

A (IN)EFETIVIDADE DA LGPD ANTE O CONSUMIDOR VIRTUAL: UMA ANÁLISE ACERCA DO VAZAMENTO DE DADOS PESSOAIS NAS VENDAS DE MARKETPLACES¹

THE (IN) EFFECTIVENESS OF LGPD ON THE VIRTUAL CONSUMER: AN ANALYSIS OF THE LEAKAGE OF PERSONAL DATA IN THE SALES OF MARKETPLACES

Giovanna Perobon Petri²

Cildo Giolo Júnior³

RESUMO

Explorando, pelo método dedutivo, desde o surgimento de busca digitais e o lucro exponencial das empresas com a venda de dados até o respaldo legal ao consumidor online, recorre-se às doutrinas e leis, como a Lei Geral de Proteção de Dados Europeia e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais brasileira, além da análise de casos práticos de vazamentos com marketplaces que atuam no Brasil, para demonstrar se de fato há (in)efetividade da LGPD ante o vazamento de dados pessoais dos consumidores e como é possível mitigar o entrave.

Palavras-chave: Vazamento de dados pessoais; LGPD; marketplaces.

¹ O presente artigo sintetiza a monografia de conclusão da pesquisa, realizada para o Programa Interno de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC 2022-2023) da Faculdade de Direito de Franca (FDF), Franca/SP.

² Graduando em Direito pela Faculdade de Direito de Franca, aluno pesquisador PIBIC 2022-2023. Currículo lattes <http://lattes.cnpq.br/3293286803707493>

³ Pós-Doutor pela Universidade de Coimbra. Doutor em Direito e Mestre em Direito. Professor da Faculdade de Direito de Franca e da Universidade do Estado de Minas Gerais; Currículo lattes <http://lattes.cnpq.br/9079687915501476>

ABSTRACT

Exploring, through deductive reasoning, from the emergence of digital search and the exponential profit of companies through data sales to the legal support for online consumers, we resort to doctrines and laws, such as the European General Data Protection Law and the Brazilian General Data Protection Law. Additionally, we analyze practical cases of data leaks in marketplaces operating in Brazil to demonstrate the (in)effectiveness of the LGPD regarding consumers' personal data leaks and how to mitigate this obstacle.

Keywords: Leakage of personal data; LGPD; marketplaces

1 INTRODUÇÃO

A Quarta Revolução Industrial, ou Indústria 4.0, alterou significativamente o tempo; o qual, na sociedade pós-moderna, passou a ser valorado. Para Zygmunt Bauman em *Vida Para Consumo*, o conceito de tempo pontilista explica a questão da competição de ofertas e novas mercadorias em curto lapso temporal, instigando a felicidade dos consumidores online em rápidas aquisições. Clara é a ocorrência desse efeito após o cenário pandêmico que assolou o mundo e forçou o isolamento social como meio de mitigação do COVID-19. Formas alternativas de lazer foram criadas e as compras online dominaram, sem expectativa de retrocesso, o mercado financeiro atualmente.

Inserida a sociedade em um sistema capitalista que visa a lucratividade desenfreada, preconiza Shoshana Zuboff (2021, p. 85) que os estudantes Larry Page e Sergey Brin, em 1998, criaram, no Vale do Silício, o mecanismo de busca Google, no World Wide Web. Sobre a descoberta do superávit comportamental, inicialmente os dados comportamentais disponíveis para usos além de melhorias implantadas nos serviços geravam um superávit e, nessa senda é que o Google encontrou a solução para “lucro constante e exponencial”, base para a sobrevivência da plataforma. Zuboff (2021, p. 97) aduz que o Google, a partir de então, não faria mais mineração de dados comportamentais para melhorar o serviço para seus usuários, e sim para ler as mentes destes a fim de combinar anúncios com seus interesses, que, por sua vez, eram deduzidos dos vestígios colaterais do comportamento online.

O fenômeno da compra é a pilastra essencial que sustenta o vazamento de dados pessoais dos consumidores online nas vendas de marketplaces, posto que os mecanismos de buscas atualmente têm uma troca significativa com as grandes marcas que dominam o mercado virtual: obtenção de dados pessoais cadastrados nas plataformas online e predestinação comportamental por quantidade monetária exacerbada a fim

de atraírem mais consumidores. Bauman em *Modernidade Líquida* (2001, p. 85) afirma que todos os vícios são autodestrutivos; destroem a possibilidade de se chegar à satisfação; o que se cria, na realidade, é uma expectativa de satisfação que se esvai em curto lapso temporal, renovando, em descompasso, o ciclo comercial.

Nesse interim, por intermédio da metodologia dedutiva, indaga-se: Qual o limite entre a venda de dados pessoais e rastros deixados nos mecanismos de buscas e a partir de que momento a empresa fere a privacidade dos consumidores online? A indenização ocorre? O dinheiro indenizado volta o consumidor ao *status quo ante* do vazamento? Qual a eficácia da LGPD em amparar àquele que teve o dado pessoal vazado?

2 RESPONSABILIDADE CIVIL NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO E SUA RELAÇÃO COM O DIREITO DO CONSUMIDOR

Segundo Pablo Stolze Gagliano (2019, p. 53), nas primeiras civilizações a responsabilidade era sinônimo de vingança, em que imperava a Lei de Talião, posteriormente substituída pela Lei das XII Tábuas. Flávio Tartuce (2019, p.334) esclarece que a culpa do Direito Romano é diferente da culpa atual, pois a última, ao contrário da anterior, traz em seu conteúdo a ideia de castigo, por forte influência da Igreja Católica; ou seja, a responsabilidade incidia sobre a pessoa em si; quem causou o mau era retribuído por quem o sofrera nas mesmas proporções. Não se tinha o conhecimento da transferência de responsabilidade. Grande mudança, todavia, ocorreria com a edição da Lex Aquilia, que pregava a substituição de multa fixa por pena proporcional ao dano causado. Após decorrer histórico, tem-se ainda a inserção do elemento culpa na responsabilidade, que passa a vigorar no Código Civil Napoleônico e influencia diretamente o Código Civil de 1916. Para Tartuce (2019, p.334), através de interpretação do art. 1.382 do Código Napoleônico, os elementos tradicionais da responsabilidade civil são: a conduta do agente (comissiva ou omissiva), a culpa em sentido amplo (englobando o dolo e culpa *stricto sensu*), o nexo de causalidade e o dano causado. Seguindo essa construção, o Direito Civil pátrio continua consagrando como regra a responsabilidade com culpa, denominada responsabilidade civil subjetiva.

2.1 CONCEITO DE RESPONSABILIDADE CIVIL

Sabe-se que apenas o comportamento humano revestido de característica prevista na ordem jurídica capaz de causar dano é apto ao dever de indenizar. Pontua Flávio Tartuce (2019, p. 333) que a responsabilidade civil surge em face do descumprimento obrigacional, pela desobediência de uma regra estabelecida em contrato, ou por deixar determinada pessoa de observar um preceito normativo que regula a vida. Sérgio Cavalieri Filho também explica:

Em seu sentido etimológico, responsabilidade exprime a ideia de obrigação, encargo, contraprestação. Em sentido jurídico, o vocábulo não foge dessa ideia. Designa o dever que alguém tem de reparar o prejuízo decorrente da violação de um outro dever jurídico. Em apertada síntese, responsabilidade civil é um dever jurídico sucessivo que surge para recompor o dano decorrente da violação de um dever jurídico originário. (CAVALIERI FILHO, Sérgio: Programa de Responsabilidade Civil. 2008, p. 2).

2.2 CONCEITO DE ATO ILÍCITO

Seguindo o raciocínio de Tartuce (2019, p. 350), uma vez praticada determinada conduta que fira o outro e cause prejuízo ao coletivo social, quem fora atingido deve ser ressarcido. É preciso, além do ressarcimento e, antes dele, em meio jurídico, analisar o ato ilícito que interessa para os fins de responsabilidade civil, denominado por Pontes de Miranda como ilícito indenizante. Diante da sua ocorrência, a norma jurídica cria o dever de reparar o dano, o que justifica o fato de ser o ato ilícito fonte do direito obrigacional. Afirma ainda (2019, p. 351) que o ato ilícito é a conduta humana que fere direitos subjetivos privados, estando em desacordo com a ordem jurídica causando danos a alguém. Não outro é o entendimento do art. 186 do CC vigente, apontando que: aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

2.3 CONCEITO DO DEVER DE INDENIZAR

Cavaliere Filho (2008, p.2) descreve dever jurídico como a conduta externa de uma pessoa imposta pelo Direito Positivo por exigência da convivência social. Há de se ressaltar que a obrigação é sempre dever jurídico originário, enquanto responsabilidade é dever jurídico sucessivo, oriunda em razão da violação do primeiro. Quando não se cumprem os deveres e obrigações pontuados no contrato da relação jurídica, viola-se o dever jurídico, gerando para o infrator um dever jurídico secundário, qual seja, a reparação do dano. A responsabilidade civil atua a partir do ato ilícito, com o nascimento da obrigação de indenizar; situação em que o prejudicado retorna ao *status quo ante* à ocorrência do fato danoso, determinado pela fixação de danos na proporção da violação do dever jurídico originário. O dever de indenizar decorre de duas formas. Se oriundo de inadimplemento, tem-se a responsabilidade contratual. Se, por vez, oriundo de lesão a direito subjetivo, sem que entre o ofensor e a vítima haja relação jurídica preexistente, tem-se a responsabilidade extracontratual, chamada de ilícito absoluto. Por intermédio da redação do art. 186 do CC/02, Stolze (2019, p. 56) entende que a obrigação de indenizar (reparar o dano) é consequência juridicamente lógica do ato ilícito.

2.4 CONCEITO DE DANO MORAL

Stolze (2019, p. 108) traduz o dano moral como sendo a lesão de direitos cujo conteúdo não é pecuniário, nem comercialmente redutível a dinheiro. Ao afirmar que o dano moral é aquele que lesiona a esfera personalíssima da pessoa (seus direitos da personalidade), estar-se-á violando, na realidade, a vida privada, honra e imagem, além dos demais bens jurídicos tutelados pela Constituição. Pontua o art. 927 do CC vigente mais uma forma de obrigação além das obrigações de fazer, não fazer e dar; a de indenizar. Os elementos da responsabilidade civil subjetiva são, segundo aduz o art. 186 do CC: a conduta culposa do agente; nexos causal e dano. Importante salientar que a base que rege o dano moral tem, sob a égide de Tartuce (2019, p.472), caráter principal reparatório e de caráter pedagógico ou disciplinador acessório, visando coibir novas condutas. Tal caráter acessório somente existirá se estiver acompanhado do principal,

conforme já visto anteriormente. Esta é a corrente adotada pela jurisprudência nacional.

Tartuce (2019, p. 446) expõe o destaque do dano moral objetivo ou presumido, qual seja classificado como *in re ipsa*, não necessitando de prova a fim de que seja apreciado. O Superior Tribunal de Justiça já decidiu que nos casos em que há lesão de valores fundamentais protegidos pela Constituição, o dano moral dispensa prova dos sentimentos humanos, presumindo, dessa forma, o prejuízo. “Sempre que demonstrada a ocorrência de ofensa injusta à dignidade da pessoa humana, dispensa-se a comprovação de dor e sofrimento para configuração de dano moral”. (STJ, REsp 1292.141/SP, Rel. Min. Nancy Andrighi, j. 04.12.2012).

3 RESPONSABILIDADE CIVIL NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Vigente desde 10 de janeiro de 2002, o Código Civil, Lei 10.406, é ulterior ao ordenamento do Código de Defesa do Consumidor, instituído em 11 de setembro de 1990, nominado pela lei L.8.078. Ainda que silente sobre os mecanismos relacionados, a internet permite aplicação do CDC no meio digital por meio de analogias e embasamento doutrinário, além de criar a Lei do E-commerce, a ser estudada em tópico posterior, que espelha os ditames do mesmo em âmbito virtual. Valendo-se o Código Civil da Teoria da Causalidade Adequada, em sede de responsabilidade, nem todas as condições que concorrem para o resultado são equivalentes, apenas a que efetivamente causou o resultado.

Na responsabilidade contratual, portanto, a vítima e o autor do dano já se aproximaram e se vincularam juridicamente antes mesmo de sua ocorrência, sendo, ainda, certo de que, sem essa vinculação, o prejuízo não se teria verificado. (CAVALIERI FILHO, Sérgio: Programa de Responsabilidade Civil. 2008, p. 276). O CDC propiciou uma mudança significativa na nova área da responsabilidade civil: a responsabilidade consumerista. Tal é objetiva, diferentemente da estipulada no CC vigente, cujo campo de incidência é mais vasto, sem prova de culpa; fundada no dever e segurança do fornecedor em relação aos produtos e serviços lançados no mercado de consumo. Pela Teoria do Risco, que fundamenta a responsabilidade objetiva, o prejuízo deve ser atribuído ao autor e reparado por quem o causou, independentemente de prova da culpa. As modalidades que resultam da Teoria valem-se, evidente, para a temática

ligada ao vazamento de dados pessoais da LGPD: o risco-proveito; em que o responsável que tira proveito ou vantagem da atividade danosa, qual seja o objeto do presente estudo, vazamento de dados pessoais dos usuários dos marketplaces, deve reparar o dano causado. De modo tal, eis o entendimento de Tartuce:

O estrondo industrial sentido na Europa com a segunda Revolução Industrial, precursora do modelo capitalista, trouxe consequências jurídicas importantes. De acordo com a aclamada teoria do risco iniciaram-se os debates para a responsabilização daqueles que realizam determinadas atividades em relação à coletividade. Verificou-se, a par dessa industrialização, uma maior atuação estatal, bem como a exploração em massa da atividade econômica, o que justificou a aplicação da nova tese de responsabilidade sem culpa. (TARTUCE, Flávio: Direito Civil: Direito das Obrigações e Responsabilidade Civil. Vol. 2. 14. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 335).

A ação é a forma mais habitual de exteriorizar a conduta pois, fora do domínio contratual, as pessoas são obrigadas a absterem-se da prática de atos que possam lesar o seu semelhante, uma vez que a violação desse dever geral de abstenção é alcançada através de um fazer. A omissão, por sua vez, não pode gerar física ou materialmente o dano sofrido pelo lesado. Todavia, a omissão ganha espaço ao viés jurídico quando o agente tinha dever jurídico de agir e nada faz; ou seja, não impediu o resultado. O agente que atua com dolo sabe ser antijurídico o resultado almejado com a conduta comissiva e, se ainda diante de tal conhecimento do ato ilícito que pratica, a reitera, merece responsabilizar o consumidor virtual lesado.

A nova ótica do dano moral ganha amparo após redação do art. 1º, inc. III da CF/88 estabelecer que um dos pilares do Estado Democrático de Direito é a dignidade da pessoa humana. Os direitos à honra e à privacidade, por exemplo, são incluídos no direito à dignidade, verdadeiro fundamento de cada preceito constitucional e relativos aos direitos da pessoa humana. Tem os danos morais coletivos amparos no art. 6º, VI, do CDC. São para Tartuce (2019, p. 498) várias lesões aos direitos de personalidade. Deve-se compreender que atingem direitos individuais homogêneos e coletivos em sentido estrito, em que as vítimas são

determinadas ou determináveis. Por isso, a indenização deve ser destinada a elas.. Quanto às partes e os componentes que integram a relação jurídica consumerista, tem-se o fornecedor; consumidor; produto e serviço, segundo arts. 2º e 3º do CDC abaixo:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

O comerciante, conforme art. 13 do CDC, obteve responsabilidade solidária em razão de acidentes de consumo. Destaca-se que a inclusão do comerciante como responsável subsidiário almejou ratificar a posição do consumidor na relação de consumo e não o enfraquecer. Em síntese, pode-se resumir a relação entre a responsabilidade civil do CC e a aplicabilidade do CDC do seguinte modo:

Podemos então, sintetizar o que até aqui afirmamos dizendo que se aplica o Código de Defesa do Consumidor sempre que estivermos em face de uma relação de consumo, qualquer que seja a área do Direito onde ela vier a ocorrer. E relação de consumo é a relação jurídica, contratual ou extracontratual, que

tem numa ponta o fornecedor de produtos e serviços e na outra o consumidor; é aquela realizada entre o fornecedor e o consumidor tendo por objeto e circulação de produtos e serviços. Havendo circulação de produtos e serviços entre o consumidor e o fornecedor, teremos relação de consumo regulada pelo Código de Defesa do Consumidor. (CAVALIERI FILHO, Sérgio: Programa de Responsabilidade Civil. 2008, p. 469).

No Brasil, a questão indenizatória que tem por meio de fixação o arbitramento judicial, baseia-se no Princípio da Restituição Integral. Não bastasse o principal objetivo de retornar à vítima ao *status quo ante*, também cumpre papel importante o dano moral ao punir o infrator, marketplace, a fim de que não haja reincidência. Assim sendo, indeniza-se o dano em sua imediata extensão. Tal é a redação do art. 6º do CDC:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados.

4 LEIS

4.1 CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Publicada em 1988, a Constituição da República Federativa do Brasil é a Lei mais importante que rege o país e impacta diretamente a criação, uso e regulamentação de leis infraconstitucionais. O art. 5º é um dos mais importantes presentes na lei. A redação do caput aduz que: todos são iguais perante a lei e deve-se garantir o acesso à liberdade; igualdade;

segurança e propriedade. A regulamentação de tais princípios fica por conta dos incisos. Para o inc. X são invioláveis: a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurando o direito de indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação. Eis o amparo legal que o cidadão encontra quando este possui seu direito violado. Assegura também a Lei em seu inc. XIV o acesso à informação, resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional. Por ser a internet compreendida atualmente como o veículo midiático de maior fluxo informacional em curto período, através de interpretação análoga, tem-se a mesma inserida como um direito fundamental e sua aplicação deve ser efetivada.

Ainda, pontua o art. 5º, inc. XXXII que o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. Certo é que o consumidor tem de se submeter às condições impostas pelo fornecedor se desejar obter o produto ou serviço almejado no marketplace. Os chamados contratos de adesão, que já ocorriam no mundo físico, muitas vezes violavam tais direitos assegurados no inciso X. Conforme anteriormente mencionado, a CF/88 é posterior ao CDC. Desse modo, o objetivo primordial do constituinte ao redigir este artigo fora a implementação de uma Política Nacional de Relações de Consumo. O art. 170 da CF/88 dispõe sobre a ordem econômica, visando a menor intervenção do Estado nas relações consumeristas privadas, a fim de o indivíduo obter maior liberdade na tomada de decisões. O princípio da Livre Concorrência juntamente com o da Defesa do Consumidor, respectivamente incisos IV e V, almejam impedir mecanismos de oligopólios ou monopólios; justamente o que acontece quando há domínio de grandes marcas nas vendas geradas por publicidade direcionada nos marketplaces. A Livre Concorrência tutela as empresas que atuam em determinado segmento econômico; no entanto, tutelam especialmente os consumidores, para que alcancem preços justos e produtos de qualidade.

Emenda Constitucional é o modo pelo qual o legislador modifica a redação expressa da CF/88 após sua promulgação para adaptá-la e atender às mudanças sociais. Faz-se necessário, primeiramente, o desenvolvimento de uma Proposta de Emenda Constitucional (PEC), passando por aprovação de, no mínimo, um terço total dos parlamentares. Após, tem de ser aprovada pela Câmara dos Deputados, Senado Federal e, por último, passar por aprovação do Presidente da República para somente então se tornar uma emenda. A complexidade para adição ao texto constitucional, especialmente no rol do art. 5º, demonstra a seriedade e necessidade de

tutela sobre determinado assunto para que se obtenha uma sociedade livre, justa e igualitária. Assim, o fato de a Emenda Constitucional 115/2022, promulgada em 10 de fevereiro, acrescentar na CF/88, art.5º, o seguinte inc.: “LXXIX – é assegurado, nos termos da lei, o direito à proteção de dados pessoais, inclusive nos meios digitais”, reitera a proteção dos dados pessoais como um direito e garantia fundamental e destaca a importância do uso de maneira correta frente à sociedade econômica que visa apenas o lucro às custas da democracia.

4.2 LEI DO E-COMMERCE

Viu-se que a intensificação das relações sociais e comerciais no meio digital o tornaria o principal mecanismo de venda e relações jurídicas do mundo. Fora no Brasil criada por meio do Decreto Federal 7.962, a Lei do E-commerce (L. 7.962/2013), que dispunha sobre a contratação no comércio eletrônico e buscava compreender o que era permitido e quais as modificações que o distinguiam do comércio físico. Nota-se que tal Lei é reflexo e complementação do Código de Defesa do Consumidor (L. 8.078/1990), reiterando a garantia e a proteção do consumidor, agora no viés tecnológico. Como mecanismo de tutela, estabelece a Lei em seu art. 4º que o fornecedor deverá manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite ao consumidor resolver demandas referentes à questionamentos do contrato (inc. V) e usufruir de meios de segurança eficazes para pagamento e tratamento de dados do consumidor (inc. VII).

O legislador, que já previa falhas nas condutas dos mercados online, só não esperava que, diante da omissão quanto ao tratamento adequado de dados pessoais dos consumidores, surgiria a lucratividade que movimentaria a economia mundial; e que, ainda diante da ciência dos resultados, continuaria o fornecedor a praticá-las. Diante disso, impôs no art. 7º da Lei que, em caso de inaplicabilidade das condutas impostas recairiam as sanções do art. 56 do CDC, como multa (inc. I); suspensão temporária da atividade exercida pelo marketplace (inc. VII) e até mesmo intervenção administrativa (inc. XI). O marketplace é considerado um shopping virtual, variação do comércio eletrônico. O conceito oferece uma plataforma comum afim de que várias empresas exponham seus produtos. Segundo estudo da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo em 2016, que apresentou as maiores empresas de e-commerce do Brasil,

destacavam-se entre elas a B2W Group, responsável pelos marketplaces Americanas e Submarino, por exemplo, e o marketplace do Magazine Luiza, popularmente chamado Magalu. Quando se apresenta um banco de dados, é preciso nivelá-los de acordo com o risco que apresentam caso venha o site a sofrer algum incidente de segurança. Faz-se necessário averiguar internamente qual a origem e finalidade do vazamento, e principalmente observar os impactos que se originaram aos titulares dos dados pessoais a fim de repará-los. Eis a figura do dano moral que impera novamente como forma de ressarcimento do dano causado.

4.3 MARCO CIVIL DA INTERNET

O uso e disposição da Internet no Brasil fora tutelado pela Lei do Marco Civil da Internet, L.12.965/14. Criado com o intuito de regular a forma como a internet seria o veículo midiático das relações sociais e como deveria ser usada, dispõe a Lei em seu art. 2º que, além do respeito à liberdade de expressão, devem os usuários da internet se atentarem, conforme inc. V sobre a necessidade de observar o uso e internet no Brasil de modo que se estimule a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor. Note direta relação com os já estudados anteriormente art. 5º, caput e art. 170, inc. IV e V da CF/88; bem como CDC e Lei do E-commerce.

Dentre os princípios, o art. 3º aponta no inc. II a proteção da privacidade; no inc. III a proteção de dados pessoais, na forma da lei e no inc. VIII a liberdade dos modelos de negócios promovidos na internet, desde que não conflitem com os demais princípios estabelecidos na lei. Este último discorre sobre a questão econômica que rotaciona o cenário de comércio online. Propositamente, segue a mesma vertente do disposto constitucional, art. 170, inc. IV, sobre a livre concorrência e menor intervenção do Estado nas relações privadas da internet. Por sua vez, o parágrafo único aponta que tais princípios não excluem os demais previstos na Constituição Federal nem os dispostos nos tratados internacionais, de modo que deve se observar a proporcionalidade ao utilizá-los. O texto legal dos incisos preparou a sociedade brasileira para o que viera a se tornar o cenário predominante nas compras, o mercado consumerista online. Em complemento, o inc. VI dispõe sobre a responsabilização dos agentes, reiterando novamente a necessidade de fixar a responsabilidade civil nas relações de consumo online, especificamente para a presente pesquisa, nos

casos de marketplaces. Quanto aos direitos e garantias dos usuários da internet no Brasil, o art. 7º elenca alguns, entre eles a inviolabilidade da intimidade e da vida privada, sua proteção e indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação (inc. I); o não fornecimento a terceiros de seus dados pessoais, salvo consentimento livre, expresso e informado ou em hipóteses legais (inc. VII); informações claras e completas sobre o armazenamento e tratamento de dados pessoais, os quais serão usados para finalidades especificadas nos contratos de prestação de serviços ou em termos de uso e aplicações de internet (inc. VIII, alínea c), além, é claro, do consentimento expresso pelo titular (inc. IX);

O entrave encontra-se justamente no art. 7º, inc. VIII quando aduz que o usuário tem direito às informações sobre uso, armazenamento, tratamento e proteção de seus dados pessoais. A condicionante está ligada diretamente às finalidades especificadas nos contratos de prestação de serviços ou em termos de uso de aplicações de internet, como política de privacidade. Entende-se essa como um conjunto de diretrizes e informações sobre o manejo dos dados dos usuários e está presente em todos os meios e acessos digitais. No instante em que se adquire um banco de dados, os marketplaces usam da política de privacidade instaurada como componente basilar voltado ao esclarecimento pelo modo que usa tais informações, se as repassa a terceiros, quem os são e quais os objetivos do compartilhamento.

Aos dados pessoais e às comunicações privadas, é certo e reforça os princípios constitucionais o MC ao dizer em seu art. 11 que, havendo relação digital, desde que haja manejo de dados pessoais e a conexão ocorra em território nacional, deve-se observar as leis brasileiras e os direitos constitucionais abrangidos. Basta, conforme §1º do mesmo artigo, que um deles atue no Brasil, seja o consumidor online ou o marketplace tenha sua sede no país. Já prevendo a falha ao cumprimento legal, estipula o art. 12 as sanções. A que mais chama atenção, inc. II, é a multa de até 10% (dez por cento) do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, considerados a condição econômica do infrator e do princípio da proporcionalidade entre a gravidade e a intensidade da sanção. Como regra, estatui o art. 18 que ao provedor de conexão à internet não cabe ação regressiva de terceiro. Excepcionalmente, no art. 19, o mesmo responderá civilmente por danos do conteúdo de terceiros se, após notificação judicial específica, não tomar providências que tornem indisponível o conteúdo apontado como infringente.

Presente a relação com o CDC sobre responsabilidade civil, representado digitalmente pela Lei do E-commerce, o MC da internet demonstra, novamente, a necessidade de fixar a responsabilidade em caso de danos ocorridos pela violação dos dados pessoais. Note que o MC nada fixa sobre a responsabilidade civil nas relações digitais; a percepção fica a cargo do jurista se uma relação digital tem caráter consumerista, que se vale da responsabilidade civil objetiva, ou não, que obedece a responsabilidade civil subjetiva, mediante prova de culpa.

4.4 LEI GERAL DA PROTEÇÃO DE DADOS

Em 1995 surgira a Data Protection Directive, traduzida como Diretiva de Proteção de Dados e fora aplicada para tutelar os dados de cidadãos europeus até o surgimento do GDPR. General Data Protection Regulation, em português Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados, é um regulamento criado pelo Parlamento Europeu em 2016 que passou a vigorar apenas em 2018. Trata sobre regras de privacidade e proteção de dados dos cidadãos da União Europeia, recaindo também sobre o cenário Econômico Europeu e almeja uma atuação ética das empresas para com seus consumidores em âmbito digital. As regras do GDPR continuam valendo para brasileiros, mesmo com a posterior criação da LGPD, de qualquer organização que venha a coletar e armazenar dados de cidadãos do continente europeu, independente do país que a instituição esteja. Clara é a relação com o art. 11 do MC. Dentre os princípios expostos no artigo 5.1-2, o GDPR prega aos cidadãos europeus o da legalidade, equidade e transparência, cuja prática deve ser exposta de modo claro a todos os europeus e onde circunda o mercado econômico, sem que as empresas ocultem mecanismos de obtenção de dados pessoais. Uma vez instaurada a transparência pela empresa e notificado sobre a política de privacidade, deve o usuário, pelo princípio do consentimento, controlar quais de seus dados pessoais podem ser usados e para quais finalidades o serão, de maneira que as finalidades devem ser evidenciadas pelas empresas como limite ao uso. O controle possibilita ao consumidor negar o uso de alguns de seus dados pessoais e permitir o tratamento de outros, elucidando, na realidade, o direito de oposição. Todavia, ao negá-lo, tem-se o desenvolvimento do marketplace afetado, uma vez que não é cômodo serem, as grandes marcas, impedidas de coletarem os dados pessoais dos consumidores da plataforma. Como meio de boicote, não entregam os

conteúdos pretendidos e podem até impedir a continuidade no site. Nas palavras de Zuboff (2021, p. 273) o absurdo é complicado pelo fato de que quase ninguém lê sequer um desses “contratos”. Um valioso estudo empírico de 543 participantes familiarizados com assuntos jurídicos de privacidade e vigilância descobriu que, quando solicitados a aderir a um serviço online, 74% optaram pelo procedimento de “adesão rápida”, passando por cima dos acordos de termos de serviço e política de privacidade. Ainda, a estimativa era de que os documentos levariam ao menos 45 minutos para serem lidos em sua totalidade; mas, os que optaram pelo acordo rápido, levaram somente 14 segundos.

Em caso de invasão dos dados armazenados por hackers, é dever das empresas que os detinham avisar, por intermédio do controlador, os consumidores em até 72 horas do conhecimento do fato. A permissão para processar os dados pessoais dos consumidores fica sob égide do art. 6º, quando, por exemplo, o titular forneceu consentimento específico para processamento de seus dados ao clicar no termo de política de privacidade, participar de lista de transmissão para receber ofertas publicitárias de determinada marca. Entretanto, aduz o art. 7º que tal consentimento deve ser transparente e acessível; podendo, inclusive, ser revogado a qualquer tempo. Faz-se de extrema importância apontar que o GDPR atua em todo o cenário europeu e legisla à toda população, justo dizer, então, que as multas e infrações são diretamente proporcionais ao tamanho e rendimento empresarial. O controlador atua como responsável por demonstrar a eficácia do marketplace em conformidade com os princípios da lei. Logo, presente a desconformidade com o manejo de dados pessoais, além de notificar o consumidor do fato danoso, pode, comprovada ligação direta com o vazamento de dados pessoais da plataforma, responder por eles. A ação sobre o vazamento é um direito do usuário online e, segundo art. 79 do GDPR, pode ser ajuizada em face do responsável na comarca onde tenha o controlador residência habitual ou no local em que o marketplace tenha sede.

O GDPR também prevê infrações às empresas que atuarem à margem da lei, as quais podem variar de notificações até multas de vinte milhões de euros ou a 4% sobre a receita anual da companhia referente ao último ano. O percentual, embora pequeno é, grande se comparado ao tamanho da receita que as grandes redes sociais como o Facebook ou marketplaces como a Amazon obtém com a venda de dados pessoais de seus usuários. Para a lei, conforme art. 82, aquele que sofrera os danos decorrentes da violação do presente regulamento, tem direito à indenização

advinda do responsável pelo tratamento. A partir do momento que se infringir o regulamento, o responsável, independente de prova de culpa, seguindo a mesma vertente do CDC brasileiro, responde pelos danos causados. No entanto, é cabível ao controlador isentar-se da responsabilidade indenizatória caso comprove que não teve ligação com o fato que originou o vazamento ou até mesmo responder pelo vazamento dos dados em sua integralidade e atuar, posteriormente, com regressiva de terceiro contra o subcontratante. Difícil é demonstrar a linha tênue que separa o momento em que deixa de ter ligação com o fato, vez que tem acesso a todos os dados pessoais que circundam no marketplace.

4.5 LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS BRASILEIRA

Inspirada no Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR), o Brasil criou a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais com intuito de garantir direitos e obrigações quanto aos dados pessoais dos cidadãos brasileiros, sobretudo no âmbito virtual. A promulgação da LGPD (L. 13.709/18), em 2018, e sua vigência desde setembro de 2020, fora essencial para que a população brasileira tivesse, ao menos na teoria, seus direitos e deveres resguardados diante do vazamento de dados na internet, sobretudo no que diz respeito às relações consumeristas. A ANPD, Autoridade Nacional de Proteção de Dados é quem fiscaliza e implementa o cumprimento da LGPD no território brasileiro. Criada pela Medida Provisória nº 869/18, era entendida como órgão vinculado à Administração Pública Federal, dotado de autonomia técnica. Fora alterada pela Medida Provisória nº 1124/22, convertida posteriormente na Lei nº 14.460/22 e transformou a ANPD de órgão da administração pública para Autarquia de Natureza Especial.

No que cerne aos princípios da LGPD, o art. 2º traz como essenciais para a presente pesquisa a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem (inc. IV); a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor (inc. VI), sobretudo no meio digital. O art. 5º, por sua vez, em seus incisos, traz conceitos que direcionam a aplicabilidade da LGPD no cotidiano, possuindo respaldo nos conceitos do art. 4º do GDPR. A saber, estatui o art. 5º inciso I que dado pessoal é a informação pessoal natural identificada ou identificável, objeto imaterial de alta receita que rotaciona o PIB mundial. Por sua vez, o inciso IV traz o conceito de banco de dados como o conjunto estruturado de dados pessoais, estabelecido em

um ou em vários locais, em suporte eletrônico ou físico. Segundo art. 5º inc. IX, os agentes que tratam os dados são o controlador e o operador; ou seja, toda e qualquer operação feita com os dados pessoais dos consumidores online oriundos dos marketplaces compete a quem os administra, independente da consequência positiva ou nociva. A permissão para o tratamento de dados na LGPD fica sob texto legal do art. 7º, inspirado no art. 6º do GDPR. Entre as possibilidades: mediante fornecimento de consentimento pelo fornecedor (inc. I) ou quando necessário para atender aos interesses legítimos do controlador ou de terceiros, exceto no caso de prevalecerem direitos e liberdades fundamentais ou titular que exijam a proteção de dados pessoais (inc. IX). Também prevendo a falha na aplicabilidade legal, previu o legislador no art. 48 da LGPD que cabe ao controlador de dados avisar à autoridade competente e o titular da ocorrência do incidente de segurança para deixá-los cientes de futuros danos. A atuação da ANPD fica evidente no art. 52 quando permite a aplicação de sanções administrativas em caso de infringência legal. Contraposto ao GDPR, há maior flexibilização, como no inc. II em que a multa simples que atinge teto máximo de 2% do faturamento da empresa no ano anterior; bem como inc. IV que trata da publicização da infração após constatada ocorrência. A inovação da LGPD se mostra evidente no art. 8º, §2º quanto à incumbência do controlador em provar a obtenção do consentimento pelo titular. Em síntese, não basta que o titular tenha fornecido o consentimento livre e inequívoco de seus dados para manuseio; é preciso que o controlador atue de modo claro e prove que, mesmo sabendo o que seria feito com os dados pessoais fornecidos, o titular forneceu consentimento.

5 ANÁLISE DE VAZAMENTO DE DADOS PESSOAIS NOS MARKETPLACES QUE ATUAM NO BRASIL

A junção da IA com a capacidade do Google de pré-moldar os usuários por meio de rastros digitais gerou, para a Alphabet, por meio da receita publicitária do Google Research no segundo trimestre de 2021, o faturamento de US\$ 61,88 bilhões de dólares. (Tecnundo, Góis, 2021). Um dos casos que despertou o interesse da população sobre vazamento de dados pessoais fora da Cambridge Analytica. Em 2014, a empresa se valeu de dados pessoais como profissão, nome, cidade, hábitos e preferências políticas de 50 milhões de usuários do Facebook para experimentarem

testes comportamentais, sem, é claro, o consentimento destes. Os resultados obtidos por meio de teste psicológico, foram, de pronto, usados na campanha presidencial de, Donald Trump, nos EUA, em 2016. O impactante é que não apenas os dados pessoais daqueles que realizaram o teste, mas também foram usados os dos amigos em comum ao que fizera o teste. (Privacidade Hackeada; Netflix, 2019).

Sob a ótica brasileira, em 2018, a Netshoes foi condenada a pagar R\$500.000,00 (meio milhão de reais) a título de indenização por danos morais após vazamento de dados de 2 milhões de usuários que ocorrera em 2018. Um hacker denominado 'DFrank' enviou três documentos com dados pessoais dos clientes do e-commerce. A quantia fora resultado de um acordo com o Ministério Público do Distrito Federal - MPDFT em fevereiro de 2019, que fora paga em cinco parcelas ao Fundo de Defesa de Direitos Difusos, popular FDD. (G1 DF, 2019); (Jota: Aragão, 2022). No entanto, não houve menção à indenização individual dos consumidores que tiveram seus dados expostos. O MP informou que caso a Netshoes descumprisse qualquer uma dessas medidas, ficaria sujeita a uma ação coletiva no valor de R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais), além de um processo por danos patrimoniais de R\$ 85.000.000,00 (oitenta e cinco milhões de reais), ou o equivalente a R\$5,00 (cinco reais) por cada dado presente no vazamento. Até o presente momento da pesquisa, nada se constatou. Não se tem informação se os indivíduos lesados foram ressarcidos e nem para que o dinheiro pago pela Netshoes fora utilizado após pagamento ao FDD. (Tecnoblog: Ventura, 2019).

A Forbes Tech, conforme redação de julho de 2021, abordou a multa da UE estimada em US\$ 886 milhões pela Comissão Nacional de Proteção de Dados de Luxemburgo face a falha na privacidade de dados do marketplace Amazon. Quanto ao valor estimado, deve-se este ao fato de ter a empresa processado dados pessoais dos consumidores indo contra os ditames do GDPR (Regulamento Geral de Proteção de Dados) na prática da publicidade direcionada. Tem-se aqui a maior multa decretada desde a vigência do GDPR, na Europa. (Forbes: Redação, 2021). Segundo A Gazeta, em 21 de outubro de 2021, houve um dos maiores vazamentos de dados pessoais que afetaram os marketplaces brasileiros como Americanas, Magalu, Mercado Livre e até mesmo a Amazon. A responsável pelo vazamento de mais de 1,75 bilhão de dados pessoais foi a plataforma de vendas online Hariexpress. O relatório estatístico fora divulgado pelo Safety Detectives, laboratório de segurança digital que analisa questões de vazamento de dados, que constatou má configuração em um servidor da

plataforma, nomeado de ElasticSearch, mecanismo de busca dentro dos sites, estava sem proteção criptografada, suporte extra de segurança que altera a ordem dos dados almejando protegê-los, e sem proteção por senha há um mês; tempo este suficiente para a quantidade de dados pessoais rotacionados serem gigantescos e causarem danos imensuráveis. A plataforma contava com 610 gigabytes de informações. Quanto aos dados pessoais dos consumidores, cita-se os números de telefone; endereços de e-mails e detalhes de faturamento, sobretudo endereço de cobrança e o valor pago pelas mercadorias. (A Gazeta: Brandão, 2021).

Invasão de dados dos cartões de mais de 227 mil brasileiros descoberta pelo NordVPN afirma que estão disponíveis para aquisição na dark web. A estimativa é que cada cartão brasileiro esteja sendo vendido na dark web por cerca de 36 reais em conversão monetária. Em ordem crescente de vazamento de dados, tem-se as bandeiras Elo, em 3º lugar, Visa em 2º e Mastercard em 1º. Aqui, o dado estatístico volta atenção ao fato de consumidores online deixarem seus dados bancários registrados e até mesmo os cartões logados nos sites dos marketplaces. (Tecmundo; Pignati, 2022). Outrossim, retrata o Mercado Livre que ao menos 300 mil usuários tiveram seus dados vazados por acesso ao código-fonte da plataforma. A invasão ocorreria dado o envio de documento aos investidores no dia 07 de março de 2022. Os hackers invadiram o código-fonte, obtendo dados pessoais dos consumidores. Suspeita-se que a operação tenha sido efetuada pelo Lapsus\$ Group em decorrência do grupo já ter feito uma enquete no canal de comunicação de Telegram, onde os dados vazados são compartilhados. Na plataforma, o grupo indagava quais empresas deveriam ser invadidas. (Tecnoblog; Tunholi, 2022).

As Lojas Americanas, importante marketplace brasileiro, também sofreu um incidente de segurança e ficou vários dias com o site fora do ar. Notificada pela Juíza da 6ª Vara Empresarial do Rio de Janeiro em ação civil pública interposta pelo Ibraci (Instituto Brasileiro de Cidadania), foi o responsável por exigir do marketplace mais informações detalhadas acerca do incidente. Questionada, negou ter ocorrido vazamento de dados e que não houve evidências técnicas que provaram o comprometimento de bases de dados pessoais de consumidores. (Infomoney: Sampaio, 2022). Como significativo avanço, em matéria publicada em 07/07/23 no site oficial do governo brasileiro, a ANPD aplicou a primeira multa por descumprimento à LGPD. Em denúncia feita ao órgão em 2020, relativa à eleição municipal de Ubatuba, a empresa Telekall Infoservice estaria oferecendo uma lista de contatos do WhatsApp

para fins de divulgação de material para campanha eleitoral. Observe que a ANPD analisou o incidente de segurança por longos três anos até, de fato, aplicar a multa, evidenciando assíduo trabalho quanto à comprovação de nexos entre o dado pessoal vazado (número de telefone) e a empresa que o fizera.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fácil seria, após o exposto detalhado acima, responsabilizar o Estado brasileiro e seus órgãos que atuam na parte digital pela falta de fiscalização e sanção aplicada. Todavia, entende-se que o entrave ocupa cenário mundial e recai, primeiramente, sobre o caráter social daquele que ocupa posição dominante na sociedade mercantil digital. Na era do capitalismo de vigilância, onde se prega uma conexão plena visando lucro exacerbado, a democracia e liberdade do indivíduo, independente se ambiente físico ou virtual, recaem para segundo plano.

Seguindo as leis, compreende-se que, de fato, o fornecedor de bens e serviços responde, em especial digitalmente, pelo dano causado, salvo se comprovado que não teve ligação com o vazamento dos dados pessoais. Outrossim, é possível responder de modo isolado e, após, entrar com ação regressiva diante dos demais fornecedores do marketplace. Ainda, é certo que a responsabilidade objetiva, sem prova de culpa, respalda as relações consumeristas como aduz a Lei do E-commerce, diferentemente da que impera no Código Civil. Uma vez provado o fato, dano e o nexo causal entre eles, responde o fornecedor a título de danos morais, sem se ausentar das demais sanções administrativas. Certa também a assertiva do vazamento de dados pessoais que ocorrem nos marketplaces brasileiros ser compreendido como defeito na prestação de serviço do fornecedor da plataforma; ou seja, encontra-se a falha na segurança ao não tutelar os dados armazenados ou dispô-los de modo incorreto com as diretrizes da plataforma, trazendo danos aos consumidores que, por sua vez, devem ser ressarcidos.

Por outro lado, de modo coerente, entende-se que os dados se tornaram o bem imaterial de maior valor econômico explorado mundialmente. Fato este que impossibilita o controle de modo restrito a quem chega o dado pessoal vendido e como impedir que continuem os marketplaces, explorando os dados pessoais de seus consumidores online, de modo a não causar mais dano algum. Desta forma, criaram os

legisladores, já prevendo a falha humana nas relações sociais digitais, medidas civis, administrativas e penais para mitigar o impacto do vazamento que os dados pessoais causariam aos seus titulares.

Logo, em síntese, ante o exposto, instiga-se como medida de política pública a criação, pelos próprios marketplaces, de termos de política de privacidade com maior transparência quanto ao tratamento dos dados pessoais fornecidos pelos consumidores; de modo que o direito de oposição não interfira na qualidade do navegador ou produto digital adquirido e possam, os marketplaces, explorá-los economicamente sem infringir a privacidade dos consumidores. Não bastante e primordialmente, como outra medida de política pública, a regulamentação, dentro da própria ANPD, de mecanismos fiscalizadores mais rígidos para que o titular do dado pessoal vazado seja efetivamente ressarcido quanto ao dano moral e as condenações atuem de modo eficaz, encaminhando o montante ao verdadeiro prejudicado.

6 REFERÊNCIAS

ANDRADE, Juliana. **Cibersegurança: entenda os perigos do ambiente digital**. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2020/11/ciberseguranca-entenda-os-perigos-do-ambiente-digital/>. Acesso em 16 de janeiro de 2023.

ARAGÃO, Alexandre. **5 grandes vazamentos de dados no Brasil – e suas consequências**. Disponível em: <https://www.jota.info/tributos-e-empresas/mercado/vazamentos-de-dados-no-brasil-28012022>. Acesso em 17 de dezembro de 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1. ed. 2001.

BRANDÃO, Vinicius. **Vazamento de dados: como saber se suas informações foram expostas e o que fazer**. Disponível em: <https://www.agazeta.com.br/es/economia/vazamento-de-dados-como-saber-se-suas-informacoes-foram-expostas-e-o-que-fazer-1021>. Acesso em 14 de dezembro de 2022.

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm#art118. Acesso em: 3 fev. 2023.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 26 de outubro de 2022.

BRASIL. Lei do E-commerce. Brasília. DF: Presidência da República. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm. Acesso em 12 de janeiro de 2023.

BRASIL. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm. Acesso em: 3 fev. 2023.

BRASIL. Marco Civil da Internet. Lei 12.965, de 23 de abril de 2014. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 4 fev. 2023.

CASTRO, Juliana. **Fomentar cultura de proteção de dados no país ainda é desafio, diz diretor da ANPD.** Disponível em: <https://www.jota.info/jotinhas/fomentar-cultura-de-protecao-de-dados-no-pais-ainda-e-desafio-diz-diretor-da-anpd-28012022>. Acesso em 18 de dezembro de 2022.

CAVALIERI FILHO, Sérgio: **Programa de responsabilidade civil.** São Paulo: Atlas. 2008. 8. ed.

DERBLI, Ludmila Santos. **O transplante jurídico do regulamento geral de proteção de dados da União Europeia (“GDPR”) para o direito brasileiro.** Brasília. 2019. Disponível em: [file:///C:/FDF/IC.%202022.23/tazevedo,+500-2243-1-ED+\(1\)+POR\[1\].pdf](file:///C:/FDF/IC.%202022.23/tazevedo,+500-2243-1-ED+(1)+POR[1].pdf). Acesso em: 07 de junho de 2023.

FIA. **GDPR [Guia Completo]: tudo que você precisa saber sobre a Lei.** Disponível em: <https://fia.com.br/blog/gdpr/>. Acesso em: 15 de junho de 2023.

FORBES. **UE multa Amazon em US\$ 886 milhões em caso sobre privacidade de dados.** Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/07/ue-multa->

amazon-em-us-886-milhoes-em-caso-sobre-privacidade-de-dados/. Acesso em 14 de dezembro de 2022.

G1. Netshoes terá de pagar R\$ 500 mil por vazamento de dados de 2 milhões de clientes. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2019/02/05/netshoes-tera-de-pagar-r-500-mil-por-vazamento-de-dados-de-2-milhoes-de-clientes.ghtml>. Acesso em 17 de dezembro de 2022.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo: **Novo Curso de Direito Civil**. São Paulo: Saraiva, 2019. Vol. 3. 17. ed.

GDPR.UE. **O que é a GDPR, a nova lei de proteção de dados da UE?** Disponível em: <https://gdpr.eu/what-is-gdpr/>. Acesso em: 14 de junho de 2023.

GDPR. UE. **Intersoft Consulting**. Disponível em: <https://gdpr-info.eu/>. Acesso em: 14 de junho de 2023.

GIOLO JUNIOR, Cildo: **O Estado-fornecedor e sua responsabilidade civil pela prestação do serviço judiciário**. Franca: Ribeirão Gráfica Editoria, 2015.

GÓIS, Aléxis C. **Dona do Google, Alphabet tem crescimento de 166% nos lucros**. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/221930-alphabet-dona-google-dobra-lucro-trimestre.htm>. Acesso em: 15 de novembro de 2022.

GOV.BR. **ANPD aplica a primeira multa por descumprimento à LGPD**. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/anpd-aplica-a-primeira-multa-por-descumprimento-a-lgpd>. Acesso em: 15 de julho de 2023.

GOV.BR. **ANPD lança guia orientativo “Cookies e Proteção de Dados Pessoais”**. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias-periodo-eleitoral/anpd-lanca-guia-orientativo-201ccookies-e-protecao-de-dados-pessoais201d>. Acesso em 16 de janeiro de 2023.

JORNAL OFICIAL DA UNIÃO EUROPEIA. **Regulamento (UE) 2016/679 do parlamento europeu e do conselho de 27 de abril de 2016**. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>. Acesso em: 03 de junho de 2023.

JUSBRASIL. **O que fazer em caso de vazamento de dados pessoais (incidente de segurança)**. Disponível em: <https://raianepaulaadvogada.jusbrasil.com.br/artigos/1659003448/o-que-fazer->

em-caso-de-vazamento-de-dados-pessoais-incidente-de-seguranca. Acesso em 16 de dezembro de 2022.

JUSBRASIL. **Vazamento de Dados – o que a LGPD determina?** Disponível em: <https://direitodigitalcast.jusbrasil.com.br/artigos/1259878406/vazamento-de-dados-o-que-a-lgpd-determina>. Acesso em 16 de dezembro de 2022.

KASPERSKY. **O que são cookies?** Disponível em: <https://www.kaspersky.com.br/resource-center/definitions/cookies>. Acesso em: 16 de janeiro de 2023.

KNOTH, Pedro. **Mercado Livre é notificado pelo Procon de SP e do Rio por vazamento de dados.** Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/2022/03/10/mercado-livre-e-notificado-pelo-procon-de-sp-e-do-rio-por-vazamento-de-dados/>. Acesso em 17 de dezembro de 2022.

MERCADO PAGO. **Lei do e-commerce: tudo o que você precisa saber.** Disponível em: <https://empreendedores.mercadopago.com.br/lei-do-e-commerce-tudo-o-que-voce-precisa-saber>. Acesso em 12 de janeiro de 2023.

NETO, Antenor. **Qual é a diferença entre e-commerce e marketplace?** Disponível em: <https://www.escoladeecommerce.com/artigos/diferenca-e-commerce-marketplace/#:~:text=E-commerce%20%C3%A9%20uma%20loja%20online%20pr%C3%B3pria%2C%20exclusiva%20da,e-commerce%20e%20marketplace%20e%20como%20voc%C3%AA%20pode%20>0. Acesso em 13 de janeiro de 2023.

OLIVEIRA, Kaynã de. **Coleta de dados pessoais pelos “cookies” só pode ser feita com consentimento.** Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/coleta-de-dados-pessoais-pelos-cookies-so-pode-ser-feita-com-consentimento/#:~:text=Os%20cookies%20s%C3%A3o%20pequenos%20arquivos%20que%20se%20instalam,de%20acordo%20com%20o%20perfil%20de%20quem%20navega>. Acesso em 16 de janeiro de 2023.

PAIVA, Letícia. **LGPD: 77% das decisões que citam lei não resultaram em condenação em 2021.** Disponível em: <https://www.jota.info/justica/lgpd-condenacao-77-das-decisoes-nao-27012022>. Acesso em 18 de dezembro de 2022.

PIGNATI, Giovana. **Dark web: dados de cartões de 227 mil brasileiros estão à venda.** Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/seguranca/232161-dark-web-dados-cartoes-227-mil-brasileiros-venda.htm>. Acesso em: 25 de outubro de 2022.

SAMPAIO, Daniel. **O que é E-commerce? Tudo o que você precisa saber para ter uma loja virtual de sucesso.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/e-commerce-guia/>. Acesso em 13 de janeiro de 2023.

SAMPAIO, Lucas. **Americanas diz à Justiça que contratou especialistas mundialmente reconhecidos para lidar com ataque hacker.** Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/americanas-diz-a-justica-que-contratou-especialistas-mundialmente-reconhecidos-para-lidar-com-ataque-hacker/>. Acesso em: 19 de dezembro de 2022.

TARTUCE, Flávio: Direito Civil: **Direito das Obrigações e Responsabilidade Civil.** v.2. 14. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

TUNHOLI, Murilo. **Mercado Livre sofre vazamento e hackers do ConectSUS podem ser os responsáveis.** Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/2022/03/08/mercado-livre-e-invadido-por-hackers-do-conectesus-e-tem-dados-vazados/#:~:text=O%20Mercado%20Livre%20confirmou%20que%20cerca%20de%20300,plataforma.%20A%20empresa%20ainda%20est%C3%A1%20analisando%20a%20situa%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em 17 de dezembro de 2022.

VENTURA, Felipe. **Netshoes paga R\$500 mil em danos morais após vazamento de dados.** Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/2019/02/05/netshoes-acordo-mpdft-vazamento-dados/>. Acesso em 17 de dezembro de 2022.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira de poder.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. 800 p. 1. Ed.