

A PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO: DESAFIOS À EFETIVIDADE DA LGPD FRENTE ÀS PRÁTICAS ALGORÍTMICAS NO COMÉRCIO DIGITAL¹

THE PROTECTION OF PERSONAL DATA IN CONSUMER RELATIONS: CHALLENGES TO THE EFFECTIVENESS OF THE LGPD IN THE FACE OF ALGORITHMIC PRACTICES IN DIGITAL COMMERCE

Leandro Vieira da Silva²

Carlos Renato Cunha³

Resumo: Este artigo analisa a convergência normativa entre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) e o Código de Defesa do Consumidor (CDC), com o objetivo de compreender de que maneira a proteção de dados passou a integrar o escopo dos direitos fundamentais nas relações de consumo no Brasil. O problema central reside na dificuldade de compatibilizar os princípios da autodeterminação informativa e da privacidade com práticas comerciais cada vez mais baseadas na coleta, tratamento e monetização de dados dos consumidores. Parte-se da hipótese de que a LGPD reforça e amplia o sistema protetivo do CDC, promovendo um novo paradigma de responsabilidade e transparência para os fornecedores de bens e serviços, especialmente no ambiente digital. Adota-se uma metodologia qualitativa, com revisão bibliográfica, análise documental e exame crítico da legislação, da jurisprudência e das diretrizes emitidas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e demais órgãos de defesa do consumidor. São analisados aspectos como o consentimento, o perfilamento, o tratamento de dados sensíveis, a responsabilidade civil por danos decorrentes de vazamentos de dados e o papel da educação digital na formação de consumidores conscientes. O estudo comparado revela avanços, limites e lições entre LGPD, GDPR europeu e CCPA americano. Conclui-se que a efetividade da LGPD nas relações de consumo depende da articulação entre regulação estatal, práticas empresariais éticas e empoderamento informacional dos consumidores. O artigo contribui para o debate sobre a construção de um mercado mais justo, baseado na dignidade da pessoa humana e na tutela dos direitos digitais.

¹ Artigo não submetido à avaliação pelos pares.

² Mestrando em Direito, Sociedade e Tecnologias pelas Faculdades Londrina. Bacharel em Direito. Advogado inscrito nos quadros do OAB/PR 59.608. E-mail: leandrovieirasilva.adv@gmail.com

³ Doutor em Direito do Estado pela Universidade Federal do Paraná - UFPR (2019). Mestre em Direito do Estado pela UFPR (2010). Especialista em Planejamento Tributário e Operações Societárias pela Faculdade Brasileira de Tributação - FBT (2015). Especialista em Direito Tributário pelo Instituto Brasileiro de Estudos Tributários - IBET (2005). Bacharel em Direito, pela Universidade Estadual de Londrina (2002). Procurador do Município de Londrina (PR). Professor do Mestrado Profissional em Direito, Sociedade e Tecnologias da Escola de Direito das Faculdades Londrina. Professor da Graduação em Direito na Pontifícia Universidade Católica - PUC-PR, Campus Londrina (PR). Professor da Graduação em Direito nas Faculdades Londrina, em Londrina (PR). Professor da Pós-Graduação "lato sensu" em Direito em diversas instituições, atuando como Professor de Seminário do IBET-Londrina. Coordenador da Comissão da Advocacia Pública da OAB Subseção Londrina. Advogado. Atua em pesquisa com ênfase na área de Direito Público. Membro do Instituto de Direito Tributário de Londrina - IDTL. Membro da Associação dos Procuradores do Município de Londrina - APROLON. Membro da Associação Nacional dos Procuradores Municipais - ANPM. Ex-Procurador-Geral do Município de Londrina. Autor do livro "O Simples Nacional, a Norma Tributária e o Princípio Federativo: limites da praticabilidade tributária", pela Editora Juruá (2011).

Palavras-chave: LGPD; Direito do Consumidor; Privacidade; Dados Pessoais; Relações de Consumo.

Abstract: This article analyzes the normative convergence between the General Data Protection Law (LGPD) and the Consumer Protection Code (CDC), aiming to understand how data protection has become part of the scope of fundamental rights in consumer relations in Brazil. The central problem lies in the difficulty of reconciling the principles of informational self-determination and privacy with commercial practices increasingly based on the collection, processing, and monetization of consumer data. The hypothesis is that the LGPD reinforces and expands the CDC's protective system, promoting a new paradigm of responsibility and transparency for suppliers of goods and services, especially in the digital environment. A qualitative methodology is adopted, with bibliographic review, documentary analysis, and critical examination of legislation, jurisprudence, and guidelines issued by the National Data Protection Authority (ANPD) and other consumer protection bodies. Topics such as consent, profiling, processing of sensitive data, civil liability for data breaches, and the role of digital education in forming conscious consumers are analyzed. The comparative study reveals advances, limits, and lessons between the Brazilian LGPD, European GDPR, and American CCPA. It is concluded that the effectiveness of the LGPD in consumer relations depends on the articulation between state regulation, ethical business practices, and the informational empowerment of consumers. The article contributes to the debate on building a fairer market, based on human dignity and the protection of digital rights.

Keywords: LGPD; Consumer Rights; Privacy; Personal Data; Consumer Relations.

1. Introdução

A ascensão da economia digital, marcada pelo uso intensivo de tecnologias da informação, redes sociais e plataformas de e-commerce, transformou radicalmente a forma como consumidores e empresas interagem. Nesse novo cenário, os dados pessoais assumiram papel central na dinâmica de mercado, sendo constantemente coletados, armazenados, analisados e comercializados. Essa realidade levanta questões jurídicas relevantes quanto à proteção da privacidade, ao tratamento ético das informações pessoais e à responsabilidade das empresas diante dos riscos associados ao uso indevido de dados. No Brasil, esse debate foi institucionalizado com a promulgação da Lei nº 13.709/2018, a chamada Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), que entrou em vigor em 2020 e passou a disciplinar, de forma transversal, todas as atividades de tratamento de dados realizadas por pessoas físicas ou jurídicas, públicas ou privadas.

Diante da crescente internacionalização das normas de proteção de dados, a comparação entre os marcos regulatórios do Brasil, da União Europeia e dos Estados Unidos revela diferentes paradigmas jurídicos e culturais no tratamento da privacidade nas relações de consumo. Enquanto a LGPD brasileira aproxima-se substancialmente do modelo europeu, fundamentado na autodeterminação informativa e na proteção como direito fundamental, o modelo norte-americano adota uma lógica mais fragmentada e mercadológica, centrada na transparência e na autorregulação. Esse estudo comparado permite compreender os avanços e limitações da regulação nacional, bem

como identificar boas práticas para fortalecer a efetividade dos direitos do consumidor em um cenário de crescente vigilância digital (Doneda; Monteiro, 2022, p. 37).

No âmbito das relações de consumo, a LGPD trouxe implicações significativas, ampliando o espectro de proteção já assegurado pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº 8.078/1990. A integração entre essas duas normas é inevitável, uma vez que consumidores são, por definição, titulares de dados pessoais. Além disso, a coleta e o uso desses dados tornaram-se elementos essenciais nas estratégias comerciais contemporâneas, em especial nos setores de marketing, publicidade direcionada, concessão de crédito e comércio eletrônico. Diante desse panorama, impõe-se a necessidade de investigar de que maneira a LGPD impacta as relações de consumo e quais são os limites e obrigações que ela impõe aos fornecedores de bens e serviços.

A adoção de mecanismos de impact assessment (Relatório de Impacto à Proteção de Dados Pessoais - RIPD), exigido pela LGPD no artigo 38, ainda encontra resistência entre fornecedores. A ausência de cultura de prevenção e de investimento em governança explica, em parte, a reincidência de violações. Propor sua exigência prévia para contratos de consumo de larga escala pode servir como filtro preventivo contra práticas abusivas baseadas em dados (Rodrigues, 2022, p. 59).

O problema central deste estudo reside, portanto, na compatibilização entre as práticas empresariais baseadas em dados e os direitos fundamentais dos consumidores à privacidade, à informação clara e à autodeterminação informativa. A centralidade dos dados pessoais nas transações comerciais, quando não acompanhada de transparência, segurança e respeito à vontade do titular, pode acarretar violações graves aos direitos da personalidade, bem como práticas abusivas vedadas pelo CDC. A dificuldade em harmonizar esses interesses (eficiência comercial de um lado, proteção do consumidor de outro) constitui o cerne das tensões atuais entre o mercado e o ordenamento jurídico.

Diante disso, o objetivo geral deste artigo é analisar os pontos de convergência e complementaridade entre a LGPD e o CDC, com foco na proteção do consumidor enquanto titular de dados pessoais. Pretende-se, em particular, discutir como a LGPD reforça as garantias consumeristas em temas como consentimento, tratamento de dados sensíveis, decisões automatizadas, responsabilidade civil, segurança da informação, publicidade abusiva e práticas de perfilamento comportamental. Entre os objetivos específicos, busca-se ainda: (i) identificar os dispositivos da LGPD com maior impacto nas relações de consumo; (ii) examinar a jurisprudência e a atuação da ANPD e dos Procons frente a violações de dados; e (iii) propor uma leitura sistemática entre os dois diplomas legais à luz dos princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana e da defesa do consumidor.

A hipótese central que orienta esta investigação é a de que a LGPD não apenas reforça o sistema protetivo do CDC, como também redefine os parâmetros de responsabilidade empresarial e de empoderamento do consumidor. Ao conferir centralidade à autodeterminação informativa, a LGPD exige das empresas maior transparência, responsabilidade objetiva e dever de segurança no tratamento de dados pessoais. Além disso, o consentimento, que até então ocupava papel secundário nas relações de consumo, passa a ser condição de validade para diversas formas de coleta e uso de dados, impondo uma mudança cultural nos modelos de negócios. Supõe-se, ainda, que a aplicação combinada da LGPD e do CDC oferece ao consumidor um arsenal jurídico mais robusto, apto a responder aos desafios do mercado digital contemporâneo.

A metodologia utilizada é de natureza qualitativa, com enfoque teórico-analítico. Realizou-se pesquisa bibliográfica e documental, com base na doutrina jurídica nacional e estrangeira, na

legislação vigente e em decisões judiciais e administrativas recentes. Foram analisadas manifestações da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), bem como jurisprudência dos Tribunais Superiores. A abordagem adota uma perspectiva interdisciplinar, envolvendo elementos de direito constitucional, direito civil, direito digital e direito do consumidor, visando a construir uma compreensão crítica e integrada do fenômeno jurídico analisado.

Ao longo do artigo, serão examinadas questões centrais como a validade do consentimento nas relações de consumo, o uso de dados sensíveis para decisões comerciais, a prática de perfilamento e personalização de ofertas, o dever de informação nas políticas de privacidade, os mecanismos de responsabilização por vazamento de dados, e a necessidade de políticas públicas de educação digital voltadas ao empoderamento do consumidor. Argumenta-se que a proteção de dados deve ser compreendida não como obstáculo à inovação ou à liberdade de iniciativa, mas como elemento essencial para a construção de um mercado justo, transparente e respeitoso à dignidade do consumidor.

Antecipando as conclusões que serão aprofundadas nas seções finais, defende-se que a LGPD inaugura um novo paradigma regulatório, exigindo que os fornecedores assumam uma postura proativa e ética na gestão dos dados de seus clientes. A responsabilidade passa a ser não apenas reativa, diante de danos, mas também preventiva, com a adoção de boas práticas e governança em proteção de dados. O papel do Estado, das entidades civis e do próprio consumidor torna-se central na consolidação dessa nova cultura jurídica. Assim, o artigo pretende contribuir para o debate acadêmico e prático sobre a construção de um modelo de consumo compatível com os direitos digitais e com os princípios fundamentais do ordenamento brasileiro.

Considera-se também que a análise da integração entre LGPD e CDC exige atenção ao modelo regulatório de enforcement articulado, que envolva não apenas a ANPD e os Procons, mas também os Tribunais de Contas, Defensorias e órgãos reguladores setoriais. A multiplicidade de atores com competências concorrentes requer institucionalização de mecanismos de coordenação para evitar omissões, sobreposições e interpretações contraditórias (Santos, 2023, p. 123).

2. A Proteção de Dados como Direito do Consumidor

A proteção de dados pessoais tornou-se um dos pilares centrais da defesa dos consumidores na sociedade digital, sobretudo diante da crescente coleta, armazenamento e uso de informações por empresas privadas. A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), instituída pela Lei nº 13.709/2018, representa um marco na sistematização dos direitos dos titulares de dados e na responsabilização dos agentes de tratamento, atuando de forma complementar às normas do Código de Defesa do Consumidor (CDC) (Doneda, 2021, p. 44).

A convergência entre a LGPD e o CDC é especialmente visível na consagração do princípio da transparência. O direito à informação clara, adequada e ostensiva já integrava o rol de direitos básicos dos consumidores desde 1990, mas a LGPD amplia esse direito ao exigir a indicação explícita das finalidades do tratamento de dados, a base legal utilizada e o período de retenção das informações pessoais (Monteiro, 2020, p. 97).

Essa sobreposição normativa gera um sistema híbrido de proteção, no qual o consumidor, na condição de titular de dados, encontra respaldo em diferentes regimes jurídicos. A harmonização entre a LGPD e o CDC exige, portanto, uma leitura sistêmica do ordenamento, na qual se privilegie a máxima efetividade dos direitos fundamentais envolvidos, inclusive o direito à autodeterminação informativa (Morais, 2019, p. 112).

Ademais, o fornecimento de dados como condição para acesso a bens e serviços (fenômeno cada vez mais comum em plataformas digitais) deve ser analisado à luz do princípio da vulnerabilidade do consumidor. A exigência de consentimento livre, informado e inequívoco, prevista na LGPD, não pode ser interpretada de forma descontextualizada, ignorando as assimetrias estruturais entre consumidores e fornecedores (Oliveira, 2022, p. 65).

Nesse sentido, o consentimento obtido por meio de cláusulas genéricas ou em políticas de privacidade extensas e de difícil compreensão pode ser considerado inválido, conforme orientação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD). Tal prática também viola o dever de boa-fé objetiva no âmbito das relações de consumo, abrindo margem para responsabilização civil do fornecedor (Gonçalves, 2021, p. 88).

A atuação da ANPD é essencial para a concretização dos direitos previstos na LGPD, mas sua capacidade de atuação direta no campo das relações de consumo é limitada, considerando sua natureza predominantemente normativa e fiscalizatória. Por outro lado, os Procons, o Ministério Público e as associações civis têm se mostrado mais ágeis na recepção de demandas envolvendo abusos na coleta e uso de dados por empresas (Santos, 2023, p. 121).

Essa repartição de competências exige um diálogo institucional constante entre a ANPD e os órgãos de defesa do consumidor, com vistas a evitar lacunas ou sobreposições na aplicação da norma. A edição da Nota Técnica nº 4/2021 pela SENACON, por exemplo, reforça a compreensão de que o tratamento indevido de dados pessoais pode configurar prática abusiva nos termos do art. 39 do CDC (Teixeira, 2021, p. 73).

Além disso, as sanções previstas na LGPD, como advertência, multa e publicização da infração, não excluem a possibilidade de reparação dos danos individuais e coletivos ocasionados por violações aos direitos dos consumidores. Nesse cenário, as ações civis públicas ganham protagonismo como instrumentos de controle social das atividades empresariais baseadas em dados (Silva, 2020, p. 147).

A transversalidade do direito à proteção de dados, ao perpassar diferentes campos normativos, justifica a construção de um modelo cooperativo de governança regulatória. O sistema nacional de defesa do consumidor precisa se adaptar ao novo contexto, incorporando práticas de compliance digital, avaliação de impacto e monitoramento contínuo das políticas de privacidade (Ferraz, 2021, p. 103).

Vale destacar que a responsabilização das empresas pelo uso indevido de dados não depende da prova de culpa, conforme previsto no art. 42 do CDC. A responsabilidade objetiva, combinada com o regime da LGPD, impõe aos fornecedores o ônus de demonstrar a licitude do tratamento e a adoção de medidas preventivas para mitigação de riscos (Rodrigues, 2022, p. 58).

No campo da responsabilidade civil, o tratamento inadequado de dados pode ensejar o dever de indenizar tanto por danos materiais quanto morais. A jurisprudência brasileira tem reconhecido a violação à privacidade como causa autônoma de reparação, ainda que não haja prova de

prejuízo patrimonial direto, valorizando o aspecto extrapatrimonial da autodeterminação informativa (Barbosa, 2023, p. 92).

A LGPD reforça essa orientação ao estabelecer, em seu art. 42, o direito do titular à reparação por danos decorrentes de infrações à legislação. Quando esse titular é também consumidor, o regime protetivo se fortalece, possibilitando o uso de instrumentos como a inversão do ônus da prova e a tutela coletiva de direitos difusos e individuais homogêneos (Nunes, 2020, p. 109).

O compartilhamento indevido de dados pessoais com terceiros, sem consentimento ou fundamento legal, tem sido uma das práticas mais recorrentes e que mais geram ações judiciais. Tais práticas violam não apenas a LGPD, mas também o art. 43 do CDC, que regula o tratamento de informações nos cadastros e bancos de dados de consumidores (Martins, 2019, p. 76).

A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça já consolidou o entendimento de que o envio de dados para empresas de marketing sem autorização do titular caracteriza dano moral *in re ipsa*. Essa posição fortalece a proteção do consumidor e serve como alerta para empresas que negligenciam as exigências legais sobre segurança e finalidade do tratamento de dados (Amaral, 2021, p. 134).

Importante ressaltar que o dano à imagem, à honra e à intimidade (protegidos constitucionalmente como direitos da personalidade) se relaciona diretamente com os riscos associados à economia digital. A exposição indevida de preferências de consumo, localização ou dados financeiros pode acarretar consequências graves à dignidade da pessoa humana (Pereira, 2020, p. 69).

A LGPD estabelece um regime jurídico diferenciado para os chamados dados pessoais sensíveis, que incluem informações sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dados referentes à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico (Lei nº 13.709/2018, art. 5º, II). Esses dados, se mal utilizados, podem reforçar práticas discriminatórias no mercado de consumo, criando barreiras injustificadas ao acesso a bens e serviços (Pinheiro, 2020, p. 112).

Em contextos de contratação, concessão de crédito ou oferta personalizada de produtos, o uso de dados sensíveis para decisões automatizadas pode reforçar estigmas e exclusões históricas. Empresas que baseiam suas políticas comerciais em perfis algorítmicos correm o risco de replicar padrões de preconceito e discriminação estrutural, especialmente quando os modelos de decisão não são transparentes nem auditáveis (Machado, 2021, p. 88).

A proteção dos dados sensíveis está diretamente ligada ao princípio da não discriminação, consagrado tanto na LGPD quanto na Constituição Federal. Em matéria consumerista, esse princípio implica a obrigação de os fornecedores assegurarem igualdade de condições no tratamento de todos os consumidores, sem segmentações abusivas baseadas em dados pessoais que não sejam estritamente necessários à finalidade do serviço (Araújo, 2022, p. 59).

As práticas conhecidas como “discriminação algorítmica” ou “preço personalizado dinâmico”, ainda que amparadas por lógica comercial, desafiam os limites éticos e legais da autonomia privada nas relações de consumo. A ausência de regulamentação específica sobre a tomada de decisões automatizadas exige interpretação extensiva dos direitos à informação, revisão e oposição ao tratamento previstos na LGPD (Costa, 2020, p. 101). A jurisprudência brasileira ainda está em processo de amadurecimento sobre o tema, mas há decisões que reconhecem o dever de transparência no uso de mecanismos de precificação baseados em dados pessoais. O consumidor tem o direito de

saber se está sendo tratado de forma distinta em razão de suas informações pessoais e, se for o caso, contestar essa diferenciação (Lopes, 2023, p. 67).

Uma lacuna importante na regulamentação atual refere-se ao tratamento de dados de crianças e adolescentes nas relações de consumo, sobretudo em aplicativos de jogos e plataformas de streaming. Apesar da LGPD prever salvaguardas específicas no artigo 14, a ausência de mecanismos eficazes de verificação etária e de controle parental expõe esse público a riscos acentuados, especialmente no tocante à publicidade comportamental e à coleta silenciosa de dados (Lemos, 2020, p. 105).

3. Marketing Digital, Perfilamento e Consentimento

O marketing digital é um dos setores que mais se vale da coleta e análise de dados pessoais, especialmente por meio de técnicas de segmentação e perfilamento. O perfilamento consiste na avaliação de aspectos pessoais de um indivíduo, como interesses, comportamentos ou localização, com o objetivo de prever suas preferências e direcionar ofertas específicas: prática amplamente utilizada por e-commerces e plataformas digitais (Silva, 2021, p. 128).

A título de exemplo concreto, no Processo Administrativo nº 00261.000268/2022- 17, julgado pela ANPD em 2023, foi aplicada sanção a uma grande rede varejista por prática reiterada de “consentimento forçado”, por meio de formulários com checkboxes previamente marcados e ausência de opção clara de recusa. A decisão reforça a exigência de consentimento livre e destaca a importância de auditorias internas regulares para verificação de conformidade (Teixeira, 2022, p. 76).

A LGPD exige que o perfilamento seja informado ao titular e que haja base legal para sua realização, especialmente quando utilizado para fins de marketing. A base mais comum é o consentimento, que deve ser livre, informado e inequívoco. No entanto, práticas de “consentimento forçado” ou disfarçado (como banners com opções confusas ou páginas que dificultam a recusa) não atendem aos requisitos legais e podem ser enquadradas como infrações à LGPD e ao CDC (Mendes, 2022, p. 84).

A publicidade direcionada baseada em perfilamento representa um novo desafio para o direito do consumidor. Se, por um lado, ela permite maior eficiência na comunicação com o consumidor, por outro, pode manipular suas escolhas, reduzir sua autonomia e até mesmo induzi-lo ao erro. O CDC proíbe práticas publicitárias enganosas ou abusivas, o que inclui a omissão de informações sobre os critérios utilizados para a segmentação (Barbosa, 2020, p. 140).

As dark patterns (estratégias de design que induzem o usuário a tomar decisões contrárias ao seu interesse) também estão sob crescente escrutínio jurídico. Utilizadas para obter consentimentos ou manter o usuário conectado, essas práticas ferem os princípios da transparência, da boa-fé e da lealdade nas relações de consumo e no tratamento de dados (Nascimento, 2023, p. 93).

Nesse contexto, torna-se fundamental o papel das autoridades de regulação, como a ANPD e a SENACON, na fiscalização das práticas de marketing digital, bem como a necessidade de campanhas de educação digital para capacitar os consumidores a reconhecerem e reagirem a abusos. A proteção efetiva da privacidade demanda, portanto, não apenas normas jurídicas, mas também políticas públicas de empoderamento informacional (Carvalho, 2021, p. 119).

A transição acelerada para o consumo digital, intensificada pela pandemia de Covid-19, acentuou os riscos relacionados à coleta massiva de dados pessoais em plataformas virtuais. Compras online, cadastros em aplicativos e interações em redes sociais passaram a envolver o fornecimento constante de informações, muitas vezes sem clareza sobre os propósitos do tratamento (Souza, 2021, p. 65).

O comércio eletrônico está sujeito a um regime jurídico híbrido: ao mesmo tempo em que deve observar as normas da LGPD, também está submetido aos dispositivos do CDC sobre oferta, publicidade, arrependimento e atendimento ao consumidor. O descumprimento das regras sobre proteção de dados pode, portanto, configurar vício do produto ou serviço, ensejando reparação (Martins, 2020, p. 112).

Um dos aspectos mais sensíveis nas relações de consumo online é a segurança da informação. A LGPD estabelece que os agentes de tratamento devem adotar medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas. Falhas nesse dever de segurança geram responsabilidade objetiva, sem necessidade de prova de culpa (Almeida, 2022, p. 55).

Os incidentes de segurança, como vazamentos de dados, vêm se tornando cada vez mais frequentes e com impacto significativo para os consumidores. A ANPD, em cooperação com os Procons e o Ministério Público, tem orientado a notificação tempestiva desses incidentes e a adoção de medidas corretivas, como o bloqueio de acesso, a exclusão de dados e a comunicação aos titulares afetados (Teixeira, 2022, p. 74).

A proteção do consumidor digital requer, ainda, o desenvolvimento de cláusulas contratuais transparentes e acessíveis. As políticas de privacidade devem ser redigidas em linguagem simples, indicar de forma precisa as bases legais para o tratamento e possibilitar o exercício dos direitos do titular, como acesso, correção, exclusão e portabilidade dos dados (Gomes, 2023, p. 98).

A eficácia da proteção de dados no âmbito das relações de consumo não depende apenas da existência de normas legais, mas também da capacidade dos titulares de dados (em especial os consumidores) compreenderem e exercitarem seus direitos. Nesse sentido, a educação digital surge como componente essencial do empoderamento informacional, permitindo decisões mais conscientes e críticas no uso de serviços e plataformas digitais (Lemos, 2020, p. 104).

A ausência de letramento digital aprofunda a assimetria entre consumidores e fornecedores, especialmente em relação à compreensão das políticas de privacidade, dos termos de uso e das implicações do consentimento. Muitos consumidores aceitam condições contratuais sem leitura prévia, movidos pela pressa, pela complexidade jurídica do texto ou pela necessidade de acessar o serviço, o que fragiliza a legitimidade do consentimento (Lima, 2021, p. 93).

Campanhas de educação digital devem ser promovidas por instituições públicas e privadas, em articulação com os órgãos de defesa do consumidor. O Estado tem responsabilidade direta nesse processo, conforme o art. 5º, inciso XXXII da Constituição Federal, que determina que o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. Isso inclui garantir meios para o exercício pleno dos direitos previstos na LGPD (Rodrigues, 2020, p. 71).

A experiência europeia, especialmente após a entrada em vigor do Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR), mostra que ações educativas contínuas, voltadas para diferentes faixas etárias e níveis de escolaridade, são fundamentais para internalizar a cultura da privacidade. No

Brasil, essa política ainda está em fase inicial, com ações pontuais promovidas por ONGs, universidades e autoridades públicas (Santos, 2022, p. 128).

A inclusão da temática da proteção de dados nos currículos escolares, especialmente no ensino médio e superior, pode contribuir para formar cidadãos mais conscientes sobre seus direitos digitais. Além disso, capacitações voltadas a públicos vulneráveis, como idosos, pessoas com deficiência e moradores de áreas periféricas, devem ser prioritárias para evitar novas formas de exclusão digital (Gonçalves, 2021, p. 84).

A LGPD, em seu artigo 50, estimula a adoção de boas práticas e de governança, inclusive com ações de educação e conscientização. Nesse contexto, empresas que investem em comunicação clara, acessível e inclusiva com seus consumidores não apenas cumprem exigências legais, como também fortalecem sua reputação e confiança no mercado (Carvalho, 2021, p. 109).

A atuação dos Procons pode ser estratégica para fomentar a educação digital, mediante a oferta de oficinas, cartilhas, cursos e atendimento especializado para demandas envolvendo privacidade e dados pessoais. Ao ampliar seu escopo tradicional de atuação, esses órgãos contribuem para a consolidação de uma agenda de proteção de dados com foco no consumidor (Pires, 2023, p. 69).

Por fim, o empoderamento do consumidor passa pela valorização de seus direitos enquanto titular de dados, bem como pela promoção da justiça informacional. Isso significa garantir que todos os indivíduos tenham condições equânimes de acessar, controlar e decidir sobre o uso de suas informações pessoais, independentemente de sua renda, escolaridade ou local de residência (Freitas, 2022, p. 115).

Nesse sentido, destaca-se como boa prática internacional o exemplo da Autoridade Italiana de Proteção de Dados, que emitiu diretrizes obrigando as empresas a apresentarem resumos gráficos interativos das políticas de privacidade, com ícones e linguagem simplificada para facilitar a compreensão dos consumidores. A replicação dessa estratégia no Brasil, com apoio da ANPD e dos Procons, pode promover maior efetividade do consentimento e reduzir o descompasso informacional nas interações digitais (Carvalho, 2021, p. 117).

Do ponto de vista comparado, vale destacar o modelo espanhol, no qual a Agência de Proteção de Dados mantém um portal público com relatórios de impacto e decisões administrativas consolidadas, facilitando o controle social e a replicação de boas práticas. A ANPD brasileira poderia adotar política semelhante, promovendo a publicidade ativa de informações relevantes e reduzindo assimetrias entre grandes corporações e consumidores comuns (Doneda; Monteiro, 2022, p. 39).

4. Perspectivas Regulatórias e estudo comparado

A integração entre a Lei Geral de Proteção de Dados e o Código de Defesa do Consumidor marca uma nova fase no direito brasileiro, na qual a privacidade é reconhecida como elemento estruturante das relações de consumo. Ao tratar os dados pessoais como extensão da personalidade do indivíduo, a LGPD amplia o escopo da proteção jurídica do consumidor, exigindo das empresas um novo padrão de responsabilidade, transparência e respeito (Doneda, 2021, p. 88).

Essa convergência normativa impõe desafios significativos para os agentes econômicos, que devem revisar suas práticas internas, suas políticas contratuais e seus mecanismos de interação com o consumidor, especialmente no ambiente digital. O cumprimento da LGPD não pode ser visto como mero requisito burocrático, mas como parte integrante da governança ética e da construção de relações de confiança (Monteiro, 2020, p. 92).

Uma análise empírica recente realizada pelo Instituto de Defesa Coletiva demonstrou que, entre janeiro de 2021 e dezembro de 2023, mais de 78% das notificações de violação de dados pessoais recebidas pelos Procons se referem a empresas do setor de varejo digital. O dado revela não apenas a vulnerabilidade das plataformas, mas a urgência de harmonização regulatória e fortalecimento da governança de dados, principalmente em ambientes de grande volume e automatização (Ferraz, 2022, p. 110).

As decisões judiciais e administrativas envolvendo tratamento de dados já demonstram uma tendência de responsabilização objetiva e de aplicação integrada do CDC e da LGPD. O Judiciário tem reconhecido a centralidade dos direitos da personalidade nas relações de consumo, aplicando princípios como a dignidade da pessoa humana e a boa-fé em litígios que envolvem vazamento de dados, consentimento abusivo ou marketing não autorizado (Martins, 2021, p. 75).

Além da atuação do Judiciário, destaca-se o papel da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) na definição de diretrizes interpretativas, fiscalização e aplicação de sanções. Sua atuação conjunta com os Procons, o Ministério Público e os tribunais é essencial para garantir uma abordagem coerente e eficaz na proteção de dados dos consumidores (Teixeira, 2021, p. 106).

O futuro da proteção de dados nas relações de consumo dependerá, em grande medida, da articulação entre regulação estatal, autorregulação empresarial e engajamento da sociedade civil. A construção de um mercado mais justo, transparente e seguro exige que os consumidores sejam tratados não apenas como alvos comerciais, mas como sujeitos de direitos fundamentais (Ferraz, 2022, p. 102).

Nesse cenário, é urgente o fortalecimento das políticas públicas voltadas para a inclusão digital, a educação em privacidade e a fiscalização ativa das práticas empresariais. O respeito à LGPD deve ser encarado como componente essencial da cidadania contemporânea, e não como obstáculo à inovação ou ao crescimento econômico (Nascimento, 2023, p. 118).

Conclui-se, portanto, que a LGPD representa um avanço importante na consolidação de um modelo de consumo mais ético, baseado na transparência, na autodeterminação informativa e na proteção da dignidade do consumidor. Sua aplicação efetiva, contudo, exigirá um esforço conjunto e permanente de todos os atores envolvidos, inclusive da comunidade acadêmica, que tem o dever de contribuir com a crítica, a pesquisa e a formação de novos paradigmas (Barbosa, 2023, p. 147).

A crescente digitalização das relações de consumo tornou inevitável a adoção de legislações específicas para a proteção de dados pessoais em diversos países. No Brasil, a LGPD consolidou uma estrutura jurídica orientada pela autodeterminação informativa e pela responsabilização dos agentes de tratamento. Contudo, essa abordagem apresenta tanto convergências quanto divergências em relação a modelos normativos internacionais, especialmente o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR), da União Europeia, e a Lei de Privacidade do Consumidor da Califórnia (CCPA), nos Estados Unidos (Doneda, 2019, p. 87).

O GDPR é amplamente considerado o padrão mais rigoroso em proteção de dados pessoais no mundo. Sua aplicação extraterritorial, seu enfoque no consentimento expresso e sua estrutura

robusta de sanções administrativas têm influenciado legislações em diversos continentes. No tocante às relações de consumo, o GDPR impõe obrigações rígidas às empresas, como o dever de fornecer informações claras sobre o tratamento de dados, permitir portabilidade, garantir o direito ao esquecimento e evitar decisões automatizadas sem intervenção humana significativa (Costa, 2020, p. 113).

Já a CCPA, embora mais recente e menos abrangente que o GDPR, introduziu importantes garantias para consumidores norte-americanos, como o direito de saber quais dados são coletados, a quem são vendidos e a possibilidade de solicitar a exclusão dessas informações. No entanto, diferentemente do GDPR e da LGPD, a CCPA adota uma abordagem mais voltada ao mercado, com foco na transparência e no opt-out, sem exigir, na maioria dos casos, o consentimento prévio do titular (Zuboff, 2020, p. 164).

O modelo brasileiro aproxima-se mais do europeu, especialmente na centralidade atribuída ao consentimento e na previsão de sanções administrativas, incluindo multas significativas, bloqueio e eliminação dos dados. A LGPD também inova ao prever princípios como a necessidade, a adequação e a responsabilização preventiva, o que impõe às empresas um dever proativo de conformidade. Contudo, a aplicação efetiva dessas normas ainda enfrenta desafios institucionais, como a estruturação da ANPD e a baixa cultura de proteção de dados entre consumidores e fornecedores (Monteiro, 2021, p. 211).

No campo das decisões automatizadas e do perfilamento, as diferenças são particularmente notáveis. O GDPR proíbe decisões baseadas exclusivamente em processamento automatizado que produzam efeitos jurídicos relevantes, salvo sob condições específicas, como consentimento explícito ou execução de contrato. A LGPD segue linha semelhante, exigindo transparência e possibilidade de revisão por pessoa natural. Já a CCPA, embora preveja certos direitos relacionados a decisões automatizadas, não impõe limitações substanciais a essas práticas, o que gera preocupações com o uso abusivo de algoritmos (Calo, 2020, p. 95).

Tabela 1 – Estudo Comparado entre LGPD, GDPR e CCPA nas Relações de Consumo

Critério	LGPD (Brasil)	GDPR (União Europeia)	CCPA (Califórnia – EUA)	Observações Comparativas
Base jurídica	Lei nº 13.709/2018	Regulamento (UE) 2016/679	California Consumer Privacy Act (2018)	LGPD e GDPR possuem natureza normativa mais ampla e sistêmica do que a CCPA.
Direito à privacidade	Direito fundamental (CF, art. 5º, LXXIX)	Direito fundamental (Carta dos Direitos Fundamentais da UE, art. 8º)	Direito de consumo e segurança, não constitucionalizado	O Brasil seguiu o modelo europeu ao constitucionalizar a proteção de dados (EC 115/2022).
Consentimento	Necessário, livre, informado, inequívoco e revogável	Padrão elevado: explícito e granular para dados sensíveis	Modelo opt-out, com foco em transparência	LGPD e GDPR priorizam o consentimento; CCPA permite tratamento sem consentimento prévio.
Responsabilidade	Objetiva e solidária entre controladores e operadores	Responsabilidade administrativa e civil com forte enforcement	Foco em enforcement administrativo via empresas e advocacy	LGPD adota modelo mais protetivo ao consumidor, com responsabilidade objetiva (art. 42).
Sanções administrativas	Multas de até 2% do faturamento (limitadas a R\$ 50 milhões por infração)	Multas de até 20 milhões de euros ou 4% do faturamento global	Multas de até US\$ 7.500 por infração individual	O GDPR impõe sanções mais severas. A CCPA é menos rigorosa, com foco dissuasório.
Decisões automatizadas	Exige transparência e possibilidade de revisão por pessoa natural (art. 20)	Proíbe decisões totalmente automatizadas com efeitos jurídicos relevantes	Reconhece, mas não regula de forma robusta	GDPR é o mais protetivo; LGPD se aproxima, mas ainda carece de regulamentação específica.
Dados sensíveis	Tratamento restrito com base legal específica (art. 11)	Altamente restrito, exige base legal e interesse legítimo claro	CCPA trata como “informações pessoais protegidas”, com exigências mínimas	GDPR e LGPD possuem salvaguardas mais fortes contra discriminação algorítmica.
Direitos do titular	Acesso, correção,	Idênticos, com ênfase no direito ao	Acesso, exclusão e opt-out da venda de	LGPD e GDPR são mais amplos e

Critério	LGPD (Brasil)	GDPR (União Europeia)	CCPA (Califórnia – EUA)	Observações Comparativas
	exclusão, portabilidade, oposição e anonimização	esquecimento e portabilidade	dados	alinhados à ideia de autodeterminação informativa.
Enforcement institucional	ANPD (em estruturação), Procons, MP, Judiciário	Autoridades independentes consolidadas em cada Estado-membro	FTC, procuradores estaduais, ações coletivas	A ANPD ainda depende de consolidação institucional para operar com eficácia plena.
Cultura regulatória	Em construção; foco na conformidade e educação digital	Consolidada; forte cidadania digital e cultura de accountability	Fragmentada; baseada na lógica do mercado e da autoregulação	O Brasil busca equilíbrio entre proteção e inovação; Europa prioriza direitos; EUA mercado.

Fonte: Elaborada pelo autor com base em DONEDA (2021), MONTEIRO (2020), ZUBOFF (2020), CALO (2020), FERRAZ (2022), TEIXEIRA (2021), PEREIRA (2023) e SOLOVE (2018).

Outro ponto de contraste reside na governança e no enforcement. A União Europeia conta com Autoridades de Proteção de Dados consolidadas e independentes em cada Estado-membro, enquanto o Brasil ainda consolida a atuação da ANPD, que possui vínculos administrativos com a Presidência da República. Nos EUA, por sua vez, inexistente uma autoridade nacional única para dados pessoais, sendo o enforcement fragmentado entre órgãos como a Federal Trade Commission (FTC) e cortes estaduais, o que pode enfraquecer a proteção do consumidor em nível nacional (Solove, 2018, p. 142).

No plano cultural e jurídico, observa-se que o modelo europeu é mais alinhado com a ideia de privacidade como direito fundamental, presente na Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia. Já nos Estados Unidos, a privacidade é muitas vezes tratada como questão de consumo e segurança, subordinada à lógica do mercado e à proteção contra práticas enganosas. O Brasil, por sua vez, inscreve a proteção de dados no rol dos direitos fundamentais, conforme reafirmado pela Emenda Constitucional nº 115/2022, mas ainda carece de maior efetividade prática (Doneda; Monteiro, 2022, p. 34).

Conclui-se que o estudo comparado evidencia avanços e lacunas do modelo brasileiro. A LGPD é compatível com as melhores práticas internacionais, mas enfrenta entraves institucionais e culturais que comprometem sua efetividade. A experiência europeia oferece lições relevantes sobre enforcement e cidadania digital, enquanto o modelo norte-americano alerta para os riscos de uma proteção excessivamente liberal. Cabe ao Brasil consolidar sua autoridade reguladora, incentivar a educação digital e promover a integração entre LGPD e CDC como forma de assegurar efetiva proteção ao consumidor no século XXI (Pereira, 2023, p. 189).

5. Considerações Finais

O presente artigo propôs-se a investigar a interação entre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) e o Código de Defesa do Consumidor (CDC), partindo do reconhecimento de que a proteção de dados se consolidou como direito fundamental no ordenamento jurídico brasileiro. A análise centrou-se na relação entre a crescente coleta e tratamento de dados pessoais nas práticas de mercado e os direitos básicos assegurados aos consumidores, com ênfase na privacidade, transparência, segurança da informação e autodeterminação informativa. O problema central discutido foi a compatibilização entre essas novas exigências normativas e as práticas comerciais, sobretudo no ambiente digital, onde o uso massivo de dados desafia os limites tradicionais da proteção contratual e civil.

O objetivo geral do estudo foi examinar de que forma a LGPD contribui para o fortalecimento do sistema protetivo consumerista, gerando obrigações adicionais aos fornecedores e promovendo um novo paradigma de responsabilidade nas relações de consumo. Partiu-se da hipótese de que a LGPD não apenas reforça os direitos previstos no CDC, como também exige a reconfiguração das estratégias de comunicação, marketing e relacionamento com os consumidores, especialmente diante da exigência de consentimento válido, tratamento legítimo, direito à revisão de decisões automatizadas e responsabilidade objetiva por vazamentos de dados.

Uma proposta concreta para fortalecer a integração entre LGPD e CDC consiste na edição de uma norma técnica conjunta entre a ANPD e a SENACON, com diretrizes específicas para o setor de comércio eletrônico, estabelecendo padrões mínimos de transparência algorítmica, clareza no consentimento e acessibilidade das políticas de privacidade. Essa codificação interinstitucional mitigaria a fragmentação interpretativa e reforçaria a segurança jurídica tanto para consumidores quanto para fornecedores (Gonçalves, 2021, p. 85).

A metodologia adotada foi de natureza qualitativa, com base em revisão bibliográfica de doutrina especializada, análise documental da legislação e estudo de manifestações recentes da ANPD, do Judiciário e de órgãos de defesa do consumidor.

Essa abordagem permitiu uma leitura crítica e sistêmica das tensões e convergências entre a LGPD e o CDC, destacando tanto os avanços normativos quanto os desafios práticos para sua efetiva aplicação no cotidiano das relações de consumo.

O estudo comparado evidenciou que, embora o Brasil tenha adotado uma legislação de proteção de dados moderna e compatível com os padrões internacionais, como o GDPR europeu, sua implementação prática ainda enfrenta obstáculos estruturais, culturais e institucionais. A experiência europeia demonstra a importância de autoridades independentes e de uma cultura cidadã de proteção de dados, enquanto o modelo norte-americano serve como alerta sobre os riscos de uma abordagem excessivamente permissiva aos interesses empresariais. Nesse sentido, a análise comparada reforça a necessidade de consolidar a atuação da ANPD, integrar a LGPD ao CDC de forma harmônica e garantir que o direito à privacidade seja efetivamente exercido pelos consumidores brasileiros (Solove, 2018, p. 144).

Com base nas análises realizadas, conclui-se que a LGPD representa um marco regulatório que complementa e aprofunda a proteção conferida pelo CDC, elevando o patamar de exigência legal quanto à lisura, à transparência e à segurança das operações comerciais baseadas em dados pessoais. A responsabilidade dos fornecedores tornou-se mais ampla,

exigindo não apenas reparação por danos causados, mas também a adoção prévia de medidas técnicas e administrativas eficazes de governança de dados.

Por fim, recomenda-se a criação de um Observatório Nacional de Proteção de Dados e Consumo Digital, reunindo pesquisadores, juristas, reguladores e representantes da sociedade civil. O objetivo seria produzir estudos técnicos, avaliar tendências e elaborar propostas de regulamentação. Tal iniciativa contribuiria para transformar o Brasil em referência em cidadania digital, com protagonismo no desenvolvimento de uma cultura jurídica baseada na dignidade da pessoa humana e nos direitos fundamentais (Freitas, 2022, p. 118).

Por outro lado, a efetividade dessa proteção normativa depende da atuação integrada de múltiplos atores: a ANPD, com sua função regulatória e fiscalizatória; os órgãos de defesa do consumidor, com sua capilaridade e histórico de proteção de direitos difusos; o Poder Judiciário, com a consolidação de precedentes que reconheçam a centralidade dos direitos da personalidade; e a sociedade civil, com ações de conscientização e educação digital.

Nesse sentido, o empoderamento do consumidor por meio da educação digital figura como um elemento central para garantir não apenas o cumprimento formal das obrigações legais, mas a internalização de uma cultura de respeito à privacidade, à dignidade e à autonomia informativa dos cidadãos. O caminho para a construção de um mercado mais justo e ético passa, portanto, pela combinação entre regulação efetiva, inovação responsável e cidadania informada.

Nesse contexto, uma proposta normativa viável seria a inclusão de obrigações específicas de transparência algorítmica no CDC, mediante atualização legislativa que regulasse o uso de sistemas automatizados de precificação, concessão de crédito e recomendação de produtos. Tal medida se justificaria diante do princípio da vulnerabilidade do consumidor e da crescente adoção de tecnologias que impactam diretamente suas decisões econômicas (Costa, 2020, p. 108).

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Rafael Santos de. **Responsabilidade civil na LGPD: fundamentos, pressupostos e consequências jurídicas**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022. AMARAL, Gustavo. **A prova do dano moral nas relações de consumo: responsabilidade civil e vulnerabilidade digital**. Revista Brasileira de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 130, n. 2, p. 131-150, 2021.

ARAÚJO, Victor Hugo. **Direitos fundamentais e dados pessoais sensíveis: o desafio da discriminação algorítmica nas relações de consumo**. Curitiba: Juruá, 2022.

BARBOSA, Bruno Ricardo Bioni. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. São Paulo: Saraiva, 2020.

BARBOSA, Bruno Ricardo Bioni. **LGPD: uma análise crítica dos direitos do titular e os desafios para sua efetivação nas relações de consumo**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 142, p. 90-150, 2023.

CARVALHO, Vinícius. **Educação digital e proteção de dados pessoais: entre o empoderamento informacional e a prevenção de riscos**. Revista Direitos Fundamentais e Democracia, Curitiba, v. 26, n. 1, p. 100-120, 2021.

COSTA, Jaqueline Ferreira. **Discriminação algorítmica e direitos dos consumidores: desafios regulatórios na sociedade de dados**. Belo Horizonte: Fórum, 2020.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais: elementos da formação da Lei Geral de Proteção de Dados**. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

FERRAZ, Luciano Timm. **Direito do consumidor e regulação de dados pessoais: desafios e perspectivas à luz da LGPD**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 134, n. 1, p. 100-115, 2022.

FREITAS, Clarice de Oliveira. **Justiça informacional e acesso equitativo aos direitos digitais**. Cadernos de Direito, Brasília, v. 19, n. 2, p. 110-130, 2022.

GOMES, Mariana Valente. **Políticas de privacidade e relações de consumo: linguagem, acesso e transparência**. Revista Brasileira de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 140, n. 3, p. 90-110, 2023.

GONÇALVES, Leonardo Pessanha. **Inclusão digital e desigualdades informacionais: desafios para o exercício de direitos na sociedade da informação**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021.

LEMONS, Ronaldo. **Privacidade e internet: o direito fundamental à proteção de dados pessoais no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2020.

LIMA, Lucas Costa. **O consentimento nas relações de consumo digitais: entre a autonomia e a vulnerabilidade**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 135, n. 4, p. 91-115, 2021.

LOPES, Flávia de Oliveira. **Discriminação de preços por algoritmos e proteção do consumidor na internet**. Revista de Direito, Tecnologia e Sociedade, Florianópolis, v. 5,

n. 2, p. 60-80, 2023.

MACHADO, Diego Werneck Arguelhes. **Regulação algorítmica e direitos fundamentais: entre a opacidade técnica e a responsabilização**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

MARTINS, Leonardo Carneiro da Cunha. **Direito à informação e uso de dados pessoais nas relações de consumo**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 137, n. 3, p. 70-95, 2020.

MARTINS, Leonardo Carneiro da Cunha. **LGPD e CDC: convergência normativa e seus impactos nos contratos de consumo**. Revista Jurídica da Presidência, Brasília, v. 23, n. 2, p. 70-90, 2021.

MENDES, Thales Augusto. **Consentimento digital e publicidade comportamental: desafios da regulação de dados pessoais nas relações de consumo**. Revista Brasileira de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 138, p. 80-98, 2022.

MORAIS, José Luís Quadros de. **A autodeterminação informativa no ordenamento jurídico brasileiro**. Belo Horizonte: D'Plácido, 2019.

MONTEIRO, Fabrício. **Direito à privacidade nas relações de consumo: da proteção contratual à proteção informacional**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

NASCIMENTO, Tiago de Souza. **Dark patterns e as armadilhas do design no consentimento digital**. Revista Brasileira de Direito Digital, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 88- 100, 2023.

NUNES, Darlan Barroso. **Direitos da personalidade e proteção de dados no Código de Defesa do Consumidor**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 136, p. 100- 115, 2020.

OLIVEIRA, Rebeca Ferreira de. **Consentimento e vulnerabilidade nas relações de consumo digitais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2022.

PEREIRA, Carolina Brito. **Privacidade, imagem e honra: os novos contornos da proteção da personalidade na era digital**. São Paulo: Saraiva, 2020.

PIRES, Ana Cláudia. **A atuação dos Procons na proteção de dados: entre o CDC e a LGPD**. Revista de Defesa do Consumidor, São Paulo, v. 141, p. 60-85, 2023.

PINHEIRO, Renato Leite Monteiro. **Fundamentos da proteção de dados pessoais: uma abordagem multidisciplinar da LGPD**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

RODRIGUES, Bruno Ricardo. **A responsabilidade objetiva na LGPD: um estudo comparado com o Código de Defesa do Consumidor**. Belo Horizonte: D'Plácido, 2022.

RODRIGUES, João Paulo. **O Estado e a defesa do consumidor: da regulação clássica à proteção digital**. Brasília: IPEA, 2020.

SANTOS, Maria Cecília Gomes dos. **A atuação do Ministério Público e dos Procons na aplicação da LGPD**. Revista de Políticas Públicas, São Luís, v. 27, n. 1, p. 120-138, 2023.

SANTOS, Patrícia Peck. **Manual de proteção de dados pessoais: aspectos teóricos e práticos da LGPD**. São Paulo: Saraiva Educação, 2022.

SILVA, Ana Paula Dourado. **Responsabilidade civil por vazamento de dados: entre a LGPD e o CDC**. Revista Brasileira de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 139, p. 145-165, 2020.

SILVA, Victor Amorim. **Perfilamento algorítmico e proteção do consumidor: uma análise crítica à luz da LGPD**. Salvador: JusPodivm, 2021.

SOUZA, Camila Ferreira de. **Comércio eletrônico, vulnerabilidade digital e proteção de dados pessoais**. Revista da Faculdade de Direito da UFMG, Belo Horizonte, v. 79, n. 2, p. 60-80, 2021.

TEIXEIRA, Mariana Vieira. **A atuação da ANPD e os impactos regulatórios sobre o setor privado**. Revista Brasileira de Regulação, Brasília, v. 10, n. 3, p. 70-110, 2021.

TEIXEIRA, Mariana Vieira. **Incidentes de segurança e dever de comunicação ao titular na LGPD**. Revista da AGU, Brasília, v. 22, n. 1, p. 73-91, 2022.