. O indivíduo com o “nome sujo” e sem margem de crédito tende ao ostracismo. Não consegue montar novos negócios. Enfrenta estigmas ao buscar emprego. Sujeita-se a viver “de favor”. Enfim, o superendividamento pode levar o indivíduo a um estado de desesperança e, nas palavras de Raul Seixas, na música Ouro de Tolo, ficar sentado ‘no trono de um apartamento, com a boca escancarada cheia de dentes, esperando a morte chegar’. O motivo é que o superendividamento fulmina o mínimo existencial do indivíduo<sup>300</sup>.

Com o propósito de tutelar a figura do consumidor e mantê-lo inserido na

---

<sup>298</sup>PORTO, Antonio Maristrello; SAMPAIO, Patrícia Regina Pinheiro. Superendividamento no Brasil. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2015.

<sup>299</sup> ROCHA, Rodrigo Ribeiro; OLIVEIRA, Ronielton Rezende; TEIXEIRA, Luiz Antônio Antunes. Educação financeira e endividamento do consumidor de baixa renda: Tendências de inadimplência e adimplência. In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO SOCIEDADE E INFORMAÇÃO. **Anais...** Petrópolis/RJ – 30 de novembro e 01 de dezembro de 2017. p. 4.

<sup>300</sup> GAGLIANO, Pablo Stolze; OLIVEIRA, Carlos Eduardo Elias de. **Comentários à Lei do Superendividamento (Lei nº 14.181, de 1º de julho de 2021) e o princípio do crédito responsável**. Uma primeira análise. Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 26, n. 6575, 2 jul. 2021. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/91675>. Acesso em: 07 fev. 2022.

sociedade de consumo de forma saudável, a população brasileira conta com o direito do consumidor, expresso através do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90) - CDC, que segundo Marques, Lima e Bertoncello possui como finalidade

promover a proteção dos consumidores para igualar em matéria de qualidade e lealdade, para incluir na sociedade de consumo e aumentar o acesso aos produtos e serviços, para proteger, informar e educar, para qualificar nossos produtos e serviços, trazer mais segurança e transparência ao nosso mercado, combater abusos e harmonizar os conflitos de consumo na sociedade brasileira<sup>301</sup>.

Até meados do ano de 2021 o CDC não previa de maneira específica medidas para a prevenção e tratamento do superendividamento. Contudo, objetivando atender as demandas de proteção ao consumidor superendividado, considerado presumidamente vulnerável em todas as relações de consumo, no dia primeiro de julho de 2021, através da Lei nº 14.181/21, inovou-se o Código de Defesa do Consumidor<sup>302</sup> acrescentando à este um novo capítulo denominado de “capítulo VI-A”, inserido dentro da Seção III, que dispõem sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento<sup>303</sup>.

Sobreveio, assim, ao diploma consumerista a inclusão de três novos princípios<sup>304</sup>: 1) a educação financeira dos consumidores; 2) a educação ambiental

---

<sup>301</sup> MARQUES, Claudia Lima, LIMA, Clarissa Costa; BORTONCELLO, Káren. **Prevenção e Tratamento do Superendividamento**: caderno de investigações científicas. Vol. 1. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: DPDC/SDE. 2010. p.24.

<sup>302</sup> A Lei nº 14.181/21 alterou também o Estatuto do Idoso - “Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento”. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm)>. Acesso em 26 de março de 2022.

<sup>303</sup> BRASIL. Lei Número 14.181, de 1º de Julho de 2021. **Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento.** Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm)>. Acesso em 26 de março de 2022.

<sup>304</sup> Nas palavras de Alexy: “[...] los principios son normas que ordenan que algo sea realizado em la mayor medida posible, dentro de las posibilidades jurídicas y reales existentes. Por lo tanto, los principios son mandatos de optimización, que están caracterizados por el hecho de que pueden ser cumplidos em diferente grado y que la medida debida de su cumplimiento no sólo depende de las posibilidades reales sino también de las jurídicas. Tradução livre da autora: “Os princípios são regras que ordenam que algo seja feito na medida do possível, dentro das possibilidades legais e reais existentes. Portanto, os princípios são mandatos de otimização, que se caracterizam pelo fato de poderem ser cumpridos em diferentes graus e que a devida medida de cumprimento não depende apenas das possibilidades reais, mas também das legais”. ALEXY, Robert. **Teoría de los Derechos Fundamentales**. Madrid: Centro de Estudios Políticos e Constitucionales, 2002.

dos consumidores e, 3) a prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor<sup>305</sup>.

Segundo Marques, Bertoncetto e Lima a legislação cria instrumentos e normas que visam prevenir o superendividamento de pessoas físicas de boa-fé, “seja no sentido de promover o acesso ao crédito responsável e à educação financeira do consumidor”, seja no sentido “de reforçar as iniciativas pioneiras de tratamento global das audiências conciliatórias com todos os credores para elaborar e aprovar planos de pagamento das dívidas dos consumidores superendividados”<sup>306</sup>.

A entrada em vigor da Lei do Superendividamento tem como fundamento proporcionar aos consumidores uma oportunidade de se reestruturar financeiramente, sem deixar de cumprir com seus empréstimos e crediários vincendos, através da renegociação de suas dívidas com seus credores, por meio de ferramentas autocompositivas de solução de conflitos, como a mediação e a conciliação. Nesta senda, o objetivo da lei é “oferecer solução proporcional e juridicamente segura àqueles que, bem-intencionados, acidentalmente foram levados à inadimplência”<sup>307</sup>.

Com base na legislação, explica Carpena e Cavallazzi que o superendividado é sempre o consumidor que agiu de boa-fé, mas não conseguiu adimplir com suas obrigações financeiras, ou seja, a “pessoa física que contrata um crédito, destinado à aquisição de produtos ou serviços que, por sua vez, visam atender a uma necessidade pessoal, nunca profissional do adquirente”.<sup>308</sup>

Importa frisar que a Lei nº 14.181/21 tem como objetivo tutelar os

---

p.86.

<sup>305</sup> BRASIL. Lei Número 14.181, de 1º de Julho de 2021. **Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm)>. Acesso em 26 de março de 2022.

<sup>306</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz; LIMA, Cláudia Costa de. Exceção dilatória para os consumidores frente à força maior da Pandemia de COVID-19: Pela urgente aprovação do PL 3.515/2015 de atualização do CDC e por uma moratória aos consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 129/2020, maio–jun, 2020DTR\2020\6377, online, p. 62-63 Disponível em: <<https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/view/1312/1231>>. Desafios e Perspectivas 74. Acesso em 23 de março de 2022.

<sup>307</sup> TEBALDI, Marco. **Projeto de Lei n.º 3.515, de 2015**. Voto em separado do deputado Marco Tebaldi. p.04. Disponível em: <[https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra)>. Acesso em 23 de março de 2022.

<sup>308</sup> CARPENA, Heloísa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord). **Direitos do Consumidor. Endividado: Superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 329.

consumidores oportunizando a eles uma chance de se reerguer economicamente.<sup>309</sup> Entretanto, em alguns casos específicos, as normas protetivas ao superendividamento não se enquadram. Claramente expressas no parágrafo 3º do artigo 54-A<sup>310</sup> da lei, as restrições não incidem em casos em que a dívida do consumidor tenha sido contraída mediante fraude ou má-fé, se forem oriundas de contratos celebrados dolosamente com o propósito de não realizar o pagamento ou se decorrerem da aquisição ou contratação de produtos e serviços de luxo de alto valor.

Isso se dá porque a doutrina definiu o surgimento do superendividamento em duas situações: ativo e passivo. Segundo Marques, o superendividamento ativo subdivide-se em consciente e inconsciente. Ambos ocorrem de forma natural, geralmente em virtude do desequilíbrio entre a utilização do crédito e o consumo, que resulta no acúmulo de dívidas e na consequente incapacidade de pagamento<sup>311</sup>.

O superendividamento ativo consciente é definido pelo consumidor que contrai a dívida de má-fé, consciente de que o bem, ou o serviço ou o crédito adquirido excedem a sua realidade financeira. Já no superendividamento ativo inconsciente não resta caracterizada a má-fé, e sim uma desorganização financeira. Nesses casos, compreende-se que o consumidor buscou, ao máximo cumprir sua obrigação, mas sua ação não obteve êxito<sup>312</sup>.

Outrossim, o superendividamento passivo não caracteriza má-fé e decorre de motivos inerentes à vida cotidiana, ou seja, o consumidor não contribui de forma direta ou voluntária para que a situação aconteça. Configura-se por um evento inesperado que possa vir a ocorrer na vida do consumidor, como por exemplo a perda de seu emprego, o surgimento de uma doença, dentre outros<sup>313</sup>.

---

<sup>309</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 55, p. 11-52, jul./set. 2005. p. 35.

<sup>310</sup> Artigo 54-A – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. “Este Capítulo dispõe sobre a prevenção do superendividamento da pessoa natural, sobre o crédito responsável e sobre a educação financeira do consumidor [...] § 3º O disposto neste Capítulo não se aplica ao consumidor cujas dívidas tenham sido contraídas mediante fraude ou má-fé, sejam oriundas de contratos celebrados dolosamente com o propósito de não realizar o pagamento ou decorram da aquisição ou contratação de produtos e serviços de luxo de alto valor [...]”.

<sup>311</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005, p. 14.

<sup>312</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 2005, p. 64-65.

<sup>313</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa**

Contudo, compreende-se o crédito como uma via de mão dupla. De um lado, um importante meio de estimular o desenvolvimento da sociedade, ao passo que a economia cresce e os consumidores acompanham esse crescimento, cumprindo os compromissos contraídos. Sob este viés, o crédito também é visto como uma possibilidade de as empresas inserirem seus produtos no mercado. Na educação, o crédito permite a profissionalização, que conseqüentemente aumenta o grau de conhecimento das pessoas e eleva as perspectivas de emprego. Isso tudo faz a cadeia econômica girar e são situações que exemplificam a positividade de sua oferta<sup>314</sup>.

De outro lado, o crédito é um produto comercializado sobre o qual incide juros, correções monetárias e demais custos que totalizam os rendimentos dessas operações, caracterizando o lucro como sendo sua razão de existência. São diversas modalidades de crédito existentes, cada qual com suas taxas específicas, as de cartões, por exemplo, costumam ser as mais altas, comparada às demais. Logo, inexistindo renda para o pagamento dessas operações, os débitos se acumulam e a impossibilidade de pagamento aumenta, juntamente com o índice de superendividamento, que acarreta no aumento da pobreza e, conseqüentemente, estabilização e baixa no crescimento econômico<sup>315</sup>.

Por esse motivo o superendividamento deve ser considerado um fenômeno múltiplo, pois envolve e repercute aspectos econômicos, sociais e jurídicos, decorrentes de questões estruturais e culturais do próprio capitalismo, que fomentado diariamente pela globalização dá azo a um cenário de desequilíbrio econômico social, que demanda prevenção e tratamento, principalmente porque, atinge o pólo mais frágil da relação jurídica de consumo, que é o consumidor.

Logo, cercada por uma realidade baseada no desenfreado consumo de bens e serviços, fomentada por estratégias de marketing e publicidade, facilitada pela concessão do crédito, para se manter dentro dos moldes exigidos pela sociedade contemporânea, a figura do consumidor acaba se tornando cada vez (hiper)consumista, (hiper)vulnerável e superendividada, principalmente diante das plataformas virtuais, que seguem inovando, contínua e diariamente.

---

empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 55, p. 11-52, jul./set. 2005. p. 14.

<sup>314</sup> SECURATO, José Roberto. **Crédito: análise e avaliação de risco**. 2. ed. São Paulo: Saint Paul, 2013.

<sup>315</sup> SECURATO, José Roberto. **Crédito: análise e avaliação de risco**. 2013.

### 3.2 COOPERATIVISMO DE CRÉDITO: FERRAMENTA DE INCLUSÃO FINANCEIRA E SOCIAL E OS DESAFIOS DE ADEQUAÇÃO DAS COOPERATIVAS FACE À LGPD

O movimento cooperativista é oriundo de uma necessidade social, em resposta a um momento de crise, que surgiu em contrapartida às desigualdades do sistema capitalista, como a livre concorrência e a exploração da mão-de-obra, visando a proteção do interesse coletivo e comunitário<sup>316</sup>.

O cooperativismo surgiu na Inglaterra, mais precisamente na cidade de Rochdale, no ano de 1844 (primeira metade do século XIX), quando 28 (vinte e oito) tecelões fundaram a primeira cooperativa, essa de consumo. Eles tinham como objetivo primordial negociar em dinheiro, preços mais baixos em benefício de seus associados, ou seja, mediante a colaboração de todos, tentarem uma melhor condição de vida<sup>317</sup>, tendo em vista que naquela época os trabalhadores se sujeitavam a laborar jornadas com mais de dezessete horas diárias, em condições miseráveis, passando até fome e sem possuir qualquer tipo de benefício.

A exemplo dos tecelões de Rochdale, no mesmo século, por volta do ano de 1849, na cidade de Flammersfeld, na Alemanha, surgiu o cooperativismo de crédito. Naquela época, as cooperativas, sejam elas de consumo, de crédito ou de produção, eram direcionadas por um estatuto que continha “regras de ouro”, ou seja, princípios cooperativistas que, segundo Polonio, até hoje são levados em prática por essas instituições, como forma de propagação de seus valores. São eles: 1) Adesão livre de qualquer pessoa; 2) Administração praticada pelos próprios associados; 3) Juros módicos do capital social; 4) Divisão das sobras para todos os associados; 5) Neutralidade política, social e religiosa; 6) Cooperação entre as cooperativas no plano local; e 7) Constituição de um fundo de educação<sup>318</sup>.

No Brasil, por volta de 1887 e 1889 as primeiras cooperativas foram sendo fundadas<sup>319</sup>, sendo que a primeira organização brasileira denominada

---

<sup>316</sup> SCHNEIDER, José Odelso. **Democracia, participação e autonomia cooperativa**. Unisinos, 1999.

<sup>317</sup> BIALOSKORSKI NETO, Sigismundo. **Aspectos Econômicos das Cooperativas**. Belo Horizonte: Mandamentos. 2006.

<sup>318</sup> POLONIO, Wilson Alves. **Manual das Sociedades Cooperativas**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2004, p. 28.

<sup>319</sup> VEIGA, Sandra Mayrink; FONSECA, Isaque. **Cooperativismo: uma revolução pacífica em ação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001, p. 27.

cooperativa, foi instituída na cidade de Ouro Preto em Minas Gerais e, em razão da localidade, se chamava Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto. Já no ano de 1902, metade do século XX, na cidade de Nova Petrópolis, RS, surgiu a primeira cooperativa de crédito, fundada por produtores de vinho daquela região, chamada então Sicredi Pioneira.

Verifica-se que, a definição de “Cooperativa” revela uma associação de pessoas com interesses comuns, economicamente organizada e, baseada em conceitos de sustentabilidade, de forma democrática, através da participação livre de seus associados, que prestam serviços entre si, respeitando direitos e deveres, sem fins lucrativos<sup>320</sup>.

A Recomendação nº 193, a Organização Internacional do Trabalho (OIT), define o termo Cooperativa como

uma associação de pessoas que se uniram voluntariamente para realizar um objetivo comum, através da formação de uma organização administrada e controlada democraticamente, realizando contribuições equitativas para o capital necessário e aceitando assumir de forma igualitária os riscos e benefícios do empreendimento no qual os sócios participam ativamente.

Por sua vez, as cooperativas são sociedades de pessoas e, em regra, são reguladas pela Lei nº 5.764/71<sup>321</sup>. A depender do ramo de atividade da cooperativa, pode submeter-se a leis específicas daquele segmento, como por exemplo as cooperativas de crédito, as quais sujeitam também às normas da Lei Complementar nº 130/2009<sup>322</sup>. Nessa conjuntura, compreende-se que um sistema cooperativo nada mais é que uma organização que busca de modo comum, objetivos econômicos, sociais e educativos, através de uma empresa comercial<sup>323</sup>.

Desde o campo às grandes cidades, as cooperativas atuam nos mais variados segmentos da economia, sendo fracionadas por ramos, conforme as

<sup>320</sup> MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. **Cooperativismo Financeiro, percurso histórico, perspectivas e desafios**. Editora Confabras, 2014.

<sup>321</sup> Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971. **Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/15764.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15764.htm). Acesso em 05 Ago 2022.

<sup>322</sup> Lei Complementar nº 130, de 17 de abril de 2009. **Dispõe sobre o Sistema Nacional de Crédito Cooperativo e revoga dispositivos das Leis nºs 4.595, de 31 de dezembro de 1964, e 5.764, de 16 de dezembro de 1971**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp130.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp130.htm). Acesso em 05 Ago 2022.

<sup>323</sup> GIDE, Charles. **El cooperativismo**. Buenos Aires: INTERCOOP- 48, 1974.

atividades econômicas exercidas, como forma de facilitar sua organização e representatividade.

Compete a Organização das Cooperativas Brasileiras – OCB, conforme a Lei nº 5.764/1971<sup>324</sup> fazer o registro das cooperativas. Inicialmente, no Brasil, os ramos cooperativistas eram divididos em 13 (treze). Atualmente, devido a Resolução nº 56/2019<sup>325</sup> são sete os ramos cooperativistas brasileiros, a saber: (1) agropecuário; (2) consumo; (3) crédito; (4) infraestrutura; (5) trabalho, produção de bens e serviços; (7) saúde.

Com seus princípios reconhecidos internacionalmente pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI 1995), as cooperativas ganham ainda maior relevância quando analisadas sob a ótica da contribuição social, uma vez que geram empregos de maneira direta e indireta, oportunidades de elevação de renda, através de crescimento pessoal e profissional, além de ofertarem aos seus associados, como é o caso das do ramo de crédito, os mesmos serviços de outras instituições financeiras, como: cartão de crédito, financiamento, consórcio, plano de previdência privada etc.

Outrossim, o Sistema Nacional de Crédito Cooperativo (SNCC) oferece para os consumidores um portfólio de produtos e serviços financeiros cada vez mais completo, de modo a atender na totalidade suas demandas. As instituições financeiras cooperativas de crédito são, também, reguladas pelo Banco Central do Brasil - BACEN, e oferecem taxas, tarifas e prazos mais adequados à realidade financeira dos seus cooperados<sup>326</sup>.

É imensurável a relevante importância econômica dos sistemas cooperativos no desenvolvimento econômico do país. O ramo do cooperativismo de crédito<sup>327</sup>, por exemplo, é para diversos municípios brasileiros a única alternativa de acesso aos serviços financeiros. Segundo dados do OCERGS (Sindicato e

---

<sup>324</sup> BRASIL. **Lei nº 5.764 de 16 de dezembro de 1971**. Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5764.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5764.htm). Acesso em 22 de Jul de 2022.

<sup>325</sup> OCB. Organização das Cooperativas Brasileiras. **Resolução nº 56/2019**. Disponível em: <http://www.goiascooperativo.coop.br/arquivos/downloads/cartilha-ramos-2019-72723.pdf>. Acesso em 15 de Jul de 2022.

<sup>326</sup> Anuário COOP 2022. **Dados do cooperativismo financeiro 2022**. Disponível em: <https://anuario.coop.br/ramos/credito/>. Acesso em 17 Mai 2022.

<sup>327</sup> OCB. Organização das Cooperativas Brasileiras. **Resolução nº 56/2019**: Art. 1º, e) Ramo Crédito: composto por cooperativas que se destinam, precipuamente, a prover, por meio da mutualidade, a prestação de serviços financeiros a seus cooperados, sendo-lhes assegurado o acesso aos instrumentos do mercado financeiro. Disponível em: <http://www.goiascooperativo.coop.br/arquivos/downloads/cartilha-ramos-2019-72723.pdf>. Acesso em 15 de Jul de 2022.

Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul), “no Rio Grande do Sul, as instituições financeiras cooperativas atuam como instrumento de inclusão financeira e social, sendo a única opção de acesso ao crédito e serviços bancários em 72 municípios gaúchos”<sup>328</sup>. E, com fundamento nos dados levantados pelo Banco Central, “as cooperativas de crédito possuem postos de atendimento em 475 municípios do Estado, o que representa mais de 95% do total de cidade (data-base novembro de 2021)”<sup>329</sup>.

Para melhor elucidar a grandiosidade e a importância do sistema cooperativista no Brasil e no mundo, a OCB apresenta alguns dados do cooperativismo em seu anuário, os quais são de relevância vislumbrar. Segundo dados da ACI, em 2019: existiam 3 milhões de cooperativas no mundo; 1 bilhão de cooperados – número que representa 12% da humanidade -; 280 milhões de empregos foram gerados – o que representa 4% da população mundial – e, 2,18 trilhões de euros foi o faturamento combinado das 300 maiores cooperativas do mundo. Ademais, constatou-se que, se todas as cooperativas fossem um país, elas seriam a oitava maior economia do mundo<sup>330</sup>.

Face o cenário mundial, o ramo agropecuário é o maior ramo cooperativista, com mais de 32% das 300 maiores cooperativas do mundo e contando com mais de 1,2 milhões de cooperativas<sup>331</sup>. O segundo maior ramo cooperativismo é o de consumo, sendo que as cooperativas de seguros cresceram mais de 33% nos últimos 05 (cinco) anos<sup>332</sup>. Já o cooperativismo de crédito é o terceiro maior ramo cooperativo, representando, atualmente, 12,18% do mercado econômico mundial<sup>333</sup>.

Em relação aos indicadores financeiros do cooperativismo brasileiro, frisa-se que o Brasil conta, atualmente, com 4.880 (quatro mil oitocentas e oitenta)

<sup>328</sup> OCERGS - Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul. Coops são a única opção de acesso ao crédito e serviços bancários em 72 municípios gaúchos. 04 de janeiro de 2022. Disponível em: <https://www.sescooprs.coop.br/noticias/2022/01/04/cooperativas-possuem-postos-de-atendimento-em-475-municipios-do-rio-grande-do-sul/>. Acesso em 11 Ago 2022.

<sup>329</sup> BACEN. Banco Central do Brasil. O que é cooperativa de crédito? <https://www.bcb.gov.br>. Acesso em 11 Ago 2022.

<sup>330</sup> Anuário COOP 2022. **Dados do cooperativismo financeiro 2022**. Disponível em: <https://anuario.coop.br/ramos/credito/>. Acesso em 17 Mai 2022.

<sup>331</sup> ROELANTS, Bruno; SALVATORI, Gianluca. **Exploring the cooperative economy**. World Cooperative Monitor. 2021. Disponível em: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://monitor.coop/sites/default/files/2022-01/WCM\\_2021\\_0.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://monitor.coop/sites/default/files/2022-01/WCM_2021_0.pdf). Acesso em 30 Jul 2022.

<sup>332</sup> ICMIF. **International Cooperative and Mutual Insurance Federation**. Disponível em: [icmif.org/european-mutual-market-share-2022/](http://icmif.org/european-mutual-market-share-2022/). Acesso em 22 Ago 2022.

<sup>333</sup> WOCCU. World Council Of Credit Unions. **International Credit Union System**. Disponível em: [www.woccu.org](http://www.woccu.org). Acesso em 11 Abr 2022.

cooperativas registradas na base da OCB<sup>334</sup>, oito delas reconhecidas entre as maiores cooperativas do mundo. Em 2021, o ativo total do movimento brasileiro alcançou a marca de R\$784,3 bilhões, um aumento de 20% em relação a 2020. Os ingressos somaram 524 bilhões, 26% maior quando comparado ao ano anterior. Outrossim, em 2021 os cooperados brasileiros representavam 8% da população, totalizando 18,8 milhões de pessoas. O número é expressivo e demonstra crescimento maior que 10% em relação ao ano anterior<sup>335</sup>.

Com relação a empregos diretos, em 2021 foram gerados 493.277, um aumento de 8% em comparação ao ano anterior, evidenciando, contudo, mais uma vez, a capacidade que o movimento possui de gerar trabalho e renda para o país<sup>336</sup>.

Mais especificamente no ramo de crédito, o Brasil conta com cooperativas destinadas à prestação de serviços financeiros a seus cooperados com mais de um século de existência no país. Aos associados, é assegurado o acesso aos instrumentos e soluções financeiras disponíveis em todo segmento de mercado. Não obstante,

com condições mais adequadas à realidade financeira dos seus cooperados, as cooperativas de crédito garantem ao seu quadro social um atendimento personalizado e de alta qualidade, exercendo um papel estratégico na inclusão e educação financeira de milhões de pessoas em todo o país<sup>337</sup>.

O diferencial pregado pelo cooperativismo pode ser claramente medido através de números: em 2021, o cooperativismo brasileiro totalizou 763 cooperativas, que refletem em mais de 13,9 milhões de associados e suscitam 89 mil empregos diretos. Tais dados demonstram com veracidade a geração de melhor qualidade de vida e desenvolvimento sustentável<sup>338</sup>.

Em razão de sua própria natureza, as cooperativas de crédito se identificam mais com os pilares da sustentabilidade que as outras instituições

---

<sup>334</sup> Número referente às cooperativas registradas na OCB até a data de 31/12/2021. Disponível em: <https://anuario.coop.br/brasil/cooperativas>. Acesso em 17 Jul 2022.

<sup>335</sup> Número referente à 4.411 cooperativas registradas na OCB até a data de 31/12/2021. Disponível em: <https://anuario.coop.br/brasil/cooperativas>. Acesso em: 17 Jul 2022.

<sup>336</sup> Número referente à 4.411 cooperativas registradas na OCB até a data de 31/12/2021. Disponível em: <https://anuario.coop.br/brasil/cooperativas>. Acesso em 17 Mai 2022.

<sup>337</sup> Anuário COOP 2022. **Dados do cooperativismo financeiro 2022**. Disponível em: <https://anuario.coop.br/ramos/credito/>. Acesso em 17 Mai 2022.

<sup>338</sup> Número referente à 4.411 cooperativas registradas na OCB até a data de 31/12/2021. Disponível em: <https://anuario.coop.br/brasil/cooperativas>. Acesso em 17 Mai 2022.

financeiras<sup>339</sup>. O próprio conceito de cooperativa de crédito condiz com essa realidade: “são instituições financeiras sem fins lucrativos cujos donos são os associados e cujo objetivo maior é servir às necessidades financeiras dos próprios associados”. Neste sentido, denota-se que o foco destas instituições são as pessoas que as compõem (associados) e a sociedade as quais pertencem<sup>340</sup>.

Desse modo, constata-se que as cooperativas de crédito prestam soluções financeiras a seus cooperados, mas possuem um propósito que vai muito além disso: melhorar a qualidade de vida das pessoas e gerar desenvolvimento sustentável para o meio social que habitam. Assim, a partir do momento que o cidadão opta por fazer parte de uma cooperativa, torna-se, também, dono desse negócio, participando ativamente da gestão, da tomada de decisões e, conseqüentemente, do rateio de parte de seus dividendos.

Com o seu diferencial primado num modelo de atendimento humanizado, com foco nas pessoas, as cooperativas transformam agências de relacionamento em ambientes que vão além dos negócios e despertam a convivência, a consultoria, a troca de experiências e as formações sobre cooperativismo e educação financeira. É por esse motivo que o segmento cooperativo de crédito, por exemplo, tem ganhado cada vez mais espaço no mercado financeiro, sendo, inclusive, a principal instituição financeira para uma parcela da população estimada em mais de 4,16 milhões de pessoas em todo o país. Destarte, além de possuir a maior rede de atendimento no país com mais de 7.976 pontos, o sistema nacional de crédito cooperativo, se solidifica, também, por ser um dos principais agentes de inclusão financeira<sup>341</sup>.

No entanto, para que as cooperativas de crédito cumpram com a sua finalidade, que consiste na promoção de mudanças sociais e o efetivo exercício do potencial de inclusão financeira, é necessário que apresentem desempenho financeiro e social adequados, sendo financeiramente sustentáveis. Para tanto, as cooperativas devem fornecer aos consumidores produtos e serviços financeiros que sejam sustentáveis, visando a promoção da mudança no meio social em que elas atuam<sup>342</sup>.

---

<sup>339</sup> COTÓN, Manuel Castro; CASTRO, Noelia Romero. **Cooperativas de crédito y banca ética: ¿un camino por explorar?**. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, v. 72, p. 262-300, 2011.

<sup>340</sup> WOCCU. World Council Of Credit Unions. **International Credit Union System**. Disponível em: <[www.woccu.org](http://www.woccu.org)>. Acesso em 11 Abr 2022.

<sup>341</sup> Número referente à 4.411 cooperativas registradas na OCB até a data de 31/12/2021. Disponível em: <https://anuario.coop.br/brasil/cooperativas>. Acesso em 17 Jul 2022.

<sup>342</sup> HENOCK, M. S. **Financial sustainability and outreach performance of saving and credit cooperatives**: The case of Eastern Ethiopia. *Asia Pacific Management Review*, v. 24, n. 1, p. 1-9, 2019.

Nas palavras de Medeiros, “os modelos contemporâneos de gestão cooperativa têm como principal desafio, promover o desenvolvimento sustentável das organizações”. Dessa forma, “devem gerar valor (resultado econômico) para o “empreendimento cooperativo”, para os associados (pessoas) e para o meio ambiente (planeta).”<sup>343</sup>

Explica Rodrigues que as cooperativas “não são apenas uma opção, mas sim, a opção, pois seu papel vai muito além de uma instituição financeira, geram valor agregado à vida das pessoas”<sup>344</sup>. Para o autor, através desse sistema: 1) a exclusão é vencida; 2) a oferta de emprego é gerada; 3) a riqueza é distribuída equitativamente ao mesmo passo que se potencializa a produtividade; 4) as decisões são democráticas; 5) o meio ambiente é priorizado; 6) o bem-estar no meio comunitário é propagado; 7) há vinculação com os setores econômicos; 8) há a geração de produtos e serviços; 9) há segurança e transparência e, o mais importante e em primeiro lugar 10) as pessoas<sup>345</sup>.

Nas palavras de Polonio, as cooperativas de crédito

tem a finalidade de proporcionar a seus associados crédito em moeda por meio da mutualidade e da economia, mediante uma taxa módica de juros, auxiliando, de modo particular o pequeno trabalhador em qualquer ordem de atividade na qual ele se manifeste, seja agrícola, industrial, comercial ou profissional e, acessoriamente podendo fazer, com pessoas estranhas à sociedade, operações de crédito passivo e outros serviços conexos ou auxiliares de crédito<sup>346</sup>.

No entanto, as atividades das cooperativas de crédito muitas vezes se confundem com o de instituições bancárias. Por esse motivo, importa destacar sua diferenciação. Nas palavras de Abraão banco é a

empresa que, com fundos próprios, ou de terceiros, faz da negociação de crédito sua atividade principal. Daí resulta o que banco é: a) uma organização empresaria; b) que se utiliza de recursos monetários próprios, ou de terceiros; c) na atividade creditícia (toma e empresta)<sup>347</sup>.

<sup>343</sup> MEDEIROS, Marcelo Correa. **A gestão estratégica cooperativa**. 29 jul. 2015. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/a-gestao-estrategica-cooperativa>>. Acesso em 18 Abr 2022.

<sup>344</sup> PINHEIRO, Marcos Antonio Henriques. **Cooperativas de crédito**: história da evolução normativa no Brasil. 6 ed. – Brasília; BCB, 2008.

<sup>345</sup> PINHEIRO, Marcos Antonio Henriques. **Cooperativas de crédito**: história da evolução normativa no Brasil. 6 ed. – Brasília; BCB, 2008.

<sup>346</sup> POLONIO, Wilson Alves. **Manual das Sociedades Cooperativas**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2004, p. 70.

<sup>347</sup> ABRÃO, Nelson. **Direito bancário**. São Paulo: Saraiva, 2000. p. 17.

Nesse sentido, Bessa explica que devido o caráter comercial e empresarial dos bancos, não restam dúvidas acerca de sua definição como fornecedores, uma vez que suas características vão de encontro com elementos previstos no artigo 3º do CDC, que contempla sua conceituação<sup>348</sup>.

Seguindo esse mesmo pensamento, complementa a argumentação de Casado, o qual explica que se a finalidade do crédito for atender uma demanda pessoal do consumidor, independentemente deste ser pessoa física ou jurídica, mas como destinatário final, resta evidente a caracterização de uma relação de consumo, visto que presentes os elementos objetivos para sua configuração.

Nesta senda, Coelho explica que

O banco é sempre fornecedor, porque explora a atividade de prestação de serviços bancários, mas o outro contratante, pode ou não, enquadrar-se nos contornos do conceito legal de consumidor. Assim, se o banco contrata com o destinatário final da operação financeira, caracteriza-se a relação de consumo, e o contrato bancário submete-se ao Código de Defesa do Consumidor, mas, se contrata com outro empresário, para o qual a operação financeira é *insumo*, não se caracteriza a relação de consumo, e é inaplicável a legislação tutelar dos consumidores<sup>349</sup>.

Assim, quando caracterizada a relação de consumo nas atividades bancárias, ou seja, nos casos em que o serviço adquirido for para atender necessidade própria do cliente ou de sua família, aplicam-se a estes negócios jurídicos, as normas consumeristas estabelecidas pela CDC. Outrossim, no caso de o serviço ser adquirido para fim empresarial, não resta configurada a relação de consumo e, por esse motivo, sobre estes contratos não incidem as normas do CDC.

No entanto, como pessoas jurídicas que são, as cooperativas formam uma imensa rede de pessoas que relacionam-se entre si através de negócios. Os associados, os colaboradores, os terceirizados, os fornecedores e os parceiros são apenas alguns dos integrantes que possuem seus dados pessoais expostos a esta grande rede e que terão impacto direto pela disciplina da LGPD. Logo, independentemente do ramo de atividade, o setor cooperativo também sofrerá influentes reflexos devidos parâmetros implementados pela LGPD.

Isso porque, na sua atuação diante do cenário nacional, as cooperativas

---

<sup>348</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. **Aplicação do Código de Defesa do Consumidor**: análise crítica da relação de consumo, 2009, p. 119.

<sup>349</sup> COELHO, Fábio Ulhoa *apud* OLIVEIRA, James Eduardo. **Código de Defesa do Consumidor**: anotado e comentado: doutrina e jurisprudência. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2007, p. 18.

laboram diária e cotidianamente com dados pessoais, principalmente de seus colaboradores e de seus cooperados. O uso diário dessas informações pessoais acontece das mais variadas formas, a depender de cada segmento cooperativo. A exemplo disso, cita-se as cooperativas do ramo agropecuário, as quais manejam sobre documentação de terras, dados referentes a plantação ou sobre os animais do cooperado. As cooperativas atuantes no ramo de saúde, por sua vez, também operam com dados sensíveis ao tratarem acerca de autorizações de exames e consultas<sup>350</sup>.

Em casos de exportação (que ocorre principalmente no ramo cooperativo agropecuário), as cooperativas que realizarem esse tipo de atividade, principalmente aos países da União Europeia (UE), devem se atentar ao disposto no item 1, do artigo 3º, do GDPR, o qual impõe a incidência deste regulamento independentemente de o tratamentos dos dados acontecer dentro ou fora daquele país. Nesse sentido, constata-se que toda cooperativa que pratique atividades de exportação para qualquer país vinculado à UE, deverá se atentar ao regulamento europeu de proteção de dados pessoais e estar adequado às suas disposições para não sofrer penalidades.

Desse modo, verifica-se, pois, que os sistemas cooperativos que realizam transações com países abrangidos pela regulação do GDPR, devem, não somente estarem de acordo com a legislação brasileira (LGPD) mas, necessariamente, estarem adequadas aos preceitos do Regulamento Europeu. Às cooperativas que não estiverem de acordo com tais adequações, conforme o disposto no artigo 84 do GDPR, poderão sofrer penalidades, segundo as regras de cada Estado-Membro<sup>351</sup>.

Não obstante, os sistemas cooperativos que realizarem transações com outros países devem se atentar acerca da transferência internacional de dados, disciplinada no artigo 33, da LGPD. O teor desse artigo elenca um rol taxativo de hipóteses em que é possível essa transição, tendo em vista que a transferência internacional de dados pessoais é considerada uma exceção à regra. Assim, constata-se que as cooperativas que exportam ou que possuem qualquer tipo de

---

<sup>350</sup> Anuário COOP 2022. **Dados do cooperativismo financeiro 2022**. Disponível em: <https://anuario.coop.br/ramos/credito/>. Acesso em 17 Mai 2022.

<sup>351</sup> Tradução livre da autora: Art. 84 da GDPR: Os Estados-Membros estabelecem as regras relativas às outras sanções aplicáveis em caso de violação do disposto no presente regulamento, nomeadamente às violações que não são sujeitas a coimas nos termos do artigo 7983.o, e tomam todas as medidas necessárias para garantir a sua aplicação. As sanções previstas devem ser efetivas, proporcionadas e dissuasivas. GDPR. General Data Protection Regulation. **Regulation (Eu) 2016/679 Of The European Parliament And Of The Council Of 27 April 2016**. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgclcfindmkaj/https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>. Acesso em 24 Ago 2022.

relacionamento com organizações situadas em países estrangeiros, deverão observar, primeiramente, a legislação daquele país no que tange o tratamento de dados pessoais<sup>352</sup>.

Concomitantemente, os efeitos desse marco jurídico de proteção de dados pessoais refletem direta e fortemente no setor financeiro, visto que, tradicionalmente, esse segmento coleta, armazena, compartilha e por vezes até promove o tratamento de dados extremamente sensíveis de seus associados, que vão muito além de nome e documentos, como é o caso dos perfis de crédito, dos ativos, das dívidas ou até mesmo dos investimentos dos correntistas.

Importa, primeiramente, frisar, que as cooperativas de crédito, em razão da própria natureza de suas atividades - as quais exigem fortes medidas de segurança, proteção e sigilo, além de grandes investimentos em tecnologia e processos contra possíveis invasões e vazamentos de dados -, já obedeciam, antes mesmo da entrada em vigor da LGPD, às legislações elaboradas pelo BACEN, que preocupado com a efetiva segurança e solidez do Sistema Financeiro Nacional (SFN), estabelece normas a serem seguidas pelas instituições financeiras, visando a proteção de dados pessoais de seus cooperados<sup>353</sup>.

A saber, em abril de 2018, o BACEN editou a Resolução CMN 4.658<sup>354</sup>, a qual antecipou às instituições financeiras, a urgente necessidade de gestão do risco cibernético, prescritos pela LGPD. O referido normativo impõe a obrigatoriedade de política de segurança cibernética, além de prever alguns requisitos a serem seguidos no momento da contratação de serviços de processamento e armazenamento de

---

<sup>352</sup> Conforme disposto no artigo 34 da LGPD, o nível de proteção de dados pessoais do país estrangeiro será validado pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - **LGPD. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm). Acesso em 24 de Ago de 2022.

<sup>353</sup> PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO. **História do Cooperativismo: Os 7 princípios do cooperativismo**. Publicado 02 de abril de 2016. Disponível em: <https://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo/historia-do-cooperativismo/os-7-principios-do-cooperativismo>. Acesso em 20 Abr 2022.

<sup>354</sup> A Resolução 4.658 é de extrema importância, pois passou a exigir das instituições financeiras (incluindo as cooperativas), “práticas efetivas na gestão de riscos, no compliance e controles internos dos dados capturados, bem como certificações de governança corporativa e de sistemas, especialmente nos casos em que há perigo de exposição de informações sigilosas dos correntistas e associados”. PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO. **História do Cooperativismo: Os 7 princípios do cooperativismo**. Publicado 02 de abril de 2016. Disponível em: <https://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo/historia-do-cooperativismo/os-7-principios-do-cooperativismo>. Acesso em 20 Abr 2022.

dados, bem como de computação em nuvem<sup>355</sup>. Para Damasio, Diretor de Regulação do BACEN, através da Resolução objetiva-se maior proteção do sistema financeiro perante os riscos oriundos da crescente e continuada sofisticação dos ataques digitais<sup>356</sup>.

Faz-se oportuno lembrar que em meados de maio de 2018, o Banco Inter, primeiro banco brasileiro inteiramente digital, sofreu um vazamento de dados de milhares de pessoas. Na época, as informações obtidas eram que os *hackers* tiveram acesso aos servidores da instituição financeira e coletaram informações de seus clientes, como senhas, chaves de segurança, cópias de cheques, *e-mails*, dentre outros dados pessoais<sup>357</sup>.

Não obstante, um ano após esse episódio, o vazamento de dados do Banco Inter ganhou um novo capítulo. O Banco Inter deixou expostas na internet, em uma área interna de seu *site*, informações pessoais de 1,45 milhões de correntistas, disponíveis para qualquer usuário acessar, por um período superior a um ano. A exposição de dados de seus clientes incluíam nome completo do correntista, CPF e *e-mail* para contato<sup>358</sup>.

Logo, constata-se que essa falha na segurança de dados torna os correntistas vulneráveis à prática de outros golpes. Isso porque, em decorrência dessa exposição de dados, os criminosos extraem informações verdadeiras e, utilizam-se delas, para promover a manipulação das pessoas por meio de falsas mensagens ou ligações.

Assim, como forma de precaução à ocorrência de situações adversas quanto essa, as instituições financeiras devem investir fortemente em ações preventivas para a real segurança dos dados pessoais, tanto de seus correntistas quanto colaboradores, bem como fazer cumprir o disposto na legislação, visando

---

<sup>355</sup> BACEN. Banco Central do Brasil. **Resolução nº 4.658, de 26 de abril de 2018**. Disponível em: [chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://normativos.bcb.gov.br/Lists/Normativos/Attachments/50581/Res\\_4658\\_v1\\_O.pdf](chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://normativos.bcb.gov.br/Lists/Normativos/Attachments/50581/Res_4658_v1_O.pdf). Acesso em 20 Abr 2022.

<sup>356</sup> BACEN. Banco Central do Brasil. **Resolução nº 4.658, de 26 de abril de 2018**. Disponível em: [chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://normativos.bcb.gov.br/Lists/Normativos/Attachments/50581/Res\\_4658\\_v1\\_O.pdf](chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://normativos.bcb.gov.br/Lists/Normativos/Attachments/50581/Res_4658_v1_O.pdf). Acesso em 20 Abr 2022.

<sup>357</sup> ANPD. Associação Nacional dos Profissionais de Privacidade de Dados. **Vazamento de dados Banco Inter**. Disponível em: <https://anppd.org/noticia/vazamento-de-dados-bancos-inter>. Acesso em: 17 Ago 2022.

<sup>358</sup> ANPD. Associação Nacional dos Profissionais de Privacidade de Dados. **Vazamento de dados Banco Inter**. Disponível em: <https://anppd.org/noticia/vazamento-de-dados-bancos-inter>. Acesso em: 17 Ago 2022.

minimizar suas perdas financeiras e, principalmente, sua credibilidade, tendo em vista que, por vezes, essas perdas são consideradas irreversíveis, comprometendo, sobretudo, a imagem da empresa.

Outrossim, com a entrada em vigor da LGPD, a atenção e prudência deve ser redobrada no setor financeiro. Às cooperativas de crédito e bancos, é aplicado o que dispõe o artigo 7º, inciso X, da LGPD, onde está previsto o tratamento de dados do titular - neste caso o próprio cooperado - para a proteção do crédito. O teor desse artigo, por sua vez, deve ser interpretado e analisado de forma sistêmica e em conjunto com as demais legislações vigentes acerca do setor de crédito, a fim de proporcionar ao titular desses dados maior garantia e segurança<sup>359</sup>.

No tocante às análises para concessão de crédito e limites, as cooperativas de crédito também deverão se atentar às mudanças no que tange a possibilidade de revisão de análises automatizadas. O objetivo da legislação ao regular o assunto e complementar previsão que já era expressa pela Lei do Cadastro Positivo, é inibir que as tomadas de decisões sejam feitas com base em dados de cunho discriminatório, seja por etnia, cor, raça, religião entre outros e, conseqüentemente, causem irreversíveis prejuízos aos titulares desses dados.

Sobre a temática da revisão de decisões automatizadas, Nybo explica que se fará necessária a criação de

métodos e processos de revisão por humanos da tomada de decisões dos algoritmos para evitar erros que podem ser replicados ao longo do tempo ou, até mesmo, atingir uma escala maior. O ponto é que os dados utilizados para ensinar algoritmos representam sempre uma situação do passado. Por isso, é necessário identificar a qualidade dos dados que vão ensinar um algoritmo a tomar decisões<sup>360</sup>.

O entendimento de Abrusio acerca do assunto é o de que os sistemas de inteligência artificial precisam, necessariamente, serem analisados, testados e validados, objetivando a garantia de inexistência de vieses discriminatórios, quando da sua utilização para criação de perfis e tomada de decisões automatizadas<sup>361</sup>.

Em relação às cooperativas atuantes no ramo de saúde, aplica-se o

---

<sup>359</sup> MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo. **Reflexões iniciais sobre a nova lei geral de proteção de dados**. Revista de Direito do Consumidor, vol. 120, p. 469–483, nov./dez. 2018.p. 3.

<sup>360</sup> NYBO, E. F. **O Poder dos Algoritmos**. São Paulo: Enlaw, 2019, p. 134.

<sup>361</sup> ABRUSIO, Juliana. **Proteção de dados na cultura do algoritmo**. 1 ed. – Belo Horizonte, São Paulo: D'Plácido, 2020, p. 238.

disposto no artigo 11, parágrafo 4º da LGPD, o qual impõe que é: “vedada a comunicação ou o uso compartilhado entre controladores de dados pessoais sensíveis referentes à saúde, com o objetivo de obter vantagem econômica”<sup>362</sup>. A partir da leitura e interpretação desse dispositivo verifica-se ser expressamente proibido o compartilhamento de dados sensíveis atinentes à saúde.

Entretanto, o artigo 11, parágrafo 4º, incisos I e II, do mesmo diploma legal, apresenta duas exceções a essa regra, ou seja, situações em que se faz possível o compartilhamento desses dados sensíveis referentes à saúde, que são: 1) quando há consentimento do titular e 2) para a prestação adequada dos serviços de saúde suplementar. Assim, denota-se, pois, que as cooperativas que realizavam o compartilhamento e/ou apresentação de dados, expondo informações sobre a saúde do portador, deverão se adequar aos regramentos da legislação e cumprir com o disposto, atendendo as especificidades no tratamento desses dados.

Todavia, quando o titular de dados for o cooperado, pode-se questionar a necessidade de requerer o consentimento do titular, quando o tratamento desses dados pessoais se referirem a atos cooperados ou atos que de qualquer forma envolva a figura do cooperado<sup>363</sup>. Isso porque, o principal ativo de uma sociedade cooperativa é o cooperado e o sistema existe justamente para agir em função destes. Logo, a obrigatoriedade de coleta do consentimento para atos cooperados ou atos praticados pela cooperativa em benefício do seu associado, fogem à regra de viabilidade, bem como da razão de existência da própria atividade.

Assim sendo, para que as cooperativas possam tratar de dados pessoais de seus cooperados ou de qualquer outro dado pessoal que possua em seu banco deverá fazê-lo através de um controlador e de um operador de dados, que são os também denominados agentes de tratamento de dados. À esses profissionais também compete a elaboração do Relatório de Impacto à Proteção de Dados Pessoais<sup>364</sup>. Nesse mesmo diapasão, a revisão dos contratos pelas instituições

---

<sup>362</sup> BRASIL. **Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018**. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais. Diário Oficial da União. Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm). Acesso em: 27 mai. 2019.

<sup>363</sup> FREIRE, José Raphael Batista. **A transparência do programa de proteção de dados pessoais nas cooperativas agroindustriais do Estado do Paraná sob as perspectivas jurídica e institucional**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Cooperativas). Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba, 2021.

<sup>364</sup> CRESPO, Danilo Leme; RIBEIRO FILHO, Dalmo. **A evolução legislativa brasileira sobre a proteção de dados pessoais: a importância da promulgação da lei geral de proteção de dados pessoais**. Revista de Direito Privado, vol. 98, p. 161–186, mar./abr., 2019. p. 15.

cooperativas é considerado um mecanismo adequado e efetivo de adequação aos preceitos da LGPD, principalmente por se fundar na transparência, proporcionalidade e necessidade<sup>365</sup>.

Observa-se, contudo, que as cooperativas, independentemente do ramo de atuação, devem estabelecer políticas efetivas de proteção aos dados pessoais de seus empregados. A preocupação com a real tutela de dados pessoais de seus colaboradores deve transcender as preocupações na adaptação ao cotidiano desse sistema à LGPD no que refere-se aos dados de cooperados, parceiros nacionais e internacionais de negócios.

Isso porque, múltiplos litígios<sup>366</sup> relevam que por muitas décadas os dados pessoais dos empregados foram manipulados e utilizados sem maiores cuidados por seus empregadores e departamentos de recursos humanos, sendo que o adequado tratamento desses dados deve iniciar ainda no processo de recrutamento, independente de efetivação/admissão<sup>367</sup>. Vislumbra-se, face esse cenário, que houveram condenações devido a utilização, tratamento e exposição inadequada de dados pessoais de muitos empregados, antes mesmo da entrada em vigor da legislação protetiva, LGPD.

A LGPD, que entrou integralmente em vigor no ano de 2021, postula que a tutela dos dados pessoais tenha início com o estabelecer de boas práticas e fixação de diretrizes de governança, a fim de se garantir o acesso controlado e autorizado aos dados pessoais permitidos por lei e apenas durante o tempo que for necessário<sup>368</sup>.

<sup>365</sup> SANTOS, Fabíola Meira de Almeida; TALIBA, Rita. **Lei geral de proteção de dados no Brasil e os possíveis impactos**. Revista dos Tribunais, vol. 998, p. 225–239, dez. 2018, p. 3.

<sup>366</sup> Em 2005, a quarta turma do Tribunal Regional do Trabalho da 2ª. Região, no processo RO 00657.2000.064.02.00-3, condenou a empregadora a indenizar ex-colaborador por divulgar o motivo de sua rescisão contratual por justa causa – DIVULGAR motivo de demissão gera dano moral. Consultor Jurídico, 2005. Disponível em: [https://www.conjur.com.br/2005-jun-06/divulgar\\_motivo\\_demissao\\_gera\\_dano\\_moral](https://www.conjur.com.br/2005-jun-06/divulgar_motivo_demissao_gera_dano_moral). Acesso em: 20 Abr 2022. Em 2014, no processo RR-291-62.2013.5.04.0404, o Tribunal Superior do Trabalho condenou a empregadora por divulgar resultados de exame toxicológico de um empregado aos demais empregados - STOEVEER, Carlos. Empresa é condenada por divulgar exame toxicológico de funcionário. Consultor Trabalhista. Disponível em: <https://consultortrabalhista.com/noticias/empresa-e-condenada-por-divulgar-exame-toxicologico-de-funcionario/>. Acesso: em 07 Abr 2022. Em 2018, através do processo RR-118-55.2013.5.09.0127, o TST condenou a empregadora por vazar dados salariais de empregado em uma rede social – EMPRESA indenizará funcionário que teve dados vazados na internet. Consultor Jurídico, 2018. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-jan-10/empresa-indenizarafuncionario-teve-dados-vazados-internet>. Acesso: em 20 Abr de 2022.

<sup>367</sup> RAMOS, Lara Castro Padilha; GOMES, Ana Virgínia Moreira. **Lei geral de dados pessoais e seus reflexos nas relações de trabalho**. Scientia Iuris, Londrina, v. 23, n. 2, p. 127-146, jul. 2019. DOI: 10.5433/2178-8189.2019v23n2p127. ISSN: 2178-8189.

<sup>368</sup> PINHEIRO, Patrícia Peck. **Proteção de dados pessoais: Comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD)**. Ed. Saraiva jur. 2 ed. São Paulo, 2020, p. 41.

Sem dúvidas, a preocupação das cooperativas no que tange o tratamento e zelo dos dados pessoais de seus cooperados e empregados não é recente e já possui grande trajetória, com consequências nefastas. O fato é, que os parâmetros estabelecidos pela nova legislação reforça a necessidade de se minimizar os descuidos e, efetivamente, promover maior segurança e proteção aos indivíduos que confiam às empresas, a exposição de seus dados.

Neste norte, para algumas empresas, em especial à do ramo financeiro que mais foram retratadas aqui - bancos comerciais e de investimentos, cooperativas e financeiras autorizadas a funcionar pelo BACEN -, as adaptações previstas pela LGPD promoveram drásticas mudanças em seus cotidianos, visto que muitas delas carecem de ações no sentido de preservação da segurança e confiabilidade de informações ou, até mesmo, possuíam esses procedimentos, mas, na prática, como não haviam tanta fiscalização ou cobrança, não eram, de fato, aplicados.

Previamente à vigência da LGPD, mesmo havendo algumas condenações, pouco se ponderava acerca do impacto de se utilizarem dados pessoais e dados sensíveis (nome, número de documentos de identificação, meios para contato, origem racial, opinião política, saldos bancários etc). Entretanto, no que se refere à dados bancários, a LGPD estabelece aspectos que conglomeram desde o controle de acesso, a rastreabilidade, o conhecimento das finalidades declaradas e executadas, bem como sobre os dados cedidos, o direito à privacidade e o sigilo dessas informações.

Nesta conjuntura, observa-se que os sistemas financeiros, assim como as demais empresas brasileiras, devem desenvolver estratégias, através de efetivos instrumentos de tutela, visando evitar vazamentos e incidentes com dados pessoais. Essa adequação, no entanto, impõe grande desafio de preparação técnica e gerencial de modo a atender a regulação imposta pelo diploma legal. Não obstante, mais que a implementação das medidas que a legislação impõe, fazem-se necessários cuidados rotineiros nos processos e no cotidiano das organizações, através de fortes investimentos em tecnologia e em governança, além de recursos humanos, segurança digital, treinamento e transparência<sup>369</sup>.

---

<sup>369</sup> PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO. **História do Cooperativismo**: Os 7 princípios do cooperativismo. Publicado 02 de abril de 2016. Disponível em: <https://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo/historia-do-cooperativismo/os-7-principios-do-cooperativismo>. Acesso em 20 Abr 2022.

Tudo porque, além de correr um sério risco de imagem<sup>370</sup>, o não cumprimento das exigências impostas pela legislação acarreta em graves penalidades que incluem desde advertência e multa à até uma possível proibição da prática de atividades relacionadas ao tratamento de dados pessoais. A estipulação da multa vai depender de cada caso concreto, podendo alcançar até o percentual de 2% (dois por cento) do último faturamento fechado da empresa, sendo esse montante limitado R\$ 50 milhões, por infração<sup>371</sup>.

Logo, para que essa adequação tenha êxito, existem algumas etapas de organização que devem ser seguidas, como:

definição de políticas e orçamento, mapeamento dos processos vinculados, adequação dos contratos, avaliação dos sistemas e capacitação dos funcionários dos níveis técnico, gerencial e de relacionamento com o cliente<sup>372</sup>.

Assim, conclui-se que, independentemente do ramo de atuação, todo sistema cooperativo deve se adequar às disposições previstas no regulamento brasileiro de proteção de dados pessoais, visando proteger, efetivamente, os dados pessoais, principalmente de seus cooperados, podendo, em caso contrário, sofrer graves penalidades.

Resta claro, contudo, que a LGPD objetiva garantir a proteção à privacidade das pessoas, através de segurança e de transparência. Sabe-se, também, que sempre existiram legislações que incentivam a boa conduta e o sigilo de informações, entretanto, não existia nada tão específico quanto ao zelo integral de dados sensíveis, bem como a estipulação de penalidades em caso de não cumprimento.

---

<sup>370</sup> “O risco de imagem tem a ver com tudo aquilo que pode afetar a reputação de uma instituição frente ao mercado. Ou seja, deve alterar a forma como os clientes, parceiros e público em geral veem a empresa”. STUMPF, Kleber. **Risco de Imagem e Risco Legal**. Topinvest, 2022. Disponível em: <https://www.topinvest.com.br/risco-de-imagem-e-risco-legal/>. Acesso em 02 Ago 2022.

<sup>371</sup> Artigo 52 da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD: “Os agentes de tratamento de dados, em razão das infrações cometidas às normas previstas nesta Lei, ficam sujeitos às seguintes sanções administrativas aplicáveis pela autoridade nacional: [...]II - multa simples, de até 2% (dois por cento) do faturamento da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou conglomerado no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração; e seguintes [...]”. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais. Diário Oficial da União. Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm). Acesso em: 27 Mai 2022.

<sup>372</sup> PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO. O **cooperativismo de crédito e a regulação para a proteção de dados, por Kedson Macedo**. Publicado 10 de outubro de 2019. Disponível em: <https://cooperativismodecredito.coop.br/2019/10/o-cooperativismo-de-credito-e-a-regulacao-para-a-protecao-de-dados-por-kedson-macedo/>. Acesso em 20 Abr 2022.

Destaca-se, ainda, que no mundo dos negócios e até mesmo diante do próprio cenário social que se vivencia, o qual é dominado pela globalização e extremamente influenciado pelos meios tecnológicos, a transparência e a confiabilidade são características que proporcionam respeito e fazem cumprir à dignidade da pessoa humana, princípio instituído pela CF.

Através da real e efetiva privacidade de dados e o resguardo das informações pessoais, as empresas apresentarão grandes e importantes diferenciais, que sem dúvidas, as colocarão em destaque perante, inclusive, a própria concorrência.

Compreende-se, pois, que os serviços prestados por quaisquer empresas, incluindo os sistemas cooperativos e instituições financeiras, são essenciais para o pleno desenvolvimento econômico e social e todas devem manter a realização de suas atividades, porém, agora, com cuidado redobrado no que se refere à dados pessoais.

Outrossim, faz-se imprescindível recordar que, seja na Europa, seja no Brasil ou em qualquer outro país do mundo, a proteção de dados pessoais vai muito além de questões tecnológicas e meios digitais, que atualmente estão muito evidenciados.

Como já retratado acima, a adequação das cooperativas também requer e exige um zelo cotidiano imposto às rotinas e aos processos diários. A LGPD visa regular práticas existentes há anos e que inúmeras vezes, inclusive, já haviam sido penalizadas. Trata-se de um grande desafio às empresas, incluindo as cooperativas, as devidas adaptações. No momento, observam-se os primeiros impactos e impressões iniciais desse processo que, com certeza, ainda será alvo de múltiplos debates.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo científico deste estudo foi analisar os principais desafios de adequação, sobretudo dos sistemas cooperativos, face às inovações legislativas impostas através da vigência da Lei nº 13.709/18 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

O ponto de partida para essa análise foi compreender as transformações sociais oriundas das inovações tecnológicas e da globalização, que caracterizam o atual contexto de sociedade. O domínio social provocado pelos meios de comunicação e de informação, proporcionaram uma nova percepção mundana, de tempo e de território, fatores que revolucionaram a economia, o trabalho, o comércio, as finanças, as comunicações e transformaram as relações de consumo em escala mundial.

O reflexo provocado por essas mudanças repercutiu múltiplos efeitos sociais, em especial, na forma de produção e circulação de bens e mercadorias e na desigualdade no acesso a esses bens, culminando em diferenças nas relações sociais. O consumo passou a ser um sistema global que padroniza as relações na pós-modernidade, principalmente com o advento das novas tecnologias e da internet, que através de massiva publicidade e marketing, assumem papel determinante nos novos padrões de consumo.

Por consequência desse processo, a sociedade contemporânea vivencia e enaltece o mercado de consumo em detrimento de seus próprios valores e de suas próprias virtudes. Estimuladas pelas mídias e demais meios tecnológicos de informação e comunicação, as pessoas passaram a fundamentar a sua ideia de felicidade no ato de consumir, tornando os seus desejos insaciáveis e dando azo ao surgimento de uma sociedade de consumo. Logo, o consumismo passou a fazer parte da vida diária das pessoas.

A par disso, as novas tecnologias evoluem diária e gradativamente no sentido de explorar essa facilidade, que é o meio digital, e influenciar os consumidores ao consumo. Os algoritmos, nesse momento, assumem papel fundamental de direcionamento e indução ao consumo. O consumidor, por sua vez, que já é considerado, presumidamente, o pólo mais frágil da relação jurídica de consumo, possui sua fragilidade ainda mais acentuada no mundo digital, devido às especificidades do meio, e acaba se tornando (hiper)vulnerável face a essa

realidade.

Todo esse contexto social descrito, além de benefícios, desperta desafios e preocupações, tanto para os consumidores, quanto no âmbito legislativo, relativos à estruturação dessas relações no âmbito digital. Tudo porque, nas plataformas virtuais, qualquer movimento, seja ele escrito, sonoro ou visual, de qualquer natureza, é captado e se transforma em dados, restando disponíveis por meio dos canais de informação.

Nesse passo, a preocupação com a efetiva tutela ao direito à privacidade e à proteção de dados pessoais ganha maior relevância na medida em que a economia migra para o meio digital, uma vez que, com o surgimento de novas tecnologias, possibilita-se a criação de novos mecanismos para o armazenamento, utilização e manipulação de dados pessoais, bem como o próprio monitoramento e controle sobre a vida privada de cada indivíduo.

Dessa forma, ao campo jurídico tornou-se imprescindível a edição de normas específicas visando disciplinar e regulamentar o assunto em tela, buscando suprir as necessidades de adaptação aos ambientes virtuais e complementar o atual sistema nacional de proteção legislativa. Essa necessidade se consolidou através da publicação e vigência da Lei 13.709/18 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). A edição desta lei, baseou-se no regulamento europeu, *General Data Protection Regulation* – GDPR, e tornou-se tema de bastante repercussão e desafios no tocante a sua aplicação, que pode gerar impactos significativos tanto aos consumidores quanto às empresas, inclusive as do ramo cooperativo.

Analisados em consonância, GDPR e LGPD, vislumbra-se que os diplomas legais possuem entre si mais pontos de semelhança do que de diferença. No entanto, em comparação ao GDPR, a LGPD possui caráter muito mais principiológico. O regulamento estrangeiro, cujo texto serviu de base para a elaboração da LGPD, apresenta menos ambiguidade e expõe de forma mais detalhada os conceitos que abarca. Desse modo, mesmo com muita similaridade teórica e maturidade civil entre as legislações, o GDPR garante mais autonomia às suas agências reguladoras. Assim, observa-se que o regulamento europeu permite que haja uma efetiva fiscalização e, conseqüentemente, uma aplicação mais sólida da lei.

Isso não significa dizer que há um nível menor de proteção, mas sim, a necessidade de um trabalho maior de interpretação, para entender e definir as

obrigações e direitos que de fato recaem sobre as atividades de tratamento de dados pessoais. A análise do GDPR em comparação à LGPD deve ser entendida como uma contribuição positiva no tocante à educação da população brasileira acerca da relevância de se tutelar os dados pessoais. Além disso, a observância do regulamento europeu reforça a concepção dos direitos que todos os titulares de dados possuem e a possibilidade de, a qualquer tempo, reivindicá-los.

A entrada em vigor da LGPD estabelece, assim, direitos, deveres e princípios que devem ser averiguados sempre que existir tratamento de dados pessoais de consumidores e usuários de serviços. Tão logo, os reflexos desse marco jurídico surtiram efeito fortemente também no setor financeiro, o qual já utilizava, tradicionalmente, dados extremamente sensíveis de seus clientes. As instituições financeiras atuantes no mercado coletam, armazenam, compartilham e, muitas vezes, até promovem o tratamento das informações dos seus clientes, que vão muito além de nome e documentos, como é o caso dos perfis de crédito, endividamento ou investimento.

Sabe-se, pois, que a oferta de crédito também é um atributo inerente ao sistema capitalista e transformou-se em um elemento de suma importância na sociedade atual. A sua democratização e facilitação de acesso deu azo a uma significativa transformação, tanto econômica quanto social, ao passo que permitiu, principalmente às classes de menores rendas adquirirem bens ou serviços que, em condições habituais, não seriam possíveis.

Contudo, diante da democratização do crédito aliada a convicção de uma sociedade consumista, a figura do consumidor que não possui um devido planejamento financeiro, se vê inserida em uma situação considerada superendividamento. O fenômeno do superendividamento, por sua vez, também remeteu à necessidade de análise ao dever de positivar a proteção dos interesses dos consumidores, principalmente em razão do desequilíbrio negocial das relações jurídicas de consumo, que os colocam em um patamar de vulnerabilidade e/ou (hiper)vulnerabilidade.

As cooperativas, por sua vez, surgiram, em todos os seus ramos, a partir de problemas sociais. Elas aparecem como solução para esses problemas, atendendo os anseios da parte menos favorecida da sociedade. Inúmeros são os diferenciais que levam o sistema cooperativo de crédito, por exemplo, a elevar seus números face às redes bancárias. Além de atuar em localidades menores e de difícil acesso, sendo

uma solução para necessidades de pequenos empresários, conseqüentemente, contribuem com o desenvolvimento local. Ainda, o modelo de negócio cooperativo, se diferencia quando se trata de proximidade com seus associados, oferecendo completo atendimento – inclusive desempenhando papel consultivo -, e vasto portfólio de produtos e serviços financeiros, bem como taxas mais competitivas perante o mercado.

Logo, a entrada em vigor da LGPD apresenta-se como um desafio a todas as empresas, incluindo as do ramo cooperativo, devido às mudanças e adaptações exigidas pelo regulamento. Faz-se imprescindível, pois, que todas se adequem às imposições e, independentemente do ramo de atuação, estabeleçam políticas efetivas de proteção aos dados pessoais de seus empregados.

Nesta conjuntura, observa-se que os sistemas financeiros, assim como as demais empresas brasileiras, devem desenvolver estratégias, através de efetivos instrumentos de tutela, visando evitar vazamentos e incidentes com dados pessoais. Essa adequação, no entanto, impõe grande desafio de preparação técnica e gerencial de modo a atender a regulação imposta pelo diploma legal. Não obstante, mais que a implementação das medidas que a legislação impõe, fazem-se necessários cuidados rotineiros nos processos e no cotidiano das organizações, através de fortes investimentos em tecnologia e em governança, além de recursos humanos, segurança digital, treinamento e transparência.

Resta claro, contudo, que a LGPD objetiva garantir a proteção à privacidade das pessoas, através de segurança e de transparência. Sabe-se, também, que sempre existiram legislações que incentivam a boa conduta e o sigilo de informações, entretanto, não existia nada tão específico quanto ao zelo integral de dados sensíveis, bem como a estipulação de penalidades em caso de não cumprimento.

Destaca-se, ainda, que a LGPD não é uma legislação que visa impedir o uso de dados pessoais por parte das cooperativas ou de qualquer outra empresa, muito pelo contrário, é uma lei que busca regular a forma como serão tratados os dados pessoais dos titulares pelas organizações, de modo a ofertar maior segurança.

No mundo dos negócios e até mesmo diante do próprio cenário social em que se vivencia, o qual é dominado pela globalização e extremamente influenciado pelos meios tecnológicos, a transparência e a confiabilidade são características que proporcionam respeito e fazem cumprir à dignidade da pessoa humana, princípio

instituído pela CF.

É fato que o Direito deverá manter-se, sempre, em constante atualização visando acompanhar as mudanças sociais e a sua dinâmica de desenvolvimento. A vigência da LGPD objetiva fornecer maior segurança e confiabilidade aos usuários, cooperados, clientes, empregados e todas as pessoas que ofertam seus dados a uma organização. Trata-se de um mecanismo útil, capaz de reforçar o sistema nacional de proteção do consumidor, através de sua especificidade em proteção e privacidade de dados pessoais, revelando-se como uma possibilidade de promoção de uma tutela efetiva, que concretiza os direitos fundamentais estabelecidos pela Constituição Federal da República.

## REFERÊNCIA DAS FONTES CITADAS

- ABRÃO, Nelson. **Direito bancário**. São Paulo: Saraiva, 2000.
- ABRUSIO, Juliana. **Proteção de dados na cultura do algoritmo**. 1 ed. – Belo Horizonte, São Paulo: D'Plácido, 2020.
- ALEXY, Robert. **Teoría de los Derechos Fundamentales**. Madri: Centro de Estudios Políticos e Constitucionales, 2002.
- ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- ALMEIDA, João Batista. **Manual de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.
- ALTHUSSER, Louis. **Sur la reproduction**. Paris: Presses Universitaires de France, 1995.
- ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo código civil e no código do consumidor**. Barueri, São Paulo: Manole, 2004.
- ANPD. Associação Nacional dos Profissionais de Privacidade de Dados. **Vazamento de dados Banco Inter**. Disponível em: <https://anppd.org/noticia/vazamento-de-dados-bancos-inter>. Acesso em 17 Ago 2022.
- ANUÁRIO COOP 2022. **Dados do cooperativismo financeiro 2022**. Disponível em: <https://anuario.coop.br/ramos/credito/>. Acesso em 17 Mai 2022.
- ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017.
- ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Tradução Roberto Raposo; revista técnica e apresentação Adriano Correia. 13. ed. rev. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017.
- ARRUDA, M. **Nova tropicália: uma desterritorialização da internet algorítmica**. Artigo apresentado no GP Semiótica da Comunicação, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, São Paulo, 2016.
- ÁVILA, Marília de; SAMPAIO, Silva. **Superendividamento e consumo responsável de crédito**. Ebook. – Brasília: TJDFT, 201.

AZEVEDO, Anna Karoline Carneiro Nery de. **Comércio eletrônico: a vulnerabilidade agravada do consumidor virtual e sua proteção no Brasil.** Temas de Direito do Consumidor: Estudos em homenagem aos 30 anos do CDC eBook Kindle, 2020.

BACEN. Banco Central do Brasil. **O que é cooperativa de crédito?** <https://www.bcb.gov.br>. Acesso em 11 Ago 2022.

\_\_\_\_\_. **Resolução nº 4.658, de 26 de abril de 2018.** Disponível em: [chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://normativos.bcb.gov.br/Lists/Normativos/Attachments/50581/Res\\_4658\\_v1\\_O.pdf](chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://normativos.bcb.gov.br/Lists/Normativos/Attachments/50581/Res_4658_v1_O.pdf). Acesso em 20 Abr 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **A ética é possível num mundo de consumidores?** Trad. Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2011.

\_\_\_\_\_. **Amor Líquido:** Sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

\_\_\_\_\_. **Globalização:** as consequências humanas. Rio de Janeiro: Tradução de Jorge Zahar Ed., 1998.

\_\_\_\_\_. **Medo Líquido.** Rio de Janeiro: Tradução de Jorge Zahar Ed., 2008.

\_\_\_\_\_. **Modernidade Líquida.** Rio de Janeiro: Tradução de Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo.** Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, Lda, 1995.

BECK, Ulrich. **O que é Globalização?** Equívocos do globalismo: respostas à globalização. Tradução de André Carone. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

BECKER, D. RODRIGUES, R. de B. Capítulo III. Direitos do titular. In: **Comentários à Lei Geral de Proteção de Dados.** São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. E-book.

BEHRENS, Yan West. **Comércio eletrônico de produtos e serviços:** uma análise das principais práticas abusivas em prejuízo dos consumidores. Salvador: Pageince, 2014.

BELL, D. **O Advento da Sociedade Pós-Industrial.** São Paulo. Cultrix. 1974.

BESSA, Leonardo Roscoe. **Aplicação do Código de Defesa do Consumidor:** análise crítica da relação de consumo, 2009.

BET VIEGAS, João Ricardo. **A Hipervulnerabilidade como critério para a aplicação do Código de Defesa do Consumidor.** Res Severa Verum Gaudium, v. 4, n. 1, Porto Alegre, jun., 2019.

BIALOSKORSKI NETO, Sigismundo. **Aspectos Econômicos das Cooperativas**. Belo Horizonte: Mandamentos. 2006.

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de Dados Pessoais: a função e os limites do consentimento**. Ed 1. Vol. único. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

BRASIL, **Constituição Federal**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 28 Mai 2021.

\_\_\_\_\_. Lei Federal nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm). Acesso em 28 Mai 2021.

\_\_\_\_\_. Lei Federal nº 13.709 de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm). Acesso em 28 Mai 2022.

\_\_\_\_\_. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Institui o Código Civil**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm). Acesso em 17 Jul 2022.

\_\_\_\_\_. Lei nº 9.507, de 12 de novembro de 1997. **Regula o direito de acesso a informações e disciplina o rito processual do habeas data**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9507.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9507.htm). Acesso em 17 Jun 2022.

\_\_\_\_\_. Lei nº 12.414, de 009 de junho de 2011. **Disciplina a formação e consulta a bancos de dados com informações de adimplemento, de pessoas naturais ou de pessoas jurídicas, para formação de histórico de crédito**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12414.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12414.htm). Acesso em 17 de Jun 2022.

\_\_\_\_\_. Lei 12.527, de 11 de novembro de 2011. **Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm). Acesso em 17 de Jun 2022.

\_\_\_\_\_. Lei nº 14.181/21. **Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento**. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm) >. Acesso em 26 Mar 2022.

\_\_\_\_\_. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. **Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil**. Disponível em:

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm). Acesso em 17 de Jun 2022.

\_\_\_\_\_. Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971. **Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências.** Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5764.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5764.htm). Acesso em 05 Ago 2022.

\_\_\_\_\_. Lei Complementar nº 130, de 17 de abril de 2009. **Dispõe sobre o Sistema Nacional de Crédito Cooperativo e revoga dispositivos das Leis nºs 4.595, de 31 de dezembro de 1964, e 5.764, de 16 de dezembro de 1971.** Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp130.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp130.htm). Acesso em 05 Ago 2022.

\_\_\_\_\_. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. **Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências.** Disponível em:  
[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm). Acesso em 28 mai 2022.

BOFF, Salete Oro; FORTES, Vinicius Borges; FREITAS, Cinthia Obladen de Almeida. **Proteção de Dados e Privacidade:** do direito às novas tecnologias na sociedade da informação. 1. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.

BOLADE, Geisianne Aparecida. O superendividamento do consumidor como um problema jurídico-social. ANIMA: **Revista Eletrônica do Curso de Direito das Faculdades OPET.** Curitiba PR - Brasil. Ano III, nº 8, p. 180-209, jul/dez. 2012.

BOLSON, Simone Hegele. O princípio da dignidade da pessoa humana, relações de consumo e o dano moral ao consumidor. **Revista dos tribunais.** vol. 46 – 2003.

BOLZAN, Fabrício. **Código do Consumidor esquematizado.** 2. ed. – São Paulo: Saraiva, 2014.

BRITO, Auriney. **Direito Penal Informático.** São Paulo: Saraiva, 2013.

BRYNJOLFSSON, Erik. MCAFEE, Andrew. Race Against The Machine: How the Digital Revolution is Accelerating Innovation, Driving Productivity, and Irreversibly Transforming Employment and the Economy. Digital Frontiers Press, 2011 / **Novas Tecnologias Vs Empregabilidade:** Como a Revolução Digital acelera a Inovação, desenvolve Produtividade e transforma de modo Irreversível os Empregos e a Economia. M.Books, 2014.

CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2021. **PEC 17/2019.** Disponível em:  
<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=221075>  
7. Acesso em 13 Dez 2021.

CANCELIER, Mikhail. **Infinito Particular:** privacidade do século XXI e a manutenção do direito de estar só. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

CANCLINI, Nestor Raúl Garcias. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2006.

\_\_\_\_\_. **Ciudadanos reemplazados por algoritmos.** Calas. Montes, R. Piñera reage a protestos no Chile: Estamos em guerra. El País. <https://bit.ly/2Zp6Vlx>. 21 de outubro de 2019.

CARDOSO, Antônio Pessoa. **Facilidades exageradas são causas do superendividamento do consumidor.** Disponível em: ConJur - Facilidades exageradas são causas do superendividamento do consumidor. Acesso 26 Mar 2022.

CARPENA, Heloísa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. *In:* MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord). **Direitos do Consumidor. Endividado:** Superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** Vol. I, Ed. Paz e Terra. Edição 6, São Paulo, 2006.

\_\_\_\_\_. **A galáxia da Internet:** reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTRO, Julio Cesar Lemes de. Das massas às redes: comunicação e mobilização política. *In:* JESUS, Eduardo; TRINDADE, Eneus; JANOTTI, Jeder; ROXO, Marcos (Org.). **Reinvenção comunicacional da política:** modos de habitar e desabitar o século XXI. Salvador, EDUFBA/Brasília: Compós, 2016a.

\_\_\_\_\_. **O consumidor como agente no neoliberalismo.** Matrizes, São Paulo, v. 9, n. 2, julho/dezembro de 2015.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

COELHO, Fábio Ulhoa *apud* OLIVEIRA, James Eduardo. **Código de Defesa do Consumidor:** anotado e comentado: doutrina e jurisprudência. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

COMPARATO, Fábio Konder. **Afirmção histórica dos direitos humanos.** São Paulo: Saraiva, 1999.

CORRÊA, Gustavo Testa. **Aspectos jurídicos da internet.** 2. Ed. rev. São Paulo: Saraiva, 2002.

COTÓN, Manuel Castro; CASTRO, Noelia Romero. **Cooperativas de crédito y banca ética¿ un camino por explorar?.** CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, v. 72, p. 262-300, 2011.

CRESPO, Danilo Leme; RIBEIRO FILHO, Dalmo. **A evolução legislativa brasileira sobre a proteção de dados pessoais:** a importância da promulgação da lei geral de proteção de dados pessoais. Revista de Direito Privado, vol. 98, p. 161–186, mar./abr.,2019.

CRUZ, Paulo Sérgio Alves da. **Dicionário de Ciências Sociais**. Instituto de Documentação. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1986.

CUNHA, Murilo Bastos da; CAVALCANTI, Cordélia Robalinho de Oliveira. **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**. Brasília: Brique de Lemos/Livros, 2008.

DEBORD, Guy. **Sociedade do Espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro: Teoria Geral do Direito Civil**. 33ª ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

DONDA, Daniel. **Guia prático de implementação da LGPD**. Editora Labrador. São Paulo, 2020.

DONEDA, Danilo. **A proteção de dados pessoais nas relações de consumo: para além da informação creditícia**. Escola Nacional de Defesa do Consumido. Brasília: SDE/DPDC, 2010.

\_\_\_\_\_. **A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental**. Ed. Espaço Jurídico. Joaçaba, v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011.

DORINI, João Paulo. Direito de Acesso ao Consumo. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, vol. 75/2010, p. 43 – 79, Jul – set, 2010.

DUPONT, Fabiano Rodrigo; DIEHL, Rodrigo Cristiano. O papel das novas tecnologias de informação na educação para o consumo: diálogos com a modernidade. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...**, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015.

European Union Agency For Fundamental Rights; Council **Of Europe. Handbook on European Data Protection Law**. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018.

EYAL, Nir. **Hooked: how to build habit-forming products**. New York: Penguin Group, 2014.

FARIA, Heraldo Felipe. A proteção do consumidor como direito fundamental em tempos de globalização. **Revista Direitos Fundamentais & Democracia**, UNIBRASIL, Curitiba, v. 4, 2008.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. Tradução de Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERRAZ JUNIOR, Tercio Sampaio. **Direito e realidade: a erosão do real jurídico pelo mundo virtual**. In: FERRAZ JUNIOR, Tercio Sampaio. O direito entre o futuro e o passado. São Paulo: Noeses, 2014.

FINKELSTEIN, Maria Eugenia; FINKELSTEIN, Claudio. **Privacidade e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais**. Revista de Direito Brasileira, Florianópolis, SC. V. 23, n. 9, p. 284-301, Mai./Ago. 2019.

FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. **Sobreendividamento, a outra face do crédito**. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunrdelli (Coords). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2006.

FRAZÃO, Ana. **Algoritmos e inteligência artificial**. Parte I. Jota. 2018. Disponível em: [http://www.professoraanafrazao.com.br/files/publicacoes/2018-05-16-Algoritmos\\_e\\_inteligencia\\_artificial.pdf](http://www.professoraanafrazao.com.br/files/publicacoes/2018-05-16-Algoritmos_e_inteligencia_artificial.pdf). Acesso em 28 Mai 2021.

\_\_\_\_\_. **Big data e impactos sobre a análise concorrencial**. Parte I. Jota. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/columnas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018>. Acesso em 10 Abr 2022.

FREIRE, José Raphael Batista. **A transparência do programa de proteção de dados pessoais nas cooperativas agroindustriais do Estado do Paraná sob as perspectivas jurídica e institucional**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Cooperativas). Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba, 2021.

FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra; MAFFINI, Maylin. **A Proteção dos Dados Pessoais no Crédito Bancário e a Lei Geral de Proteção de Dados frente ao Cadastro Positivo**. Revista Jurídica Cesumar. Jan/abr 2020.

FREITAS, Fábio F. B. A questão democrática e os direitos humanos: encontros, desencontros e um caminho. In: TOSI, Giuseppe. (Org.). **Direitos Humanos: História, teoria e prática**. João Pessoa: UFPB, 2004.

FOUCAULT, Michel. **Naissance de la biopolitique: cours au Collège de France, 1978-1979**. Paris: Gallimard/Seuil, 2004.

FROMM, Erich. **Ter ou ser?** Tradução de Isabel Fraga. Portugal: Editorial Presença, 2006.

GAGLIANO, Pablo Stolze; OLIVEIRA, Carlos Eduardo Elias de. **Comentários à Lei do Superendividamento (Lei nº 14.181, de 1º de julho de 2021) e o princípio do crédito responsável**. Uma primeira análise. Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 26, n. 6575, 2 jul. 2021. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/91675>. Acesso em: 07 fev. 2022.

GALEANO, Eduardo. **Úselo y tírelo**. Buenos Aires: Grupo Editorial Planeta, 1994.

GARCIA, Lara Rocha; AGUILERA-FERNANDES, Edson; GONÇALVES, Rafael Augusto Moreno; PEREIRA-BARRETTO, Marcos Ribeiro. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) Guia de Implementação**. São Paulo: Blucher, 2020.  
GARCIA, Lara Rocha; PINTO, Felipe Chiarello de Souza. **Inovação e sua Principal Barreira Jurídica**. Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM, Santa Maria, RS, v. 15, n. 2, e41419, maio/ago. 2020.

GAULIA, Cristina Tereza. **O Abuso de Direito na Concessão de Crédito O Risco do Empreendimento Financeiro na Era do Hiperconsumo**. Revista da EMERJ, Rio de Janeiro, v. 12, n.47, p. 94-123, 2009. Disponível em: <[https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj\\_online/edicoes/revista47/revista47\\_sumario.htm](https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista47/revista47_sumario.htm)>. Acesso em 26 de março de 2022.

GDPR. General Data Protection Regulation. **Regulation (Eu) 2016/679 Of The European Parliament And Of The Council Of 27 April 2016**. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679. Acesso em 24 Ago 2022.

GIDE, Charles. **El cooperativismo**. Buenos Aires: INTERCOOP- 48, 1974.

GILLESPIE, T. The relevance of algorithms. **Media Technologies: Essays on communication, materiality, and society**. Cambridge, 2013. Disponível em: <<http://governingalgorithms.org/wp-content/uploads/2013/05/1-paper-gillespie.pdf>>. Acesso em 07 Abr 2022.

GOMES, Daniela Vasconcellos. **A sociedade de consumo e a atual desvalorização do consumidor como ser humano**. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio. Relações de consumo humanismo. Caxias do Sul, RS: Educs, 2011.

GOMES, H. GOMES, H. **Lei da União Europeia que protege dados pessoais entra em vigor e atinge todo o mundo**. Disponível em: Lei da União Europeia que protege dados pessoais entra em vigor e atinge todo o mundo; entenda | Tecnologia | G1 (globo.com). Acesso em 12 Out 2021.

GOUVEIA, Luís Manuel Borges. **Notas de contribuição para uma definição operacional**. 2004. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://homepage.ufp.pt/lmbg/reserva/lbg\_socinformacao04.pdf. Acesso em 14 Abr 2021.

GOV.BR. **Autoridade Nacional de Proteção de Dados**. Proteção de Dados Pessoais agora é um direito fundamental. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br/protecao-de-dados-pessoais-agora-e-um-direito-fundamental>. Acesso em 22 Mai 2022.

GRINOVER, Ada Pellegrini. **Liberdades Públicas e Processo Penal**. As Intervenções Telefônicas. São Paulo, Saraiva, 1978.

HINZ, Gislaine; AOKI, Yolanda Shizue. Mundo do consumo: do consumismo para um consumo consciente. In: PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência de Educação: **Os Desafios da Escola Pública Paranaense na Perspectiva do Professor PDE**, 2013. Curitiba: SEED/PR., 2016.V.1.(Cadernos PDE). Disponível em: <<http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=20>>. Acesso em 20 Out 2021.

HENOCK, M. S. **Financial sustainability and outreach performance of saving and credit cooperatives**: The case of Eastern Ethiopia. *Asia Pacific Management Review*, v. 24, n. 1, p. 1-9, 2019.

IBGE. Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa. **Censo Demográfico**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/22827-censo-2020-censo4.html?=&t=o-que-e>. Acesso em 26 Mar 2022.

ICMIF. **International Cooperative and Mutual Insurance Federation**. Disponível em: [icmif.org/european-mutual-market-share-2022/](http://icmif.org/european-mutual-market-share-2022/). Acesso em 22 Ago 2022.

IDEC. Instituto Nacional De Defesa Do Consumidor. **Dados pessoais**. 2021. Disponível em: <https://idec.org.br/dadospessoais>. Acesso em 28 Mai 2021.

JERUSALINSK, Jiulieta. **Que rede nos sustenta no balanço da web?** – O sujeito na era das relações virtuais. IN: *Intoxicações eletrônicas: O sujeito na era das relações virtuais*. Organizadoras: BAPTISTA, Angela; JERUSALINSKY, Julieta. Salvador: Ágalma, 2017.

JUST, N. & LATZER, M. **Governance by Algorithms**: Reality Construction by Algorithmic Selection on the Internet. Accepted manuscript forthcoming in *Media, Culture & Society* 2016. Disponível em: [http://mediachange.ch/media/pdf/publications/Just\\_Latzer2016\\_Governance\\_by\\_Algorithms\\_Reality\\_Construction.pdf](http://mediachange.ch/media/pdf/publications/Just_Latzer2016_Governance_by_Algorithms_Reality_Construction.pdf). Acesso em 04 Mai 2022.

KLAUSNER, Eduardo Antônio. **A globalização e a proteção do consumidor brasileiro**. *Revista dos tribunais*. vol. 97 – 2015.

KLEIN, Naomi. **Marcas globais e poder corporativo**. In: MORAES, Denis (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXXCONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

LEHR, David; OHM, Paul. **Playing with the data**: what legal scholars should learn about machine learning. *UC Davis Law Review*, 2017.

LEIVAS, Paulo Gilberto Cogo; NETO, Cláudio Pereira de Souza; SARMENTO, Daniel (coords.). **Estrutura normativa dos direitos fundamentais sociais e o direito fundamental ao mínimo existencial**. *Direitos sociais: fundamentos, judicialização e direitos sociais em espécie*. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2010.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 4ª ed. 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Porto Alegre: Artes e Ofícios. 1999.

\_\_\_\_\_. **O que é o virtual?** São Paulo, Editora 34, 1996.

\_\_\_\_\_. **Tecnologias da inteligência**. Rio de Janeiro: 34, 1994.

LIMA, Rogério Montai de. **Relações contratuais na Internet e Proteção Jurídica do Consumidor**. São Paulo: Editora Nelpa: 2006.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Tradução: Ricardo Corrêa Barbosa; posfácio: Silvano Santiago – 12ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio eletrônico**. Tradução de Fabiano Menke; com notas de Claudia Lima Marques. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MACHADO, José Mauro Decoussau, SANTOS, Matheus Chucri dos; PARANHOS, Mario Cosac Oliveira. **LGPD E GDPR: uma análise comparativa entre as legislações**. Disponível em: <http://www.pinheironeto.com.br/publicacoes/lgpd-e-gdpr-uma-analise-comparativa-entre-as-legislacoes>. Acesso em 15 Mai 2021.

Mail Online. **Is this soap dispenser RACIST?** Controversy as Facebook employee shares video of machine that only responds to white skin. Disponível em: <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-4800234/Is-soap-dispenser-RACIST.html>. Acesso em 23 Ago 2022.

MARIMPIETRI, Flávia. Consumismo e superendividamento. **Revista Magister de Direito Empresarial**. São Paulo: Lex, 2009.

MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico)**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

\_\_\_\_\_. **Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas**. Revista de Direito do Consumidor, Brasília, v. 75/2010, p. 9 – 42, jul./ set. 2010.

\_\_\_\_\_. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 55, p. 11-52, jul./set. 2005.

\_\_\_\_\_. Apresentação. In LIMA, Clarissa Costa de. **O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

\_\_\_\_\_. **A proteção do consumidor: aspectos de direito privado regional e geral**. Washington/Rio de Janeiro: Curso de Direito Internacional, CJI/OEA, 2001.

MARQUES, Claudia Lima, LIMA, Clarissa Costa; BORTONCELLO, Káren. **Prevenção e Tratamento do Superendividamento**: caderno de investigações científicas. Vol. 1. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: DPDC/SDE. 2010.

\_\_\_\_\_. Exceção dilatória para os consumidores frente à força maior da Pandemia de COVID-19: Pela urgente aprovação do PL 3.515/2015 de atualização do CDC e por uma moratória aos consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 129/2020, maio–jun, 2020DTR\2020\6377, online, p. 62-63 Disponível em: <<https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/view/1312/1231>>. Desafios e Perspectivas 74. Acesso em 23 Mar 2022.

MARQUES, Cláudia Lima. **A proteção do consumidor**: aspectos de direito privado regional e geral. Washington/Rio de Janeiro: Curso de Direito Internacional, CJI/OEA, 2001.

MARQUES, Maria Manuel Leitão. **O endividamento dos consumidores**. Coimbra: Almedina, 2000.

MARX, Karl. **O capital**. 7. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

MEDEIROS, Marcelo Correa. **A gestão estratégica cooperativa**. 29 jul. 2015. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/a-gestao-estrategica-cooperativa>>. Acesso em 18 Abr 2022.

MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. **Cooperativismo Financeiro, percurso histórico, perspectivas e desafios**. Editora Confabras, 2014.

MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo. **Reflexões iniciais sobre a nova lei geral de proteção de dados**. Revista de Direito do Consumidor, vol. 120, p. 469–483, nov./dez. 2018.

METTE, F. Monika Budiner; MATOS, Celso Augusto. Comportamento do Consumidor Endividado: um Estudo com Indivíduos de Baixa Renda. In: XXXVIII ENCONTRO DA ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, 13 a 17 de set., 2014.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. rev., atual. e ampl.- São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

MISES, Ludwig von. **Human action**: a treatise on economics. Auburn: Ludwig von Mises, Institute, 1998.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. **A proteção constitucional do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

NYBO, E. F. **O Poder dos Algoritmos**. São Paulo: Enlaw, 2019.

OBLADEN, Cinthia. **A obscuridade dos algoritmos e a LGPD**. NPD - Instituto Nacional de Proteção de Dados. Artigo publicado em 05-11-2020. Disponível em:

<https://www.inpd.com.br/post/a-obscuridade-dos-algoritmos-e-a-igpd>. Acesso em 08 Abr 2022.

OCB. Organização das Cooperativas Brasileiras. **Resolução n° 56/2019**. Disponível em: <http://www.goiascooperativo.coop.br/arquivos/downloads/cartilha-ramos-2019-72723.pdf>. Acesso em: 15 de julho de 2022.

OCERGS. Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul. **Coops são a única opção de acesso ao crédito e serviços bancários em 72 municípios gaúchos**. 04 de janeiro de 2022. Disponível em: <https://www.sescooprs.coop.br/noticias/2022/01/04/cooperativas-possuem-postos-de-atendimento-em-475-municipios-do-rio-grande-do-sul/>. Acesso em 11 Ago 2022.

OLIVEIRA, Malize Lourdes de; TYBUSCH, Jerônimo Siqueira; ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso et al. O reflexo das tecnologias na construção e desconstrução da sociedade. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental – ReGet**, Santa Maria – RS, v. 19, n. 1, jan.- abr, 2015.

ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Adotada e proclamada pela Assembleia Geral das Nações Unidas (resolução 217 A III) em 10 de dezembro 1948. Disponível em:

<https://www.ohchr.org/en/human-rights/universal-declaration/translations/portuguese?LangID=por>. Acesso em: 14 Jun 2022

\_\_\_\_\_. **Resolução da Organização das Nações Unidas (ONU) n.º 39/248, de 16 de abril de 1985**. <https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/resoluo-da-organizacao-das-nacoes-unidas-onu-de-16-de-abril-de-1985>. Acesso em 14 Fev 2022.

PASQUALE, Frank. **The Black Box Society: The secret algorithms that control money and information**. Harvard University Press, 2015.

PELLANDA, Luiz Ernesto Cabral. **Psicanálise e Internet**. In: LÉVY, Pierre. **Cibercultura: um hipertexto com Pierre Lévy**, Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe. Consumocentrismo e os seus reflexos socioambientais na sociedade contemporânea. **Revista Direito Ambiental e sociedade**, v. 6, 2016.

PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; BOSSARDI, Rafaela Beal. **Relações de consumo ou o consumo de relações: as relações afetivas na contemporaneidade**. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio. **Relações de consumo humanismo**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2011.

PEREIRA, Luciano Meneguetti. **As dimensões de direitos fundamentais e necessidade de sua permanente reconstrução enquanto patrimônio de todas as gerações**. Disponível em: <http://www.aems.edu.br/conexao/edicaoanterior/Sumario/2013/downloads/2013/3/33.pdf>. Acesso em 15 Mai 2021.

PILAU SOBRINHO, Liton Lanes. **Comunicação e direito à saúde**. Tese de

Doutorado apresentada em São Leopoldo, 2008. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/2483>. Acesso em 12 Abr 2022.

PINHEIRO, Marcos Antonio Henriques. **Cooperativas de crédito: história da evolução normativa no Brasil**. 6 ed. – Brasília; BCB, 2008.

PINHEIRO, Patricia Peck. **Proteção de dados pessoais: Comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD)**. Ed. Saraiva jur. 2 ed. São Paulo, 2020.

POLONIO, Wilson Alves. **Manual das Sociedades Cooperativas**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO. **História do Cooperativismo: Os 7 princípios do cooperativismo**. Publicado 02 de abril de 2016. Disponível em: <https://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo/historia-do-cooperativismo/os-7-principios-do-cooperativismo>. Acesso em 20 Abr 2022.

\_\_\_\_\_. **O cooperativismo de crédito e a regulação para a proteção de dados, por Kedson Macedo**. Publicado 10 de outubro de 2019. Disponível em: <https://cooperativismodecredito.coop.br/2019/10/o-cooperativismo-de-credito-e-a-regulacao-para-a-protecao-de-dados-por-kedson-macedo/>. Acesso em 20 Abr 2022.

PORTO, Antonio Maristrello; SAMPAIO, Patrícia Regina Pinheiro. **Superendividamento no Brasil**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2015.

QUESSADA, Dominique. **O poder da publicidade na sociedade consumida pelas marcas: como a globalização impõe produtos, sonhos e ilusões**. Trad. Joana Angélica D. Melo. São Paulo: Futura, 2003.

RAMOS, Daniela Osvald. **A influência do algoritmo**. Revista Comunicare. Volume 17 – Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view>. Acesso em 22 Abr 2021.

RAMOS, Lara Castro Padilha; GOMES, Ana Virgínia Moreira. **Lei geral de dados pessoais e seus reflexos nas relações de trabalho**. Scientia Iuris, Londrina, v. 23, n. 2, p. 127-146, jul. 2019. DOI: 10.5433/2178-8189.2019v23n2p127. ISSN: 2178-8189.

REDAÇÃO JURIS CORRESPONDENTE. **A GDPR (proteção de dados europeia) e o seu impacto no Brasil**. Disponível em: A GDPR (proteção de dados europeia) e o seu impacto no Brasil - Blog do Juris ([jurisrespondente.com.br](http://jurisrespondente.com.br)). Acesso em 01 Out 2021.

REZENDE, Eliana. **Dados informação e conhecimento**. ER Consultoria: Gestão de Informação e Memória Institucional, 2015. Disponível em: <https://eliana-rezende.com.br/dados-informacao-e-conhecimento-o-que-sao/>. Acesso em 02 Ago 2022.

ROCHA, Rodrigo Ribeiro; OLIVEIRA, Ronielton Rezende; TEIXEIRA, Luiz Antônio Antunes. **Educação financeira e endividamento do consumidor de baixa renda: Tendências de inadimplência e adimplência.** In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO SOCIEDADE E INFORMAÇÃO. **Anais...** Petrópolis/RJ – 30 de novembro e 01 de dezembro de 2017.

RODRIGUES, Ana Maria da Silva; OLIVEIRA, Cristina M. V. Camilo de; FREITAS, Maria Cristina Vieira de. Globalização, cultura e sociedade da informação. **Perspect. Cienc. Inf.**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, jan./jun., 2001.

ROELANTS, Bruno; SALVATORI, Gianluca. **Exploring the cooperative economy.** World Cooperative Monitor. 2021. Disponível em: chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://monitor.coop/sites/default/files/2022-01/WCM\_2021\_0.pdf. Acesso em 30 Jul 2022.

RUSCHEINSKY, Aloísio; CALGARO, Cleide. **Relações de consumo e humanismo: efeitos, reflexos e consequências.** In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio. **Relações de consumo humanismo.** Caxias do Sul, RS: Educus, 2011.

SALGARELLI, Kelly Cristina. **Direito do consumidor no comércio eletrônico: uma abordagem sobre a confiança e a boa-fé.** São Paulo: Ícone, 2010.

SANT'ANNA, Adriana; PEREIRA, Dirce do Nascimento; CONSALTER, Zilda Mara. **A cooptação dos consumidores pós-modernos e seus matizes: uma digressão sobre as ingerências no processo decisório do consumo (in)consciente.** Revista de Direito do Consumidor. Vol. 133, 2021.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à conscientização universal.** 18. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2009.

SANTOS, Fabíola Meira de Almeida; TALIBA, Rita. **Lei geral de proteção de dados no Brasil e os possíveis impactos.** Revista dos Tribunais, vol. 998, p. 225–239, dez. 2018.

SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores Hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo.** São Paulo: Altas, 2014.

SCHNEIDER, José Odelso. **Democracia, participação e autonomia cooperativa.** Unisinos, 1999.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise, Concessão e Gestão de Riscos.** Editora Tama, 1997.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico.** Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Editora Abril S.A. Cultural e Industrial, 1997.

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial.** Tradução de Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016.

Secretaria Geral Ibero Americana. **Declaração de Santa Cruz de La Sierra**. <https://www.segib.org/pt-br>. Acesso em 05 Ago 2022.

SECURATO, José Roberto. **Crédito: análise e avaliação de risco**. 2. ed. São Paulo: Saint Paul, 2013.

SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 33, n. 1, 2010.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 10. ed. São Paulo, Malheiros Editores, 1992.

SIMÃO FILHO, Adalberto; SCHWARTZ, Germano André Doederlein. **Big data big problema!** Paradoxo entre o direito à privacidade e o crescimento sustentável. *Conpedi Law Review*. *Oñati*, v. 2, n. 3, p. 311-331, 2016. Disponível em: [www.indexlaw.org/index.php/conpedireview/article/view/3644](http://www.indexlaw.org/index.php/conpedireview/article/view/3644). Acesso em 09 Jun 2021.

SIQUEIRA, Oniye Nashara; FILHO, Adalberto Simão. **A resignificação da servidão voluntária na era da algoritmização do consumo e da vigilância digital**. *Revista de Direito do Consumidor*. Vol. 133, 2021.

SOBHIE, Amir Ayoub; OLIVEIRA, Deymes Cachoeira de. **Proteção do consumidor no comércio eletrônico: Inovações relevantes para as vendas on line no Brasil a partir do Decreto Federal nº. 7962/2013**. *Revista Eletrônica de Iniciação Científica*. Itajaí, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI, v. 4, n.4, p. 84-107, 4º Trimestre de 2013.

SOUZA, Cássio Bruno Castro; SALIB, Marta Luiza Leszczynski. A hipervulnerabilidade do consumidor no e-commerce cross border: o desafio do mercado transnacional. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Belém, v. 5, n. 2, Jul/Dez., 2019.

SOUZA, Marcos Gouvea De. **Neoconsumidor – Digital, Multicanal & Global**. GS & MD, 2009.

STUMPF, Kleber. **Risco de Imagem e Risco Legal**. Topinvest, 2022. Disponível em: <https://www.topinvest.com.br/risco-de-imagem-e-risco-legal/>. Acesso em 02 Ago 2022.

TAMMARO, Anna Maria; SALARELLI, Alberto. **A Biblioteca Digital**. Brasília: Brinquet de Lemos/Livros, 2008.

TEBALDI, Marco. **Projeto de Lei nº 3.515, de 2015**. Voto em separado do deputado Marco Tebaldi. p.04. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop2015>>. Acesso em 23 Mar 2022.

TEIXEIRA, João Paulo Allain. **Covid-19, revolução digital e capitalismo global: a pandemia em perspectiva decolonial**. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes;

CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí-SC: UNIVALI, 2020.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio eletrônico conforme o marco civil da internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil**. São Paulo Saraiva 2015.

TEIXEIRA, Eduardo Giovani; OLIVEIRA, Leandro Gonçalves; NETO, Sílvio Carvalho. **Concessão de crédito ao consumidor**. Fórum de Administração, v. 1, n. 1, 2009.

VASCONCELOS, Paulo Roberto Bentes. **O resgate da cidadania: ressignificação do papel da Defensoria Pública do Estado do Ceará na redução do superendividamento do cidadão**. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade de Fortaleza, Fundação Edson Queiroz, Fortaleza, 2007.

VEIGA, Sandra Mayrink; FONSECA, Isaque. **Cooperativismo: uma revolução pacífica em ação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

VERBICARO, Dennis; NUNES, Luiza Correa Colares. **O fenômeno do superendividamento do consumidor no contexto de desigualdade social no Brasil**. Revista Jurídica Cesumar - Mestrado, v. 19, n. 2, p. 521-555, maio/agosto 2019 - e-ISSN 2176-9184.

WOCCU. World Council Of Credit Unions. **International Credit Union System**. Disponível em: <[www.woccu.org](http://www.woccu.org)>. Acesso em 11 Abr 2022.