

**Daniel Carlos Machado**

**CONTRATOS ELETRÔNICOS DE CONSUMO:  
A QUESTÃO DO CONSENTIMENTO PARA A FORMAÇÃO DO CONTRATO  
E AUTORIZAÇÃO PARA COLETA E TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS**

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

**Orientadora: Professora Doutora Ana Elizabeth Lapa Wanderley Cavalcanti**

**FACULDADES METROPOLITANAS UNIDAS - FMU**

**São Paulo, 2022**

**Daniel Carlos Machado**

**CONTRATOS ELETRÔNICOS DE CONSUMO:  
A QUESTÃO DO CONSENTIMENTO PARA A FORMAÇÃO DO CONTRATO  
E AUTORIZAÇÃO PARA COLETA E TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora das Faculdades Metropolitanas Unidas, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Direito, sob a orientação da Professora Doutora Ana Elizabeth Lapa Wanderley Cavalcanti.

**FACULDADES METROPOLITANAS UNIDAS - FMU**

**São Paulo, 2022**

## RESUMO

A presente dissertação propõe uma análise jurídica do consentimento, enquanto manifestação válida de vontade, para fins de contratações no ambiente digital, e sua relação com a coleta e tratamento de dados pessoais feitos pelos fornecedores. O problema relacionado à questão posta em discussão se deve ao fato de os contratos digitais, por sua natureza e dinâmica, adotarem o modelo de adesão, retirando do consumidor aderente a liberdade de escolha e possibilidade de discussão contratual, com intenção de vinculá-lo a todos os seus termos e condições, especialmente com relação a autorização para coleta e tratamento de dados pessoais. Nesse contexto, a análise da manifestação de vontade passa por uma releitura do consentimento válido, com um olhar voltado para o atual momento social da pós-modernidade, considerando todas as mudanças geradas nas relações privadas em decorrência da nova dinâmica do mercado online, permitindo, assim, formar um entendimento de como deve ser tratado o consentimento, reconhecendo-se a liberdade da vontade, para que ele possa ser considerado válido para todas as finalidades contidas em um contrato digital e de adesão, ou seja, em especial no que tange à coleta de dados e a relação com o consentimento. Para a elaboração deste trabalho foi utilizado o método jurídico teórico e sociológico e o raciocínio dedutivo, mediante levantamento de bibliografia especializada sobre o assunto.

**Palavras-chave:** Contratos Eletrônicos; Consentimento Válido; Proteção de Dados; Publicidade Abusiva; Privacidade do Consumidor.

## **ABSTRACT**

This dissertation proposes a legal analysis of consent, as a valid expression of will, for the purpose of contracting in the digital environment, and its relationship with the collection and processing of personal data made by suppliers. The problem related to the question under discussion is due to the fact that digital contracts, by their nature and dynamics, adopt the adhesion model, removing the adhering consumer's freedom of choice and possibility of contractual discussion, with the intention of binding him to all its terms and conditions, especially with regard to authorization for the collection and processing of personal data. In this context, the analysis of the expression of will goes through a re-reading of the valid consent, with a focus on the current social moment of postmodernity, considering all the changes generated in private relationships due to the new dynamics of the online market, allowing, thus, forming an understanding of how consent should be treated, recognizing the freedom of the will, so that it can be considered valid for all the purposes contained in a digital and adhesion contract, that is, especially with regard to the data collection and the relationship with consent. For the preparation of this work, the theoretical and sociological legal method and deductive thinking were used, through a survey of specialized bibliography on the subject.

**Keywords:** Electronic Contracts; Valid Consent; Data Protection; Abusive Advertising; Consumer Privacy.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>CAPÍTULO 1: A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO E O SURGIMENTO DE UM NOVO AMBIENTE DE CONSUMO</b> .....	17
1.1 - Evolução tecnológica e os desafios dos novos meios de contratação .....	22
1.2 - Pós-modernidade e relação de consumo .....	24
1.3 - O marketing digital nas relações de consumo .....	26
1.4 - A informação como direito básico do consumidor .....	29
1.5 - Análise das características do consumo no comércio eletrônico .....	31
1.5.1 - Vulnerabilidade do consumidor na contratação eletrônica .....	32
1.5.2 - Vulnerabilidade comportamental do consumidor .....	34
1.5.3 - Vulnerabilidade algorítmica .....	37
<b>CAPÍTULO 2: FORMAÇÃO DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS</b> .....	40
2.1 – Negócio jurídico e a manifestação válida de vontade: autonomia da vontade e autonomia privada .....	40
2.2 - Contratos eletrônicos .....	44
2.3 - Função do consentimento para formação do contrato eletrônico e na proteção de dados de consumo .....	46
2.3.1 - Bases legais autorizadas do tratamento de dados pessoais .....	49
2.3.2 - Consentimento no ambiente digital .....	53
2.3.3 - Diálogo das fontes: a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n.º 13.709/2018) e o Código de Defesa do Consumidor (Lei n.º 8.078/1990) .....	56
2.4 - Contratos eletrônicos e contratos de adesão .....	59
2.4.1 - Natureza jurídica das políticas de privacidade, termos de consentimento para tratamento de dados e demais instrumentos obrigacionais vinculados às contratações eletrônicas .....	61
2.4.2 - Alterações contratuais unilaterais dos contratos eletrônicos .....	61
2.5 - Um novo olhar para o consentimento: o consentimento válido na formação dos contratos eletrônicos .....	64
2.6 – Princípios contratuais: a boa-fé objetiva e a função social do contrato na interpretação dos negócios jurídicos digitais .....	73

<b>CAPÍTULO 3: COLETA E TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS COM O OBJETIVO DE INFLUENCIAR O CONSUMO NO AMBIENTE VIRTUAL: VIOLAÇÃO DE DIREITOS FUNDAMENTAIS E DE PERSONALIDADE .....</b>	<b>76</b>
3.1 - Economia de dados e consumo: os dados dos consumidores como um ativo econômico - formas de coleta e tratamento de dados.....	84
3.2 - Função do algoritmo na coleta de dados e identificação de perfis para influenciar consumo .....	86
3.3 - Direito à privacidade enquanto direito da personalidade: violações à proteção de dados e aos direitos do consumidor .....	91
3.4 - Proteção dos dados pessoais como direito autônomo e fundamental .....	96
3.5 - Autodeterminação informativa .....	99
3.6 - Assédio de consumo online na publicidade direcionada .....	103
<b>CAPÍTULO 4: LIMITAÇÃO DO CONSENTIMENTO E GARANTIA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS .....</b>	<b>112</b>
4.1 - Limitação da validade do consentimento como meio inibidor de violação de direitos ..	112
4.2 - Consentimento válido e eficácia protetiva do consumidor .....	112
<b>CAPÍTULO 5: GOVERNANÇA, PRESTAÇÃO DE CONTAS E RESPONSABILIDADE: BOAS PRÁTICAS CORPORATIVAS INCORPORADAS AO COMÉRCIO ELETRÔNICO .....</b>	<b>115</b>
5.1 – Governança corporativa voltada à proteção de dados .....	115
5.2 - <i>Accountability</i> .....	118
5.3 – Responsabilidade civil dos agentes de tratamento de dados .....	119
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>121</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>123</b>

## INTRODUÇÃO

As relações jurídicas passaram por muitas modificações ao longo dos tempos, tendo enfrentado entendimentos diferentes de acordo com o momento histórico vivido, especialmente no que se refere a autonomia da vontade, partindo da ideia de que todas as pessoas livres e conscientes possuem capacidade de negociar, entender, discutir e aceitar as condições de um contrato, sem necessidade de que qualquer terceiro venha intervir nessa relação.

Em período que antecedeu a revolução industrial, sempre houve uma grande ingerência do Estado nas relações privadas, sendo que com o passar do tempo a sociedade expressou a necessidade de uma menor intromissão estatal na relação entre particulares, dentro da ideia de liberdade, que nas relações contratuais refletiu no anseio pela prevalência da autonomia da vontade das partes. Nesse contexto, o contrato poderia ser considerado justo independentemente do que nele constasse, a partir do momento em que as partes nele firmassem sua vontade. Viu-se nesse período, uma ampla, exagerada e ilimitada liberdade de contratar, com grandes impactos gerados nas relações de trabalho e negociais.

Com a revolução industrial, em meados do século XIX, houve uma grande exploração da mão-de-obra dos trabalhadores, que aceitavam toda e qualquer condição que lhes eram conferidas pelos empregadores, com prevalência das condições contratuais que lhe eram impostas e livremente aceitas. Esses trabalhadores não tinham poder de negociar as condições que lhes eram apresentadas e se submetiam a condições desumanas de trabalho.

Outro problema apresentado na era industrial surgiu com a produção padronizada e massificada, que fez com que os empresários também pensassem uma forma de escoar de forma rápida a produção, sem burocracia ou entraves, dando origem aos contratos padronizados, com regras pré-definidas e sem possibilidade de discussão, a fim de facilitar a rápida circulação e venda de produtos. Essa padronização, fez com que o contrato perdesse seu caráter personalíssimo, fazendo com que a autonomia da vontade até então vista como uma conquista social contra uma interferência estatal nas relações privadas, já não mais atende aos anseios do cidadão.

Diante disso, em uma nova fase da autonomia da vontade, frente às dificuldades de proteção do cidadão diante de abusos por parte daqueles que se encontram em situação de maior poder econômico e fechados para qualquer negociação nas relações contratuais, não se pôde mais pensar o princípio da autonomia da vontade sob a perspectiva individualista, o que impôs uma análise e visão mais ampla, coletiva, igualitária e solidária, com efetiva proteção do valor

liberdade, com certo grau de limitação e de intervencionismo Estatal nas relações privadas (dirigismo contratual, em fase denominada de autonomia privada).

A fase atual em que nos encontramos permitiu ao Estado legislar sobre normas protetivas ao cidadão, em suas relações jurídicas particulares. Ao reconhecer a fragilidade e vulnerabilidade de determinadas categorias de pessoas, o ordenamento jurídico se adequou para que seja possível um maior equilíbrio nas relações jurídicas e que abusos sejam proibidos e punidos, especialmente quando praticados por grandes empresas com enorme poderio econômico e técnico. O Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor, são apenas algumas das legislações que visam equacionar a relação jurídica negocial.

Em tempos pós-moderno, tivemos uma grande evolução tecnológica e novas formas de contratação e manifestação de vontade surgiram. O aceite eletrônico, manifestado por meio de um “click” com o botão do mouse, de um “toque” no visor de um celular, ou por meio de qualquer outro dispositivo eletrônico, atualmente tem sido responsável por vincular a grande maioria dos contratos eletrônicos, efetivando a contratação no meio digital.

Todavia, o ambiente de consumo eletrônico, até mesmo por sua dinâmica, é caracterizado pela utilização de contratos de adesão e termos anexos vinculativos da vontade do consumidor. A grande dificuldade aqui é encontrar o limite da manifestação de vontade e eficácia do consentimento eletrônico em relação a toda e qualquer obrigação que o consumidor se viu obrigado a aceitar para poder adquirir um produto ou serviço em uma plataforma eletrônica.

Fica a questão que se pretende abordar, a da real liberdade de consentimento dado ao usuário consumidor e se pode ser considerada como livre manifestação de vontade do consumidor o simples aceite, com o “clique do mouse”, sem que tenha tido possibilidade de escolha, total capacidade de entendimento e acesso a todas as informações necessárias à realização do negócio e autorizações que tenha sido conferida ao fornecedor, especialmente no tocante a coleta e tratamento de seus dados pessoais e perfis de consumo.

Decorrencia desse acesso irrestrito às informações dos usuários consumidores, que muitas vezes sequer sabem que estão sendo vigiados ao navegarem por diversos sites, tendo seus perfis de acessos e geolocalização monitorados por “cookies” e outros softwares de captação de dados. Não bastasse, essas informações são utilizadas para definir padrões de comportamento, de consumo e servem depois para o direcionamento de publicidade com intuito único de vendas. Em casos mais extremos, essas informações e bancos de dados formados por meio delas, são cedidos e até mesmo vendidos a outros comerciantes cuja intenção primordial

é a venda de seus produtos e serviços, sem qualquer preocupação com aspectos dos consumidores e situações econômicas que possam os levar inclusive a um superendividamento.

A relação de consumo na pós-modernidade, na dita sociedade da informação, traz consigo um olhar importante para um novo produto de valor inestimável, que brilha os olhos dos fornecedores, que são os dados/informações dos consumidores. A coleta desses dados tem se tornado obsessão, especialmente pela forma como podem ser utilizados, na formação de banco de dados, levantamento de estatísticas, padrão de consumo, formação de opinião etc., e com base nessas informações, poder influenciar o consumo e direcionar campanhas de marketing no ambiente virtual. O consumidor nesse novo ambiente de interações sociais, ganhou uma maior proteção especialmente com a entrada em vigor do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) e da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018).

O que está em análise aqui, é justamente a validade e limites do consentimento dado eletronicamente em documento de adesão, sem possibilidade de discussão, e ainda, o dever de informação do fornecedor e utilização restrita de dados dos consumidores para uma finalidade previamente definida e que guarde relação com o negócio jurídico que está sendo celebrado, desde que necessária no âmbito deste negócio.

Passamos por um período em que muitos fornecedores não se importam em produzir publicidade abusiva decorrente da coleta e utilização de dados pessoais, com violação do direito à privacidade do consumidor e da lei geral de proteção de dados, e suas consequências diante da legislação vigente, nem mesmo em seguir boas práticas de governança em seus estabelecimentos comerciais. Parece que em muitos casos deva ser avaliada a existência da efetiva liberdade à vontade de contratar, no sentido de ausência de necessidade, poder e possibilidade de escolha<sup>1</sup>.

Em decorrência dessas mudanças nas relações jurídicas é que o presente trabalho propõe uma reanálise jurídica do consentimento, enquanto manifestação válida de vontade, para que a partir da análise do consentimento válido, seja possível extrair a legitimidade da coleta e tratamento de dados pessoais.

Isso se deve também ao fato de que as contratações no ambiente digital possuem um fator comum de estarem atreladas a contratos de adesão, com cláusulas que estendem a manifestação de vontade dos usuários contratantes a diversos termos obrigacionais anexos ao

---

<sup>1</sup> **Para Schopenhauer:** podemos ver a liberdade, em geral, como a “ausência de necessidade”; e necessário, “aquilo que não pode ser de outra maneira”, “aquilo que segue uma razão suficientemente dada”. In: SCHOPENHAUER, Arthur. **Sobre a liberdade da vontade**. Tradução: Lucas Lazarini Valente e Eli Vagner Francisco Rodrigues. São Paulo: Editora Unesp, 2021, p. 26-27.

contrato principal, especialmente para coleta e tratamento de dados pessoais, além de políticas de uso, códigos de conduta de empresas, e concordância tácita e de forma automática às suas atualizações e alterações unilaterais pelo fornecedor no curso da vigência do contrato.

Ao dar validade ao consentimento (“forçado” - sem liberdade de escolha) do consumidor para toda e qualquer instrumento obrigacional, seja o contrato principal ou seus anexos, e também às suas futuras alterações unilaterais, estar-se-á permitindo em via oblíqua, a extensão unilateral do consentimento e conseqüente modificação das finalidades para os quais fora realizada a manifestação válida de vontade, permitindo até mesmo a utilização dos dados pessoais dos usuários consumidores de maneira diferente da precipuamente estabelecida.

Justamente por isso, limites devem ser impostos ao fornecedor para a coleta e tratamento de dados pessoais, evitando-se abusos no uso de dados pessoais de consumidores coletados em ambiente virtual, e suas conseqüências nocivas ao consumidor, especialmente quando utilizados com a finalidade de influenciar o consumo e atingirem pessoas vulneráveis ou hipervulneráveis.

A atual sociedade da informação fez surgir um novo ambiente de consumo, trazendo consigo novos desafios para as relações negociais e colocando o consumidor em situação de maior vulnerabilidade. A formação dos contratos ocorre de forma dinâmica e muitas vezes em desacordo com a legislação vigente e princípios contratuais básicos.

Nesse cenário os dados pessoais dos usuários consumidores passaram a receber maior atenção dos fornecedores, devido ao fato de poderem trabalhar essas informações de forma que lhes beneficie em abordagens comerciais e novas estratégias de marketing e vendas. Os dados passaram a ter um valor econômico para os empresários. Todavia, a coleta, tratamento e utilização de dados possui limites e legislação que a norteia, o que tem sido o grande desafio no meio digital, pois ainda nos deparamos com diversos abusos e coleta, tratamento e utilização indevida de dados pessoais dos usuários consumidores.

Muitos conflitos e indagações surgem quando falamos da proteção da intimidade e privacidade do consumidor com relação aos seus dados pessoais, a autonomia privada e necessidade de inclusão digital, valores relacionados à dignidade da pessoa humana, de estatura constitucional. Trata-se de questões relacionadas aos direitos da personalidade e aos direitos fundamentais.

Questões como o fato de o fornecedor de produto ou serviço, em ambiente virtual, impor a aceitação de sua política de privacidade e termos de consentimento específico, exigindo que o internauta digite o endereço de e-mail ou lhe forneça determinados dados, ou ainda que faça adesão a um termo de consentimento para uso de dados (sem possibilidade de discuti-lo), e

consinta também com sua política de “cookies”, para então o deixá-lo usufruir de determinado serviço existente em sua página virtual e posteriormente poder utilizar esses dados para direcionar publicidade ao usuário consumidor, merecem um novo olhar do direito quanto a eventual prática de coleta abusiva de dados e de publicidade abusiva, ou até mesmo de incorrer o fornecedor em coleta de consentimento inválido do usuário consumidor.

O que se pretende analisar e discutir nesta dissertação é justamente a questão relacionada à liberdade do usuário consumidor no momento da contratação e adesão aos mais diversos termos e documentos impostos unilateralmente pelo fornecedor, e entender se a manifestação de vontade lançada em tais condições, deve ser considerada válida para toda e qualquer obrigação assumida na celebração do negócio jurídico, notadamente em situações de falta de capacidade de entendimento pelo consumidor ou falta de informações necessárias, claras e precisas por parte do fornecedor, para, a partir daí, verificar a legitimidade e abusividade na coleta e tratamento de dados pessoais.

Aspectos relacionados à vulnerabilidade do consumidor, limitação ou invalidade do consentimento, proteção legislativa e interferência do Estado nas relações contratuais (dirigismo contratual - inerente a autonomia privada), também serão objeto de estudo para a análise da validade e alcance do consentimento do consumidor nos contratos eletrônicos com possibilidade de coleta e tratamento de dados pessoais.

O fato é que o cidadão não pode ser excluído do acesso aos novos meios de comunicação e interação social, que se encontram em constante processo evolutivo e diante das questões levantadas, este trabalho de pesquisa visa avaliar, ao final: (i) a questão da validade do consentimento do usuário consumidor em situações de contratação eletrônica em que não lhe é conferida real liberdade de consentimento, colocando em questão a livre manifestação de vontade do consumidor; (ii) se a fase atual da liberdade da vontade, consubstanciada na autonomia privada (e não mais na autonomia da vontade, com plenitude da *pacta sunt servanda*), com permissão da intervenção estatal (dirigismo contratual, com relativização da *pacta sunt servanda*), é a orientação que mais nos atende em termos de liberdade da vontade na atual sociedade da informação, ou talvez mereça uma releitura atual; e (iii) a abusividade na coleta e tratamento de dados pessoais decorrente de manifestação inválida de vontade na formação do contrato eletrônico de adesão por ausência de liberdade da vontade.

Muitas das consequências da utilização dos dados dos usuários consumidores passam por questões envolvendo a publicidade abusiva decorrente da coleta e utilização de dados pessoais, com violação do direito à privacidade do consumidor e da lei geral de proteção de

dados, e existem no mercado boas práticas que podem ser observadas pelos fornecedores no atendimento das normas vigentes relacionadas a proteção de dados, e que também falaremos, embora de forma sucinta, por não se tratar do foco principal deste trabalho.

O que de fato é caro para nós neste trabalho, é o estudo do consentimento, com proposta de sua releitura focada em sua validade para que seja possível entender se a coleta e o tratamento de dados pessoais está sendo feito de forma legítima em cada caso específico. A ideia central é a de que, estudando a questão do consentimento seja possível tratar de forma efetiva da legitimidade da coleta e tratamento de dados pessoais, em um cenário composto por um novo ambiente de consumo (digital), em que se utiliza por padrão o contrato de adesão, com pouca ou nenhuma liberdade de escolha.

São, portanto, questões que abordaremos com maior profundidade no decorrer desta dissertação, e que darão suporte científico, para ao final, estabelecer uma releitura do consentimento que permita uma maior eficácia protetiva ao consumidor nos contratos eletrônicos de consumo, especialmente para coleta e tratamento de dados pessoais.

## CONCLUSÃO

De todo o exposto no presente trabalho, vimos que a evolução tecnológica trouxe inúmeros desafios ao consumidor no comércio eletrônico, pois em tempos pós-modernos não há mais como ficar de fora do ambiente digital, especialmente relacionado ao consumo em plataformas eletrônicas. Esse novo formato deu maior robustez ao comércio, pois não há mais barreiras nem distâncias para o consumo, e agora os fornecedores possuem novas formas de abordagem do consumidor, uma vez que detém uma gama de informações pessoais e de comportamento de seu público-alvo.

Foi possível visualizar, ainda, a atuação do marketing digital e os malefícios que campanhas agressivas tem gerado especialmente nos denominados consumidores hipervulneráveis. Referida prática, da forma como foi exposta, chega ao ponto de caracterizar a prática de assédio de consumo, por comprometer a capacidade de discernimento de determinados consumidores e colocá-los até mesmo em situação de superendividamento.

Preocupamo-nos, nesse ponto, com o ato de contratação e a validade da manifestação de vontade nos contratos eletrônicos especialmente firmados em ambiente digital, na medida em que o que temos visto na prática são contratos contendo cláusulas abusivas, pouca informação ao consumidor e vinculação de uma série de “aceites” para que possa comprar determinados produtos ou serviços, sem que essas obrigações “obrigatoriamente” assumidas (e muitas vezes sem perceber), guardem relação com o objeto da compra, ou seja, se não fornecidas ou não autorizadas, em nada prejudicaria ou afetaria o ato da compra, efetivação do pagamento e devida entrega pelo fornecedor.

A par disso, o estudo da válida manifestação de vontade foi necessário para um melhor entendimento quanto ao nosso estágio atual de proteção relacionada a efetividade da vontade. Passando da “autonomia da vontade” para a “autonomia privada da vontade”, até chegarmos na “liberdade da vontade”, propomos uma releitura do consentimento, com um olhar voltado para o atual momento social da pós-modernidade, considerando todas as mudanças geradas nas relações privadas em decorrência da nova dinâmica do mercado online.

Ao perceber que não há um respeito e consideração mútuos na relação contratual entre fornecedor e consumidor, necessário um novo olhar para o consentimento, considerando inclusive questões ontológicas e inerentes à própria condição de ser humano que devem ser consideradas para a válida manifestação de vontade.

Sugerimos, nesse contexto, considerar na análise da vontade válida, componentes da

liberdade moral, livre e solidária, além de princípios ontológicos relacionados à própria existência humana, para que seja considerada válida, em um estágio de liberdade da vontade, contemplada pelo conhecimento do conteúdo do negócio e suas consequências pelo consumidor; por uma causa bem determinada com possibilidade de escolha entre várias ações possíveis; e solidariedade social.

Para maior efetividade dessa tutela e inibição de condutas desleais de captação e tratamento de dados, em desrespeito a valores ontológicos e da própria sistemática jurídica vigente, é que, repetindo o que já mencionamos nesta dissertação, entendemos que o consentimento, para ser válido, deve estar dentro da esfera de proteção da liberdade da vontade, trazendo em si a necessidade de informações suficientes, claras e precisas e ausência de empecilhos que, se conhecidos, certamente impediriam o indivíduo de agir da forma como agiu; a ideia da consciência em si, colocando de lado tudo o que seja dependência de algo alheio – um querer consciente, com conhecimento de todas as autorizações e permissões concedidas, e desejo de assim o fazer; a certeza do conhecimento pelo consumidor do negócio que está sendo realizado, amparado em sua razão de decidir e livre arbítrio, dentro de valores morais socialmente aceitos à época; e em negócio realizado prestigiando comportamento solidário com responsabilidades e finalidades comuns entre as partes, além de cooperação mútua, visando o bem-estar comum, pois o agir com dignidade, respeito, ética, honestidade e boa-fé, fugindo do comportamento individualista e egoísta, mas atuando de forma solidária e com função social, não pode estar dissociado da ideia de consentimento válido e eficácia protetiva do consumidor.

Do contrário, entendemos que não se deve considerar válido o consentimento para todas as finalidades contidas em contrato e que não puderam ser objeto de escolha pela parte aderente, ou que não tenha esta tido a real compreensão da amplitude de seu aceite contratual, tornando ilícito o ato praticado pelo fornecedor, com todas as suas consequências legais.

No mais, possuem os fornecedores todos os caminhos para o correto cumprimento da lei, especialmente no que se refere à coleta e tratamento de dados, tendo a legislação contemplado a recomendação de utilização de boas práticas, técnicas de governança, formas de prestação de contas e responsabilidades dos agentes de tratamento de dados, convergindo para o sentido que queremos dar para a validade da vontade, no contexto da liberdade da vontade.

## REFERÊNCIAS

ALIMONTI, Veridiana. Autodeterminação informacional na LGPD: antecedentes, influências e desafios. *In: Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018): a caminho da efetividade – contribuições para a implementação da LGPD*. Obra Coletiva.

Coordenadores: CUEVA, Ricardo Villas Bôas; DONEDA, Danilo; MENDES, Laura Schertel. São Paulo: Thomson Reuters – Revista dos Tribunais, 2020.

AMARAL, Ana Cláudia Corrêa Zuin Mattos do; MAIMONE, Flávio Henrique Caetano de Paula. **O diálogo das fontes e o regular tratamento de dados**. Revista dos Tribunais Online - Revista de Direito do Consumidor, vol. 132/2020, p. 119 – 141, Nov - Dez / 2020.

Disponível em:

<https://dspace.stm.jus.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/165796/O%20di%C3%A1logo%20das%20fontes%20e%20o%20regular%20tratamento%20de%20dados?sequence=111&isAllowed=y>. Acesso em: 29 set. 2022.

AMORIM, Fernando Sérgio Tenório de. **A autonomia da vontade nos contratos eletrônicos internacionais de consumo**. 2006. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Direito, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/4616>. Acesso em: 10 mai. 2019.

ÁVILA, Pe. Fernando Bastos de. **Neo-Capitalismo, Socialismo e Solidarismo**. Rio de Janeiro: Editora Agir, 1963.

AZEVEDO, Álvaro Villaça. **Curso de Direito Civil, vol. IV, Contratos típicos e atípicos**. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

AZEVEDO, Antonio Junqueira de. **Negócio Jurídico: existência, validade e eficácia**. 4ª edição, 7ª tiragem. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco, HANASHIRO, Wagner Seian e NAVA, Leandro Caldeira. **A regulação do direito do consumidor no comércio eletrônico**. Revista Jurídica Cesumar - Mestrado, v. 17, n. 3, p. 663-686, setembro/dezembro 2017. Disponível

em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/5596>. Acesso em: 29 dez. 2021.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Vigilância Líquida**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2013.

BENJAMIM, Antonio Herman; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2007.

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

BIONI, Bruno Ricardo. **Regulação e proteção de dados pessoais: o princípio da accountability**. São Paulo: Ed. Forense, 2022.

BIONI, Bruno Ricardo; LIMA, Cíntia Rosa Pereira. A Proteção de dados pessoais na fase da coleta: Apontamentos sobre a adjetivação do consentimento implementada pelo artigo 7, incisos VIII e IX, do Marco Civil da Internet a partir da *Human Computer Interaction e da Privacy By Default*, 263. In: LUCCA, Newton de; FILHO, Adalberto Simão; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (Coord.). **Direito & Internet III – Marco Civil da Internet**. São Paulo: Quartier Latin, 2015, Tomo I.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito dos Contratos e dos Atos Unilaterais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

BRANCO, Gerson Luiz Carlos. **Autodeterminação e limitação negocial aos direitos da personalidade**. Revista Brasileira de Direito Comparado. Vol. 49, Referência: nº 44/45, p. 239–260, jan./jun., 2013. Disponível em: [http://www.idclb.com.br/revistas/44%20e%2045/revista44e45%20\(13\).pdf](http://www.idclb.com.br/revistas/44%20e%2045/revista44e45%20(13).pdf). Acesso em: 26 set. 2022.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 27 dez. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 7.962 de 15 de março de 2013**. Regulamenta a Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm). Acesso em: 13 jan. 2022.

BRASIL. **Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, 11 de setembro de 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm). Acesso em: 27 dez. 2021.

BRASIL, **Lei n.º 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília, 10 de janeiro de 2002. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm). Acesso em: 27 dez. 2021.

BRASIL. **Lei n. 13.709 de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). 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 dez. 2021.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. **Processo n.º 0812337-48.2021.8.19.0001**. Classe: Procedimento do Juizado Especial Cível. Juiz: Dr. Fernando Rocha Lovisi. Julgamento em 1ª Instância. Sentença Proferida em 19/05/2022.

CALIXTO, Marcelo Junqueira. O art. 931 do Código Civil de 2002 e os riscos do desenvolvimento. **Revista Trimestral de Direito Civil**, v. 21, p. 53-93, 2005.

CARO, Abrão. **Comportamento do consumidor e a compra on-line: uma análise multicultural**. 2010. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. doi:10.11606/T.12.2010.tde-05052010-114514. Acesso em: 20 jul. 2021.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da**

**globalização**. Tradução: Maurício Santana Dias e Javier Rapp. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

CANTO, Rodrigo Eidelvein. **A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico: Reconstrução da confiança na atualização do Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

CARNEIRO, Ramon Mariano. “**Li e Aceito**”: **Violações a direitos fundamentais nos termos de uso das plataformas digitais**. *Internet & Sociedade*, nº 1, vol. 1, fevereiro de 2020. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/li-e-aceitoviolacoes-a-direitos-fundamentais-nos-termos-de-uso-das-plataformas-digitais/>. Acesso em 21 mai. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura, volume I - A sociedade em rede**. Tradução: Roneide Venancio Majer. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2002.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2003.

CAVALCANTI, Ana Elizabeth Lapa Wanderley. Os direitos da personalidade na Sociedade da Informação: Impactos das novas tecnologias. In: LISBOA, Roberto Senise (Org.). **O direito na sociedade da informação V – Movimentos sociais, tecnologia e a proteção das pessoas**. São Paulo: Almedina, 2020.

CORMEN, Thomas H; LEISERSON, Charles E; LIVEST, Ronald L; STEIN, Clifford. **Algoritmos: Teoria e prática**. Tradução: Arlete Simille Marques. 11ª tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DESGUALDO, Juliana Leandra Maria Nakamura Guillen. **Dimensionamento do poder da mídia na sociedade da informação**. *Revista da Faculdade de Direito da Universidade São Judas Tadeu*, número 2, segundo semestre de 2014. Disponível em: <https://revistadireito.emnuvens.com.br/revistadireito/article/view/28/27>. Acesso em: 04 jan. 2022.

DONEDA, Danilo Cesar Maganhoto. **Da privacidade à proteção de dados pessoais: Fundamentos da lei geral de proteção de dados**. 2ª edição. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

DONEDA, Danilo Cesar Maganhoto. **A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental**. Revista Espaço Jurídico. Joaçaba: v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011.

Disponível em:

file:///G:/Meu%20Drive/02%20-%20DCM%20Acad%C3%AAmico/00%20-%20BIBLIOTECA%20DIGITAL/03.2%20-%20DIREITO%20DIGITAL/Prote%C3%A7%C3%A3o%20de%20Dados%20-%20LGPD/Protecao%20Dados%20Como%20Direito%20Fundamental%20Autonomo.pdf. Acesso em: 10 nov. 2022.

DUGUIT, Léon. **Fundamentos do direito**. Tradução: Márcio Pugliesi. Coleção a obra-prima de cada autor, 3ª edição. São Paulo: Editora Martin Claret, 2009).

ENFING, Antônio Carlos; BAUER, Fernanda Mara Gibran; ALEXANDRE, Camila Linderberg. **Os Deveres Anexos da Boa-Fé e a Prática do Neuromarketing nas Relações de Consumo: Análise Jurídica Embasada em Direitos Fundamentais**. Revista Opinião Jurídica, Fortaleza, ano 11, n. 15, p.38-53, jan./dez. 2013, p.45. e-ISSN 2447-6641.

Disponível em: <https://periodicos.unichristus.edu.br/opiniaojuridica/article/view/294>. Acesso em: 29 nov. 2021.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. Tradução: Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1990.

FILHO, Adalberto Simão. A governança corporativa aplicada às boas práticas e compliance na segurança de dados. In: LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.). **Comentários à Lei Geral de Proteção de Dados: Lei n. 13.709/2018, com alteração da Lei n. 13.853/2019**. São Paulo: Almedina, 2020.

FILHO, Pedro Andrade Guimarães; FERNEDA, Ariê Scherreier; FERRAZ, Miriam Olivia Knopik. **A proteção de dados e a defesa do consumidor: autonomia privada frente à privacidade**. Revista Meritum, Belo Horizonte, vol. 15, n. 2, p. 38-52, Maio/Ago. 2020.

Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/meritum/issue/view/398>. Acesso em: 01 ago. 2021.

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. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/rdb/article/view/5343>. Acesso em: 31 jul. 2021.

GALVÃO, Camilla. **Qual é a diferença entre autonomia privada e autonomia da vontade?** Jusbrasil.com.br, 25.09.2022. Disponível em: <https://galvaocamilla.jusbrasil.com.br/artigos/186333535/qual-e-a-diferenca-entre-autonomia-privada-e-autonomia-da-vontade#:~:text=Para%20o%20mencionado%20autor%20a,limites%20legais%2C%20normas%20jur%C3%ADdicas%E2%80%9D>. Acesso em: 26 set. 2022.

GLANZ, Semy. **Internet e Contrato Eletrônico**. Revista da EMERJ, v.1, n.3, 1998. Disponível em:

[https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj\\_online/edicoes/revista03/revista03\\_94.pdf](https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista03/revista03_94.pdf). Acesso em: 09 mai. 2022.

GÓMEZ, J. Miguel Lobato. **Autonomia privada e liberdade contratual**. Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 15, n. 2397, 23 jan. 2010. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/14238/autonomia-privada-e-liberdade-contratual>. Acesso em: 15 mai. 2019.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro, vol. I, Parte Geral**. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro, vol. III, Contratos e Atos Unilaterais**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. **Princípios da filosofia do direito**. Tradução: Orlando Vitorino. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1997.

HEURÍSTICA: O QUE SIGNIFICA, QUAL SUA IMPORTÂNCIA E SEUS TIPOS. *In: Mais Retorno, Termos.* São Paulo, 27.02.2022. Disponível em: <https://maisretorno.com/porta1/termos/h/heuristica>. Acesso em: 19 set. 2022.

HOFFMANN-RIEM, Wolfgang. **Teoria Geral do Direito Digital: transformação digital: desafios para o direito.** Tradução: Italo Fuhrmann. 2ª edição. Rio de Janeiro: Forense, 2022.

KANT, Immanuel. **Crítica da Razão Prática.** São Paulo: Edições e Publicações Brasil Editora S.A., 1959. Versão para eBook.

KONDER, Carlos Nelson; COBBETT, Luccas Goldgarb. **A Função Social do Contrato após a Lei de Liberdade Econômica.** Revista Brasileira de Direito Contratual Nº 7 – Abr-Jun/2021 - Doutrina. Disponível em: <http://konder.adv.br/wp-content/uploads/2021/07/CNK-e-LGF-A-funcao-social-do-contrato-apos-a-lei-de-liberdade-economica.pdf>. Acesso em: 24 out. 2022.

LÉVY, Pierre. **A conexão planetária: O mercado, o ciberespaço, a consciência.** Tradução: Maria Lúcia Homem e Ronaldo Entler. São Paulo: Editora 34, 1ª reimpressão - 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1ª reimpressão - 1999.

LIMA, Cíntia Rosa Pereira. **Validade e obrigatoriedade dos contratos de adesão eletrônicos (shrink-wrap e click-wrap) e dos termos e condições de uso (browse-wrap): um estudo comparado entre Brasil e Canadá.** Tese de Doutorado. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2009. Disponível em [https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2131/tde-03062011-090910/publico/Tese\\_Final\\_TOTAL.pdf](https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2131/tde-03062011-090910/publico/Tese_Final_TOTAL.pdf). Acesso em: 11 mai. 2022.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo.** Tradução: Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades**

**modernas**. Tradução: Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LISBOA, Roberto Senise. **Manual de Direito Civil, vol. 3: Contratos**. 7ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LISBOA, Roberto Senise. **Obrigação de informar**. Coimbra: Almedina, 2012.

LISBOA, Roberto Senise. O Consumidor na Sociedade da Informação. In: PAESANI, Liliana Minardi (Coord.). **O Direito na Sociedade da Informação**. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

LISBOA, Roberto Senise. Tecnologia, confiança e sociedade. Por um novo solidarismo. In: PAESANI, Liliana Minardi (Coord.). **O Direito na Sociedade da Informação II**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

MALDONADO, Viviane Nóbrega. BLUM, Renato Opice. **LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

MARQUES, Cláudia Lima; LORENZETTI, Ricardo Luis; CARVALHO, Diógenes Faria de; MIRAGEM, Bruno. **Contratos de serviços em tempos digitais: contribuição para uma nova teoria geral dos serviços e princípios de proteção dos consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; VIAL, Sophia. Superendividamento dos consumidores no pós-pandemia e a necessária atualização do Código de Defesa do Consumidor. In: MALFATTI, Alexandre David; GARCIA, Paulo Henrique Ribeiro; SHIMURA, Sérgio Seiji (org.). **Direito do Consumidor: reflexões quanto aos impactos da pandemia de Covid-19**. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2020, v. 1.

MARTINS, Guilherme Magalhães; JÚNIOR, José Luiz de Moura Faleiros. Segurança, boas práticas, governança e compliance. In: LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.). **Comentários**

à **Lei Geral de Proteção de Dados: Lei n. 13.709/2018, com alteração da Lei n. 13.853/2019**. São Paulo: Almedina, 2020.

MASUDA, Yoneji. **A sociedade da informação como sociedade pós-industrial**. Rio de Janeiro: Editora Rio, 1982.

MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação**. Tradução: Laureano Pelegrin. Bauru, SP: Editora EDUSC, 2000.

MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. Tradução: Nicolás Nyimi Campanário. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

MATTELART, Armand. **A invenção da comunicação**. Coleção Epistemologia e Sociedade. Tradução: Maria Carvalho. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. 14ª edição. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

MATTIA, Fábio de. **Ato Jurídico em Sentido Estrito e Negócio Jurídico**. Separata da Revista Universidade Católica de São Paulo, vol. XXXII, Janeiro-Julho de 1967.

MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental**. São Paulo: Saraiva, 2014.

MENDES, Laura Schertel. A Tutela da Privacidade do Consumidor na Internet: Uma Análise à Luz do Marco Civil da Internet e do Código de Defesa do Consumidor. In: LUCCA, Newton de; FILHO, Adalberto Simão; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (Coord.). **Direito & Internet III – Marco Civil da Internet**. São Paulo: Quartier Latin, 2015, Tomo I.

MENDES, Laura Schertel. Autodeterminação informacional: origem e desenvolvimento conceitual na jurisprudência da Corte Constitucional Alemã. In: **Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018): a caminho da efetividade – contribuições para a implementação da LGPD**. Obra Coletiva. Coordenadores: CUEVA, Ricardo Villas Bôas;

DONEDA, Danilo; MENDES, Laura Schertel. São Paulo: Thomson Reuters – Revista dos Tribunais, 2020.

MENKE, Fabiano. A proteção de dados e o novo direito fundamental à garantia da confidencialidade e da integridade dos sistemas técnico-informacionais no direito alemão. In: **Direito, inovação e tecnologia, Vol. I**. Coordenadores: Gilmar Ferreira Mendes, Ingo Wolfgang Sarlet e Alexandre Zavaglia P. Coelho. São Paulo: Saraiva, 2015.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 4ª ed., ver., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

MODENESI, Pedro. Contratos eletrônicos de Consumo: Aspectos Doutrinário, Legislativo e Jurisprudencial. In: MARTINS, Guilherme Magalhães; LONGHI, João Victor Rozatti (Org.). **Direito Digital – Direito Privado e Internet**. 2ª edição. São Paulo: Editora Foco, 2019.

MOREIRA, Diogo Rais Rodrigues; BARBOSA, Nathalia Sartarello. **O Reflexo da Sociedade do Hiperconsumo no Instagram e a Responsabilidade Civil dos Influenciadores Digitais**. Revista Direitos Culturais: Santo Ângelo, v. 13, n. 30, p. 73-88. maio/ago. 2018. Disponível em: <https://livros-e-revistas.vlex.com.br/vid/reflexo-da-sociedade-do-739453741>. Acesso em: 28 nov. 2021.

MUNDO SE APROXIMA DA MARCA DE 5 BILHÕES DE USUÁRIOS DE INTERNET, 63% DA POPULAÇÃO. In: **INSPER, Notícias**. São Paulo, 15.02.2022. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/noticias/mundo-se-aproxima-da-marca-de-5-bilhoes-de-usuarios-de-internet-63-da-populacao/#:~:text=O%20n%C3%BAmero%20de%20usu%C3%A1rios%20ativos,63%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o%20do%20mundo>. Acesso em: 06 set. 2022.

OLIVEIRA, Amanda Flávio de; CARVALHO, Diógenes Faria de. **Vulnerabilidade comportamental do consumidor: porque é preciso proteger a pessoa superendividada**. Revista de Direito do Consumidor, vol. 104. ano 25. p. 181-201. São Paulo: Ed. RT, mar.-abr. 2016.

OLIVEIRA, Elsa Dias. **A proteção dos consumidores nos contratos celebrados através da internet**. Coimbra: Editora Almedina, 2002.

OLIVEIRA, Fabiane Araújo de; LANZILLO, Anderson Souza da Silva. **Estado, novas tecnologias e proteção de dados pessoais como direito fundamental**. Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias. e-ISSN: 2526-0049. Encontro Virtual: v. 7, n. 1, p. 92 – 107, Jan/Jul. 2021. Disponível em:  
<https://pdfs.semanticscholar.org/847d/ce847c598440d3bd992cd73290fdb9cd43c.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2022.

OLIVEIRA JUNIOR, Valdir Ferreira de. **O Estado Constitucional Solidarista: Concretização constitucional e o pensamento solidarista**. UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA – UFBA - Faculdade de Direito. Programa de Pós-Graduação em Direito. Dissertação de Mestrado em Direito. Disponível em:  
<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/9295/1/VALDIR%20FERREIRA%20DE%20OLIVEIRA%20JUNIOR.pdf>. Acesso em: 03 jan. 2022.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Instituições de Direito Civil, Vol. I, Introdução ao direito civil: teoria geral do direito civil**. 24ª edição. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

PAESANI, Liliana Minardi. **Direito e internet: liberdade de informação, privacidade e responsabilidade civil**. São Paulo: Atlas, 2013.

PECORARI, Francesco. **O conceito de liberdade em Kant**. Revista Ética e Filosofia Política – Nº 12 –Volume 1 – Abril de 2010. Disponível em:  
<https://periodicos.ufjf.br/index.php/eticaefilosofia/article/view/17807#:~:text=O%20conceito%20de%20liberdade%20%C3%A9,e%20da%20imortalidade%20da%20alma>. Acesso em: 16 out. 2022.

PIMENTEL, Alexandre Freire; NUNES, Juliana Montarroyos Lima. **O problema da proteção da privacidade diante da vulnerabilidade dos dados pessoais digitais: diagnóstico sobre o poder da governança algorítmica e os vieses cognitivos**. Revista Humanidades e Inovação v. 8 n. 48 (2021): Inovação, Novas Tecnologias e o Futuro do

Direito II. Disponível em:

<https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/5688>. Acesso em: 23 set. 2022.

PRATA, Ana. **A Tutela Constitucional da Autonomia Privada**. Reimpressão. Coimbra: Editora Almedina, 2017.

REIS, Paulo Victor Alfeo. **Algoritmos e o Direito**. São Paulo: Almedina, 2020.

RODOTÀ, Stefáno. **A vida na sociedade da vigilância: A privacidade hoje**. Organização, seleção e apresentação de Maria Celina Bodin de Moraes. Tradução: Danilo Doneda e Luciana Cabral Doneda. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

RODRIGUES, Alex. **Em 2021, 82% dos domicílios brasileiros tinham acesso à internet**. *In*: Agência Brasil. Brasília: 21.06.2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-06/em-2021-82-dos-domicilios-brasileiros-tinham-acesso-internet>. Acesso em: 06 set. 2022.

RODRIGUES, Lays Soares dos Santos. **Precisamos falar sobre o assédio de consumo: a publicidade a serviço da indústria cultural**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2019.

RODRIGUES JUNIOR, Otávio Luiz. **Autonomia da vontade, autonomia privada e autodeterminação: notas sobre a evolução de um conceito na modernidade e na pós-modernidade**. Revista de informação legislativa, v. 41, n. 163, p. 113-130, jul./set. 2004. Disponível em: <http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/982>. Acesso em: 14 mai. 2019.

ROPPO, Enzo. O contrato. Tradução: Ana Coimbra e M. Januário C. Gomes. São Paulo: Editora Almedina, 2009.

ROSENVALD, Nelson; FARIAS, Cristiano Chaves de. **Curso de Direito Civil, vol. 2 – Obrigações**. 11ª edição. Salvador: Editora Jus Podivum, 2017.

SARLET, Ingo Wolfgang. **Proteção de dados pessoais como direito fundamental na**

**Constituição Federal brasileira de 1988: contributo para a construção de uma dogmática constitucionalmente adequada.** Revista Direitos Fundamentais & Justiça. Belo Horizonte: ano 14, n. 42, p. 179-218, jan./jun. 2020. Disponível em: [https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/18864/2/PROTEO\\_DE\\_DADOS\\_PESSOAIS\\_COMO\\_DIREITO\\_FUNDAMENTAL\\_NA\\_CONSTITUIO\\_FEDERAL\\_BRASILEIRA\\_DE\\_1988.pdf](https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/18864/2/PROTEO_DE_DADOS_PESSOAIS_COMO_DIREITO_FUNDAMENTAL_NA_CONSTITUIO_FEDERAL_BRASILEIRA_DE_1988.pdf). Acesso em: 10 nov. 2022.

SARLET, Ingo Wolfgang. **Direitos fundamentais: A EC 115/22 e a proteção de dados pessoais como Direito Fundamental I.** Site Consultor Jurídico, 11/03/2022, p. 2-3. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-mar-11/direitos-fundamentais-ec-11522-protexao-dados-pessoais-direito-fundamental#:~:text=De%20acordo%20com%20o%20texto,n%C2%BA%20115%2C%20de%202022>). Acesso em: 10. nov. 2022.

SCHOPENHAUER, Arthur. **Sobre a liberdade da vontade.** Tradução: Lucas Lazarini Valente e Eli Vagner Francisco Rodrigues. São Paulo: Editora Unesp, 2021.

SILVA, Rodney Malveira da. **Hermenêutica contratual.** São Paulo: Editora Atlas, 2011.

SILVA, Luiza Tuma da Ponte; RODRIGUES, Isabelle de Assunção. **A Vulnerabilidade Agravada da Consumidora Gestante, o Assédio de Consumo e o Dever de Informação do Estado e dos Fornecedores.** Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo. Encontro Virtual, v. 6, n. 2, p. 20 – 36, Jul/Dez. 2020. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/6995>. Acesso em: 29 nov. 2021.

SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO NO BRASIL. **Livro verde.** Organizador: Tadao Takahashi. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000.

STEINER, Rudolf. **A filosofia da liberdade: Fundamentos para uma filosofia moderna.** Tradução: VEIGA, Marcelo da. Disponível em: <https://abmarj.com.br/wp-content/uploads/2019/05/A-Filosofia-da-Liberdade.pdf>. Acesso em: 22 mai. 2022.

TARTUCE, Flávio. **Direito Civil: Lei de Introdução e Parte Geral, volume 1.** 15ª edição.

Rio de Janeiro: Forense, 2019.

TARTUCE, Flávio. **Direito Civil: Teoria Geral dos Contratos e Contratos em Espécie**, volume 3. 14ª edição. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

TEIXEIRA, Tarcisio. **LGPD e E-commerce**. 2ª edição. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

TEPEDINO, Gustavo. **Esboço de uma classificação funcional dos atos jurídicos**. Revista Brasileira de Direito Civil, Volume 1 – Jul / Set 2014. Disponível em: <https://rbdcivil.ibdcivil.org.br/rbdc/article/view/129>. Acesso em: 26 set. 2022.

ULLMANN, Reinhold; BOHNEN, Aloysio. **O solidarismo**. Rio Grande do Sul: Editora Unisinos, 1993.

UNIÃO EUROPEIA, **Regulamento (UE) 2018/1725 do Parlamento Europeu e do Conselho de 23 de outubro de 2018**. Relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais pelas instituições e pelos órgãos e organismos da União e à livre circulação desses dados, e que revoga o Regulamento (CE) nº 45/2001 e a Decisão nº 1247/2002/CE. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R1725&from=PT>. Acesso em: 13 nov. 2022.

VERBICARO, Dennis; HOMCI, Janaina Vieira; CALANDRINI, Jorge. **Garantias do Consumo: legítimo interesse na proteção de dados e vulnerabilidade algorítmica**. Consultor Jurídico: 08.06.2022. Disponível em: [https://www.conjur.com.br/2022-jun-08/garantias-consumo-legitimo-interesse-protacao-dados#:~:text=205\)%2C%20a%20vulnerabilidade%20algor%C3%ADtmica%20%C3%A9,como%20a%20privacidade%20e%20intimidade%22](https://www.conjur.com.br/2022-jun-08/garantias-consumo-legitimo-interesse-protacao-dados#:~:text=205)%2C%20a%20vulnerabilidade%20algor%C3%ADtmica%20%C3%A9,como%20a%20privacidade%20e%20intimidade%22). Acesso em: 23 set. 2022.

VERBICARO, Dennis; VIEIRA, Janaina do Nascimento. **A hipervulnerabilidade do turista e a responsabilidade das plataformas digitais: uma análise a partir da perspectiva da economia colaborativa**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 29, n. 127, p. 305-330, 2020.

VERCABIO, Dennis; RODRIGUES, Lays; ATAÍDE, Camille. **Desvendando a**

**vulnerabilidade comportamental do consumidor: uma análise jurídico-psicológica do assédio de consumo.** Revista de Direito do Consumidor, vol. 119/2018, p. 349 – 384, Set - Out / 2018, DTR\2018\19899.

VIEIRA, Janaina; OHANA, Gabriela. Do consumo analógico à aceleração do consumo digital: o paradoxo entre consumidor vidro e consumidor identitário no pós-covid 19. In: VERBICARO, Dennis; VERBICARO, Loiane Prado (coord.). **Tensões de uma sociedade em crise.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020.

WALDMAN, Ricardo Libel; FUJITA, Máira de Oliveira Lima Ruiz. A base legal do legítimo interesse na proteção de dados pessoais. In: LISBOA, Roberto Senise (Org.). **O direito na sociedade da informação V – Movimentos sociais, tecnologia e a proteção das pessoas.** Coimbra: Editora Almedina, 2020.

ZANINI, Leonardo Estevam de Assis. **Contratação na sociedade massificada.** Revista Brasileira de Direito Civil – RBDCivil - Belo Horizonte, vol. 14, p. 75-98, out./dez. 2017. Disponível em: <https://rbdcivil.ibdcivil.org.br/rbdc/article/viewFile/167/162>. Acesso em: 03 jan. 2022.

ZUBOFF, Shoshana. **A Era do Capitalismo de Vigilância: A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder.** Tradução: George Schlesinger. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2021.