

## **Atividade empresarial no ambiente digital e o direito à privacidade do consumidor<sup>1</sup>**

### *Business activity in the digital environment and the right to consumer privacy*

José Henrique de Oliveira Couto<sup>2</sup>  
Andréa Luísa de Oliveira<sup>3</sup>

**RESUMO:** Os empresários que atuam no ambiente digital, no mais das vezes, desrespeitam o direito à privacidade do consumidor, pois coletam, estocam e compartilham as informações com naturezas particulares, sem obterem o devido consentimento. Partindo daí, o objetivo do presente trabalho será demonstrar que a atividade empresarial digital ter-se-á que respeitar o direito à privacidade do consumidor, o qual consiste no controle de quais dados podem ser tratados. Utilizando a metodologia dedutiva, com fortes embasamentos doutrinários científicos e legislativos, fora alcançada a conclusão de que o direito à privacidade do consumidor é uma condição suspensiva para exercício do comércio na internet, em respeito à autodeterminação informativa daquele para dispor de suas informações pessoais.

---

<sup>1</sup> Artigo submetido em 24-02-2021 e aprovado em 21-06-2022

<sup>2</sup> Graduando em direito pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Diretor de qualidade da Revista Dizer, periódico eletrônico da faculdade de direito da Universidade Federal do Ceará (UFC). Autor de obras jurídicas cíveis, empresariais e digitais. Endereço eletrônico: [henrique\\_jose2000@hotmail.com](mailto:henrique_jose2000@hotmail.com)

<sup>3</sup> Doutora integrante do PPGD em Direito pela UniCeub – Brasília (DF). Mestre em Direito pela Universidade Federal de Uberlândia (MG). Professora da pós-graduação e graduação. Advogada. Membro da Associação Nacional dos Profissionais de Privacidade de Dados (ANPPD). Endereço eletrônico: [andrealui2006@yahoo.com.br](mailto:andrealui2006@yahoo.com.br)



**ABSTRACT:** Entrepreneurs who work in the digital environment, more often than not, disrespect the right to consumer privacy, because they collect, store and share information with particular characteristics, without obtaining proper consent. From there, the objective of this work will be to demonstrate that digital business activity will have to respect the consumer's right to privacy, which consists in controlling which data can be processed. Using the deductive methodology, with strong scientific and legislative doctrinal foundations, the conclusion was reached that the right to consumer privacy is a suspensive condition for the exercise of internet commerce, in respect of the informative self-determination of the one to dispose of his personal information.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumidor. Atividade empresarial digital. Direito à privacidade. Internet.

**KEYWORDS:** Consumer. Digital business activity. Right to privacy. Internet.

## 1 INTRODUÇÃO

Louis Brandeis e Samuel D. Warren<sup>4</sup>, ainda em 1890, descreveram que o direito à privacidade é importante contra o fenômeno de avanço tecnológico e seu uso no ambiente jornalístico, conquanto pode afetar os âmbitos íntimos dos indivíduos. Porém, não é só. Tal direito, na atualidade marcada pela indústria da vigilância, também é importante para o consumidor, pois lhe dá o poder de controlar qual informação particular poderá ser coletada e compartilhada pelos comerciantes que atuam no ambiente digital.

Não é à toa que Tatiana Malta Vieira<sup>5</sup> sacramenta que do direito à privacidade do consumidor decorre a “prerrogativa de controlar informações pessoais, evitando-se o acesso e a divulgação de tais dados sem a anuência do referido titular”. Em termos nítidos, o direito à privacidade diz respeito ao consumidor poder, através da autodeterminação

---

<sup>4</sup> WARREN, Samuel D.; LOUIS, Brandeis. The Right to Privacy. **HARV. L. REV**, 1890, p. 193-200. Disponível em: [https://www.jstor.org/stable/1321160?seq=1#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1321160?seq=1#metadata_info_tab_contents). Acesso em: 10 fev. 2021.

<sup>5</sup> VIEIRA, Tatiana Malta. **O direito à privacidade na sociedade da informação : efetividade desse direito fundamental diante dos avanços da tecnologia da informação**. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade de Brasília, Brasília, 2007, p. 273. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/3358>. Acesso em: 10 fev. 2021.



informativa, controlar quais informações particulares poderão ser tratadas pelos empresários digitais.<sup>6</sup>

Em decorrência deste direito do consumidor, a atividade empresarial digital ter-se-á que ser exercida sob limitações, devendo os comerciantes se absterem de coletar, armazenar e compartilhar os dados pessoais dos sujeitos vulneráveis, salvo se houver um inequívoco e cristalino consentimento para tal fim.

Partindo daí, o objetivo do presente trabalho científico será demonstrar que o consumidor tem um direito à privacidade frente o desenvolvimento da atividade empresarial digital. Esta finalidade advém da problemática de que o consumidor é tratado como um objeto valioso pelos comerciantes, porque seus dados pessoais são utilizados para fomento de publicidades e criação de tendências mercadológicas, ou seja, o destinatário final de produtos ou serviços, com frequência, tem seus dados particulares sendo extraídos da esfera pessoal, sendo compartilhados pelos comerciantes digitais.

Com a finalidade de melhor abordagem desta temática, o presente trabalho adotará o método de abordagem hipotético-dedutivo, com investigações de materiais doutrinários e legislações.

## 2 ATIVIDADE EMPRESARIAL DIGITAL E A VIDA PRIVADA DO CONSUMIDOR

Von Hayek<sup>7</sup> ensina que as trocas voluntárias já existiam na era paleolítica, ou seja, a atividade financeira, ainda que desenvolvida em territórios locais primordialmente, é mais antiga que a razão, porque os indivíduos, com base nos instintos, faziam permutas de objetos para garantirem sua sobrevivência.<sup>8</sup>

Após intenso aprimoramento da cultura no ambiente financeiro, evolução do próprio gênero “*homo*” e desenvolvimento da ciência primitiva, eclodiu-se a primeira

---

<sup>6</sup> THOMSON, Jarvis Judith. The Right to Privacy. **Philosophy & Public Affairs**, v. 4, n. 4, 1975, p. 310-314. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2265075?seq=1>. Acesso em: 10 fev. 2021.

<sup>7</sup> Nos dizeres do consagrado autor, o “comércio com certeza surgiu bem cedo, e o comércio a grandes distâncias, e de artigos cuja fonte os comerciantes nele envolvidos provavelmente não conheciam, é bem mais antigo do que qualquer outro contato entre grupos remotos que possa ser traçado hoje. [...] Na Europa, existem evidências de comércio a enormes distâncias já na era paleolítica”. VON HAYEK, Friedrich August. **Os erros fatais do socialismo: por que a teoria não funciona na prática**. Barueri: Faro Editorial, 2017, p. 55.

<sup>8</sup> HOPPE, Hans-Hermann. **Uma Breve História do Homem: Progresso e Declínio**. Traduzido por Paulo Polzonoff. São Paulo: LVM editora, 2018, p. 40.



Revolução Industrial, no século XVIII. Ela foi responsável pela união da tecnologia na produção, gerando, pela primeira vez na história, mais bens do que demanda.<sup>9,10</sup>

Já a 2ª Revolução Industrial, ocorrida do século XIX ao XX, foi responsável pelo desenvolvimento das indústrias elétricas e químicas.<sup>11</sup> Como bem explica Basan e Couto<sup>12</sup>, esta etapa, por sacramentar a “união da ciência à produção”, impulsionou o desenvolvimento da atividade comercial.

Hodiernamente, é vigente a 3ª Revolução Industrial<sup>13</sup>, que é marcada pela atividade empresarial ser desenvolvida tanto sobre os pilares das tecnologias das informações e comunicações (TIC’S)<sup>14</sup>, especialmente a da internet; quanto sobre a violação à privacidade do consumidor.

<sup>9</sup> BENIGER, James. **The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society**. Cambridge: Harvard University Press, 1989.

<sup>10</sup> A brilhante pesquisa científica de Yuval Noah Harari demonstra que há 4,5 bilhões de anos se formou o planeta terra, há 3,8 bilhões os primeiros organismos e há 200 mil anos o “Homo sapiens” na África Oriental. Assim, com base na razão, não no instinto humano, houve a eclosão da primeira Revolução Industrial, de tal modo que a humanidade reconheceu a ignorância e começou a aproximar a tecnologia e a ciência na linha de produção, própria do capitalismo. HARARI, Yuval Noah. **Sapiens: Uma breve história da humanidade**. Tradução Janaína Marcoantonio. Porto Alegre: L&PM, 2018, p. 11-15.

<sup>11</sup> DATHEIN, RICARDO. **Inovação e Revoluções Industriais: uma apresentação das mudanças tecnológicas determinantes nos séculos XVIII e XIX**. Publicações DECON Textos Didáticos. 02/2003. DECON/UFRGS, Porto Alegre, Fevereiro 2003, p. 05-07.

<sup>12</sup> BASAN, Arthur Pinheiro; COUTO, José Henrique de Oliveira. A monitoração eletrônica do consumidor e a proteção de dados pessoais enquanto direito fundamental. In: LONGHI, João Victor Rozatti; FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura (Coords.); BORGES, Gabriel de Oliveira Aguiar; REIS, Guilherme (Orgs.). **Fundamentos de direito digital: a ciência jurídica na sociedade da informação**. Uberlândia: LAECC, 2020, pp. 297.

<sup>13</sup> É importante ponderar que existem controvérsias acerca da 3ª Revolução Industrial, porque, por exemplo, Jeremy Rifkin menciona que ela é marcada pelo abandono de energias não sustentáveis para o meio ambiente, pela criação de usinas de coleta, armazenamento e distribuição de energias e pelo desenvolvimento de equipamentos tecnológicos que as armazenam. RIFKIN, Jeremy. **A Terceira Revolução Industrial**. Mbooks, 2012.

<sup>14</sup> Neste sentido, Esther Lerma pondera: “*Las transformaciones que las nuevas tecnologías de la información generan en el sector empresarial son continuas. Desde hace tiempo se viene subrayando la especial incidencia que la tecnología informática y telemática tiene en el seno de la empresa*”. LERMA, Esther Morón. Quiebras de la privacidad en escenarios digitales: espionaje industrial. **Eguzkilore**, n. 21, p. 117-144, 2007, p. 118. Disponível em: <https://www.ehu.eus/documents/1736829/2176629/06+E+Moron+Quiebras+de+la+privacidad>. Acesso em: 07 fev. 2021.



Isto porque, como bem aponta James Beniger<sup>15</sup>, a indústria se alterou para aproximar os consumidores dos que realizam atividade mercantil no ambiente digital, através de violação à privacidade pelo tratamento dado às informações particulares daqueles.<sup>16</sup>

*“la inmersión de la empresa en el “entorno digital” ha comportado múltiples avances en cuanto al almacenamiento, acceso, manipulación, transmisión y reproducción de los datos”.*<sup>17</sup> Assim, a atividade mercantil se estrutura no ambiente digital porque dá mais facilidade ao empresário em coletar, armazenar e partilhar os dados pessoais dos consumidores, no mais das vezes apenas para obter lucro.

Trata-se da atividade empresarial sendo desenvolvida no ambiente da internet e causando amplos impactos na vida particular do consumidor, porque o mesmo tem seus dados particulares extraídos de sua esfera para, posteriormente, serem compartilhados, seja para tradição, criação de tendências no mercado ou fomento de publicidades.

Tanto é que, com elevada lucidez, Clarisse Moura<sup>18</sup> ensina que a atividade empresarial digital está rentável porque permite os dados pessoais dos consumidores serem tolhidos, para, então, serem compartilhados; e não é só, no mais das vezes isto é feito até com a ausência do consentimento esclarecido do mesmo.

Em nítidos termos, os empresários digitais, enquanto pessoas físicas ou jurídicas que atuam com frequência, com profissionalismo e organização de fatores de produção, colhem e partilham os dados pessoais dos consumidores; e isto ocorre, com frequência,

<sup>15</sup> BENIGER, James. **The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society**. Cambridge: Harvard University Press, 1989.

<sup>16</sup> Não é atoa que Sérgio Silveira lapida que os empresários desenvolvem tecnologias para ver quais ações são tomadas pelos consumidores. SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Tudo sobre tod@s: Redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais**. 1. ed. Edições Sesc, 2017, p. 11.

<sup>17</sup> Ipsis litteris, “A imersão da empresa no 'ambiente digital' levou a múltiplos avanços em termos de armazenamento, acesso, manipulação, transmissão e reprodução de dados”. LERMA, Esther Morón. Quiebras de la privacidad en escenarios digitales: espionaje industrial. **Eguzkilore**, n. 21, p. 117-144, 2007, p. 119. Disponível em: <https://www.ehu.es/documents/1736829/2176629/06+E+Moron+Quiebras+de+la+privacidad>. Acesso em: 07 fev. 2021.

<sup>18</sup> MOURA, Clarissa Maria Lima. **Dados pessoais como ativo na economia digital: a tutela jurídica na legislação nacional e europeia acerca da manipulação de dados sensíveis para fins econômicos**. Monografia (graduação em direito) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019, p. 50. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/37157/1/Dados%20Pessoais%20Como%20Ativo%20na%20Economia%20Digital%20-%20A%20tutela%20jur%20c%27%20addica%20na%20legisla%20c%27%20a3o%20nacional%20e%20europeia%20acerca%20da%20manipula%20c%27%20ao%20de%20dados%20sens%20c%27%20adveis%20para%20fins%20econ%20c%27%20b4micos%20-%20Clarissa%20Maria%20Lima%20Moura.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2021.



sem terem uma inequívoca declaração de vontade, a qual representaria a verdadeira intenção do sujeito vulnerável.<sup>19</sup>

A atividade empresarial digital impacta diretamente e indiretamente na vida particular do consumidor, conquanto este tem dados desde preferências, gostos, opiniões até características morais, psíquicas e físicas indevidamente coletados, armazenados e compartilhados.

Frente a liberdade empresarial digital de atuar oferecendo serviços ou produtos, a vida privada do consumidor se resta desrespeitada, em virtude do mesmo, ainda que sem consentir internamente ou externamente, ter seus conteúdos particulares coletados e partilhados. Não é a toa que Sérgio Silveira sacramenta que os empresários que atuam na internet sempre coletam os dados dos consumidores com naturezas de comportamento, de interesses individual e coletivo e de preferências.<sup>20</sup>

Andrei Marmor<sup>21</sup> complementa descatando que *“right to privacy is violated when somebody manipulates, without adequate justification, the relevant environment in ways that significantly diminish your ability to control what aspects of yourself you reveal to others”*. Assim, os empresários que atuam na internet, justamente por coletarem e compartilharem os dados pessoais dos consumidores sem obterem a devida declaração de vontade, geram um sopesamento da vida particular do mesmo.

Há ausência de possibilidade do consumidor escolher entregar seus dados pessoais, os quais revelam suas faces mais íntimas, e, portanto, a atividade empresarial digital é desenvolvida com fulcro no sopesamento da vida privada do consumidor. Ou seja, face à operação mercantil na internet, o consumidor resta-se com o direito à privacidade deslegitimado, porque suas informações personalíssimas são tratadas da seguinte maneira: primeiro, são colhidas; segundo, são armazenadas em grandes sistemas; terceiro, são compartilhadas.

O artigo 12º da Declaração Universal de Direitos Humanos<sup>22</sup> sacramenta que “ninguém será sujeito à interferência na sua vida privada”, ou seja, seja uma pessoa física,

---

<sup>19</sup> TEPEDINO, Gustavo; BARBOZA, Heloisa Helena; MORAES, Maria Celina Bodin de. **Código Civil interpretado conforme a Constituição da República**. [S.I.]: RENOVAR, 2011, p. 01-23.

<sup>20</sup> SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Economia da intrusão e modulação na internet. **Liinc em Revista**, v. 12, n. 1, 2016, p. 19. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3706>. Acesso em: 08 fev. 2021.

<sup>21</sup> Ipsis Litteris, O “direito à privacidade é violado quando alguém manipula, sem justificativa adequada, o ambiente relevante de forma que diminua significativamente sua capacidade de controlar quais aspectos de si mesmo você revela aos outros”. MARMOR, Andrei. What Is the Right to Privacy?. **Philosophy & Public Affairs**, v. 43, n. 1, p. 3-26, 2015, p. 11. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/26605221?seq=1>. Acesso em: 08 fev. 2021.

<sup>22</sup> **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Assembleia Geral das Nações Unidas em Paris. 10 dez. 1948.



um empresário ou um consumidor, a privacidade é um direito universal, a qual ter-se-á que ser respeitada em efeito *erga omnes*. Entretanto, a atividade empresarial digital não observa tal direito do consumidor, em realidade é feita ultrapassando o objeto do negócio jurídico, alcançando o próprio sujeito vulnerável e seus conteúdos privativos. Neste sentido, Couto e Morena<sup>23</sup> ponderam:

Ainda que no Brasil [...] leis tutelem os dados pessoais [...], em realidade os empresários digitais atuam com abusividade ao ultrapassarem o objeto do contrato, geralmente consistente na prestação de um serviço ou fornecimento de um produto; é que os empresários [...] colhem e partilham os dados pessoais.

Em nítidas palavras, em que pese existir leis tutelando a privacidade, a atividade empresarial digital é desenvolvida a deslegitimando, conquanto o consumidor tem de sua esfera sólida os dados pessoais coletados, estocados e partilhados, especialmente para fins de criações de tendências no ambiente financeiro ou de publicidades.

A atividade empresarial digital, portanto, transforma a situação do consumidor de um demandante final de produtos ou serviços em um bem, no mais das vezes valiosíssimo, com seus dados pessoais sendo os motores desta 3ª Revolução Industrial. Zygmunt Bauman<sup>24</sup>, inclusive, defende que há alteração da lógica mercadológica, onde o consumidor, frente aos avanços das operações financeiras na internet, se assume como o próprio produto, seus dados são valiosos.

Partindo daí, tem-se que a operação empresarial digital é feita sem observância a vida privada do consumidor, porque o mesmo é alvo do fenômeno do indevido tratamento de dados pessoais, isto é, a atividade financeira desenvolvida na internet vai em desencontro com a privacidade do consumidor, que tem um conjunto sistemático, hierárquico e diversificado de dado pessoal tolhido e compartilhado.

### **3 DIREITO À PRIVACIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE A ATIVIDADE EMPRESARIAL NO AMBIENTE DIGITAL**

---

<sup>23</sup> COUTO, José Henrique De Oliveira; BATISTA, Morena Gabriela C. S. P. O direito à proteção de dados pessoais dos consumidores enquanto fundamento da atividade empresarial. Sobrinho, Liton Lanes Pilau; CRUZ, Paulo Márcio; ALVES, Paulo Roberto Ramos Alves (org.). **Jurisdição constitucional, democracia e relações sociais: direitos humanos e cidadania**. Itajaí: UNIVALI, 2020, p. 318-319.

<sup>24</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.



Já em 1948, a Declaração Universal de Direitos Humanos<sup>25</sup> ponderava, conforme artigo 12º, que ninguém, incluindo aí o destinatário final de produtos ou serviços, se sujeita a interferência na vida privada. As informações particulares dos sujeitos consumidores devem se esquivar de interferências pelas atividades empresariais, em respeito não apenas a tal Declaração, cujo enfoque é jurídico; mas ao ser, que, apesar de estar sob roupagem de um adquirente de bem ou serviço, merece que seus aspectos íntimos estejam sobre o manto de proteção.<sup>26</sup>

Valendo-se de metáfora, Nelson Saldanha<sup>27</sup> descreve que jardim é sinônimo de particularidade, já a praça se refere a sociabilidade. Assim, os bosques dos consumidores têm que estar livres de invasões e interferências por terceiros, incluindo aí os empresários; ou seja, os jardins dos consumidores terão que estar bem cultivados, suas particulares não podem sempre estar sob o domínio público, pelo contrário, devem estar estacionadas nos âmbitos sigilosos, no mais das vezes.

Isto porque, as informações pessoais dos mesmos não podem sempre ficar em um fluxo contínuo e ágil de partilhamento pelos comerciantes, pelo contrário, deverão estar tratadas positivamente, no sentido de não serem esbulhadas e compartilhadas das esferas dos consumidores, não sem o consentimento inequívoco e esclarecido.

É neste caldo que se insere o direito à privacidade<sup>28</sup> do consumidor, que consiste no “conjunto de informação acerca do indivíduo que ele pode decidir manter sob seu

---

<sup>25</sup> **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Assembleia Geral das Nações Unidas em Paris. 10 dez. 1948.

<sup>26</sup> FIGUEROA G., Rodolfo. El derecho a la privacidad en la jurisdicción de protección. **Revista chilena de derecho**, v. 40, n. 3, p. 859-889, 2013, p. 13-14. Disponível em: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-34372013000300005](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34372013000300005). Acesso em: 9 fev. 2021.

<sup>27</sup> SALDANHA, Nelson. **O jardim e a praça**. São Caetano: Yendis, 2005.

<sup>28</sup> Em uma brilhante pesquisa, Laura Schertel destaca que o direito à privacidade assume-se com diversas nomenclaturas. Nos termos da jurista: “Embora reconhecido por diversos países, o direito à privacidade apresenta variações quanto à nomenclatura, conteúdo e extensão nas diferentes legislações. Com relação à terminologia utilizada para designá-lo, encontram-se no direito americano expressões como “right to privacy” e “right to be let alone”, enquanto no direito francês, encontram-se as expressões “droit a la vie privée” e “droit a la intimité”. Na Itália, utilizam-se os termos “diritto alla riservatezza”, “diritto alla segretezza” e “diritto alla rispetto della vita privata”, na Espanha fala-se de “derecho a la intimidad” e na Alemanha utiliza-se predominantemente a expressão “Recht auf informatioelle Selbstbestimmung” (direito à autodeterminação informacional)”. MENDES, Laura Schertel. **Transparência e privacidade: violação e proteção da informação pessoal na sociedade de consumo**. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008, p. 18-19. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp149028.pdf>. Acesso em: 9 fev. 2021.





exclusivo controle, ou comunicar, decidindo a quem, quando, onde e em que condições”, de acordo com José Afonso da Silva<sup>29</sup>.

O direito à privacidade do consumidor, portanto, traduz-se no poder de controle sobre o que, quando e como os dados pessoais serão coletados e divulgados, de tal modo que tem vigência frente a atividade empresarial digital, não se podendo tolerar que os comerciantes sempre atuem o violando.

Em decorrência do princípio da livre iniciativa, consagrado como espinha dorsal da atividade econômica, os empresários digitais podem vender serviços ou produtos, entretanto também terão que observar o direito à privacidade, o qual concede ao sujeito vulnerável o controle sobre quais informações privadas poderão sair de sua esfera para, posteriormente, serem compartilhadas.<sup>30,31</sup>

Não se trata de proibição do empresário em atuar no ambiente digital, em verdade diz respeito à sua operação estar em consonância com os ditames jurídicos-ontológicos advindos do direito à privacidade do consumidor, quais sejam: o dele escolher se os dados particulares podem ser alvos de compartilhamento e de que modo isto poderá ser realizado.

É que o direito à privacidade é a “faculdade que tem cada indivíduo de obstar a intromissão de estranhos em sua vida privada”, de acordo com Celso Bastos e Ives Gandra Martins.<sup>32,33</sup> Assim, sendo as informações pessoais características desde atributos físicos,

---

<sup>29</sup> SILVA, José Afonso da. Curso de Direito Constitucional Positivo. 19ª ed. São Paulo: Malheiros, 1997, p. 209. Apud: PENNA, Luisa Ferreira Gonzalez. **A Coleta de Dados pelas Novas Tecnologias e o Direito à Privacidade**. Monografia (Graduação em direito) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018, p. 37. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/37786/37786.PDF>. Acesso em: 9 fev. 2021.

<sup>30</sup> SACHELLI, Roseana Cilião. A livre iniciativa e o princípio da função social nas atividades empresariais no contexto globalizado. **Revista da AJURIS**, v. 40, n. 129, 2013, p. 251. Disponível em: <http://ajuris.kinghost.net/OJS2/index.php/REVAJURIS/article/viewFile/315/250>. Acesso em: 9 fev. 2021.

<sup>31</sup> De acordo com o artigo 170º da Carta Magna, a ordem econômica tem seu fundamento no princípio da livre iniciativa. Importante ressaltar que nenhum princípio é absoluto, e os empresários, sejam atuantes na internet ou não, devem respeitar os direitos privados dos consumidores, tal como o da privacidade. BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 9 fev. 2021.

<sup>32</sup> BASTOS, Celso Ribeiro; MARTINS, Ives Gandra. **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva, 1989, p. 63.

<sup>33</sup> Em idêntica posição, Stefano Rodotà ensina que a evolução do direito à privacidade levou ao estágio atual, que é o da autonomia de controle do indivíduo em decidir como suas informações particulares serão tratadas por terceiros, sejam eles empresários ou não. RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade da vigilância: a privacidade hoje**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008, p. 17.



morais e intelectuais até gostos e preferências, a atividade empresarial digital terá que ser limitada pelo poder do consumidor em disponibilizá-las.

Vladimir Silveira e Patricia Almeida<sup>34</sup>, inclusive, lapidam que o empresário terá que respeitar os direitos “por meio de prevenção ou mitigação dos impactos negativos de suas atividades ou da circulação de seus produtos e serviços, além da responsabilidade por possíveis danos por elas causados”. Neste sentido, tem-se que a atividade empresarial digital não poderá ser realizada com desrespeito ao direito à privacidade do consumidor, cabendo aos comerciantes terem o consentimento inequívoco para coletarem e compartilharem as informações pessoais daqueles.

Cécile Terwangne<sup>35</sup> destaca que o direito à privacidade consiste em uma subjetividade de controle do consumidor para decidir quais dados privativos sobre si próprio podem ser divulgados, para quem e qual é a finalidade. Em termos concretos, do direito à privacidade decorre a autodeterminação informativa, que é a faculdade subjetiva do consumidor para escolher quais dados pessoais poderão ser socializados.<sup>36</sup>

Justamente por isso, a atividade empresarial digital não poderá continuar sendo desenvolvida com desrespeito ao direito à privacidade do consumidor, através de uma vigilância eletrônica e coleta de dados particulares; pelo contrário, ter-se-á que se atentar aos efeitos de tal direito, e, por isso, não havendo a inequívoca declaração de vontade, os comerciantes não podem fazer tratamentos na vida privada do sujeito vulnerável.<sup>37,38</sup>

<sup>34</sup> SILVEIRA, Vladimir Oliveira da; ALMEIDA, Patricia Martinez. Empresas e Direitos Humanos. **Revista Thesis Juris**, v. 4, n. 2, 2015, p. 363. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/thesisjuris/article/view/9086/3913>. Acesso em: 9 fev. 2021.

<sup>35</sup> Nos dizeres de Cécile, é consequência do direito à privacidade: “*information selfdetermination means the control over one’s personal information, the individual’s right to decide which information about themselves will be disclosed, to whom and for what purpose*”. TERWANGNE, Cécile de. **Internet Privacy and the Right to Be Forgotten/Right to Oblivion**. VII International Conference on Internet, Law & Politics, 2012, p. 110. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/271266988\\_Privacidad\\_en\\_Internet\\_y\\_el\\_derecho\\_a\\_ser\\_olvidado\\_derecho\\_al\\_olvido/fulltext/5890049645851573233e8620/Privacidad-en-Internet-y-el-derecho-a-ser-olvidado-derecho-al-olvido.pdf](https://www.researchgate.net/publication/271266988_Privacidad_en_Internet_y_el_derecho_a_ser_olvidado_derecho_al_olvido/fulltext/5890049645851573233e8620/Privacidad-en-Internet-y-el-derecho-a-ser-olvidado-derecho-al-olvido.pdf). Acesso em: 9 fev. 2021.

<sup>36</sup> TERWANGNE, Cécile de. **Internet Privacy and the Right to Be Forgotten/Right to Oblivion**. VII International Conference on Internet, Law & Politics, 2012, p. 110. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/271266988\\_Privacidad\\_en\\_Internet\\_y\\_el\\_derecho\\_a\\_ser\\_olvidado\\_derecho\\_al\\_olvido/fulltext/5890049645851573233e8620/Privacidad-en-Internet-y-el-derecho-a-ser-olvidado-derecho-al-olvido.pdf](https://www.researchgate.net/publication/271266988_Privacidad_en_Internet_y_el_derecho_a_ser_olvidado_derecho_al_olvido/fulltext/5890049645851573233e8620/Privacidad-en-Internet-y-el-derecho-a-ser-olvidado-derecho-al-olvido.pdf). Acesso em: 9 fev. 2021.

<sup>37</sup> FERREIRA, Ana Amelia Menna Barreto de Casto. Proteção do Consumidor no Comércio Eletrônico sob a Ótica da Teoria da Confiança. **Revista da EMERJ**, v. 11, n. 42, 2008, p. 171-173. Disponível em: [https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj\\_online/edicoes/revista42/Revista42\\_160.pdf](https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista42/Revista42_160.pdf). Acesso em: 9 fev. 2021.

<sup>38</sup> SILVA, Rosane Leal da. Contratos eletrônicos e a proteção de dados pessoais do consumidor: diálogo de fontes entre o código de defesa do consumidor e o marco civil da internet. **Revista de Direito, Governança**



É que a atividade empresarial digital será feita com respeito ao direito à privacidade quando o destinatário final de produtos ou serviços consentir com o modo de tratamento da sua informação particular.

Ao se levar em consideração que, conforme Stefano Rodotà<sup>39</sup>, tal direito à privacidade possibilita qualquer consumidor em ceder com exclusividade suas próprias informações, a atividade empresarial digital estará com uma condição suspensiva para ser feita: a de não interferir na vida particular do vulnerável; isto é, o direito à privacidade do consumidor é uma barreira para o comerciante digital, conquanto o mesmo deve se abster de coletar e compartilhar as informações privadas daquele, quando não houver declaração de vontade para tal fim.

Arthur Miller<sup>40</sup> consagra que o direito à privacidade do consumidor é o atributo básico para controlar o fluxo contínuo e frequente de dados privados relacionados a si próprio. Justamente por isso, os comerciantes devem atuar respeitando o direito à privacidade dos consumidores, onde são estes que definirão o que, quando e como sua vida privada poderá ser socializada, não aqueles.

À luz dos ensinamentos de Luís Roberto Barroso, do direito à privacidade decorre:

o reconhecimento da existência [...] de espaços que devem ser preservados da curiosidade alheia, por envolverem o modo de ser de cada um, as suas particularidades. Aí estão incluídos os fatos ordinários, ocorridos geralmente no âmbito do domicílio ou em locais reservados, como hábitos, atitudes, comentários, escolhas pessoais, vida familiar, relações afetivas.<sup>41</sup>

Assim, a vida privada do consumidor terá que ser preservada não apenas da curiosidade alheia, como também do fenômeno da economia da vigilância, onde os comerciantes digitais atuam subtraindo das esferas dos consumidores um conjunto hierárquico e sistemático de informações pessoais. Isso advém do fato de que os

---

e **Novas Tecnologias**, v. 2, n. 1, p. 74-91, 2016, p. 78-79. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/revistadgnt/article/view/805>. Acesso em: 10 fev. 2021.

<sup>39</sup> RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade da vigilância: a privacidade hoje**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008, p. 267.

<sup>40</sup> MILLER, Arthur. **Assault on privacy: computers, data banks and dossier**. Michigan: University of Michigan Press, 1971, p. 25.

<sup>41</sup> BARROSO, Luís Roberto. Colisão entre Liberdade de Expressão e Direitos da Personalidade. Critérios de Ponderação. Interpretação Constitucionalmente adequada do Código Civil e da Lei de Imprensa. **Revista De Direito Administrativo**, v. 235, p. 13. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/45123>. Acesso em: 09 mar. 2022.



E-Civitas - Revista Científica do Curso de Direito do UNIBH – Belo Horizonte

Volume XV, número 1, julho de 2022 – ISSN: 1984-2716 – [ecivitas@unibh.br](mailto:ecivitas@unibh.br)

Disponível em: <https://unibh.emnuvens.com.br/dcjpg/index>

consumidores têm informações privadas que, por envolverem seus modos de ser, as suas características umbilicais e seus gostos íntimos, devem estar sigilosas, em virtude de os protegerem nos aspectos das integridades.<sup>42</sup>

A Declaração Americana dos Direitos e Deveres do Homem<sup>43</sup> sacramenta que: “toda pessoa tem direito à proteção da lei contra os ataques abusivos [...] à sua vida particular”. Na mesma linha, a Convenção Americana de Direitos Humanos<sup>44</sup> destaca, segundo artigo 11º, que “ninguém pode ser objeto de ingerências arbitrárias ou abusivas em sua vida privada”. O Código Realense<sup>45</sup> também pondera no artigo 21º que a “vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz, a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma”.

Enfim, diversas são as normas que tutelam a vida privada do consumidor<sup>46</sup>, lhes dando a garantia de controlarem individualmente quais dados particulares poderão escapar do jardim, ingressando na praça. Ainda assim, na realidade tem-se que a atividade digital é desenvolvida sobre desrespeito ao direito à privacidade do consumidor,

---

<sup>42</sup> De forma brilhante, Laura Schertel Mendes destaca que certas informações da vida privada do consumidor devem ser protegidas para que os mesmos tenham tanto a personalidade quanto a dignidade preservadas, especialmente contra as condutas de tratamento de dados de terceiros que são abusivas, ilícitas, discriminatórias e atentatórias. MENDES, Laura Schertel. **Transparência e privacidade: violação e proteção da informação pessoal na sociedade de consumo**. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008, p. 27-28. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp149028.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2021.

<sup>43</sup> **Declaração Americana dos Direitos e Deveres do Homem**. IX Conferência Internacional Americana, 1948.

<sup>44</sup> **Convenção Americana de Direitos Humanos**. Conferência Especializada Interamericana sobre Direitos Humanos, 1969.

<sup>45</sup> BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de Janeiro de 2002. **Institui o Código Civil**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406compilada.htm#direitoempresa](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm#direitoempresa). Acesso em: 10 fev. 2021.

<sup>46</sup> Além das já citadas, também há a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), a qual sacramenta que os agentes de tratamentos de dados pessoais dos consumidores terão que observarem diversos princípios. Trata-se de medida feliz para tutelar um rol de conteúdos particulares dos sujeitos vulneráveis. BRASIL. Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm). Acesso em: 10 fev. 2021.



conquanto este tem informações particulares coletadas e compartilhadas, especialmente para criação de tendências mercadológicas e fomento de publicidades.<sup>47,48</sup>

Samara Bueno<sup>49</sup>, inclusive, descreve que há uma capitalização dos dados pessoais dos consumidores pelos empresários digitais, e isto é feito através da coleta, armazenamento e compartilhamento dos dados particulares deles.

É frente este quadro que a atividade empresarial digital ter-se-á que observar o direito à privacidade do consumidor, de tal modo que é este que deverá controlar a “própria exposição ou a disponibilidade de informações” particulares, consoante lições de Luciana Ferriani<sup>50</sup>.

A atividade empresarial digital, portanto, ter-se-á que respeitar o direito à privacidade do consumidor, devendo o tratamento de dados particulares serem feitos apenas com a inequívoca e cristalina declaração de vontade deste, sendo incabível que os comerciantes decidam quando, o que, onde e como vão coletá-los e compartilhá-los.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Seja o empresário uma pessoa física ou uma pessoa jurídica, seu objeto social ter-se-á que estar em consonância com o ditame jurídico-ontológico do direito à privacidade do consumidor.

---

<sup>47</sup> SILVA, Rosane Leal da. Contratos eletrônicos e a proteção de dados pessoais do consumidor: diálogo de fontes entre o código de defesa do consumidor e o marco civil da internet. **Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias**, v. 2, n. 1, p. 74-91, 2016, p. 75-79. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/revistadgnt/article/view/805>. Acesso em: 10 fev. 2021.

<sup>48</sup> BUENO, Samara Schuch. **Regulação do tratamento de dados pessoais e contribuições ao combate ao abuso do poder econômico**. Dissertação (Mestrado em direito) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2019, p. 38. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/4204/5/Samara%20Schuch%20Bueno.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2021.

<sup>49</sup> BUENO, Samara Schuch. **Regulação do tratamento de dados pessoais e contribuições ao combate ao abuso do poder econômico**. Dissertação (Mestrado em direito) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2019, p. 39. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/4204/5/Samara%20Schuch%20Bueno.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2021.

<sup>50</sup> FERRIANI, Luciana de Paula Assis. **O direito ao esquecimento como um direito da personalidade**. Tese (Doutorado) - Curso de Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/18867/2/Luciana%20de%20Paula%20Assis%20Ferriani.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2021.



Então, é através da autodeterminação informativa do sujeito vulnerável que existirá a possibilidade ou não do comerciante digital em fazer tratamento nos dados privativos, os quais podem ser extremamente sensíveis ou não. Trata-se de limitação ao princípio da livre iniciativa do empresário, conquanto o mesmo terá que ser diligente e zeloso com a vontade cristalina do consumidor em dispor de suas informações.

Nesta trilha, tem-se que, pelo direito à privacidade do consumidor ser uma condição suspensiva para exercício mercantil na internet, os empresários não podem coletarem e compartilharem as informações privativas daqueles, salvo ter um inequívoco consentimento para este fim.

## Referências

BASAN, Arthur Pinheiro; COUTO, José Henrique de Oliveira. A monitoração eletrônica do consumidor e a proteção de dados pessoais enquanto direito fundamental. In: LONGHI, João Victor Rozatti; FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura (Coords.); BORGES, Gabriel de Oliveira Aguiar; REIS, Guilherme (Orgs.). **Fundamentos de direito digital: a ciência jurídica na sociedade da informação**. Uberlândia: LAECC, 2020.

BASTOS, Celso Ribeiro; MARTINS, Ives Gandra. **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva, 1989.

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

BENIGER, James. **The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society**. Cambridge: Harvard University Press, 1989.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 9 fev. 2021.



E-Civitas - Revista Científica do Curso de Direito do UNIBH – Belo Horizonte

Volume XV, número 1, julho de 2022 – ISSN: 1984-2716 – [ecivitas@unibh.br](mailto:ecivitas@unibh.br)

Disponível em: <https://unibh.emnuvens.com.br/dcjpg/index>

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de Janeiro de 2002. **Institui o Código Civil**. Disponível em:

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406compilada.htm#direitoempresa](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm#direitoempresa).

Acesso em: 10 de fev. de 2021.

BRASIL. Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm). Acesso em: 10 fev. 2021.

BUENO, Samara Schuch. **Regulação do tratamento de dados pessoais e contribuições ao combate ao abuso do poder econômico**. Dissertação (Mestrado em direito) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2019. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/4204/5/Samara%20Schuch%20Bueno.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2021.

Convenção Americana de Direitos Humanos. **Conferência Especializada Interamericana sobre Direitos Humanos**, 1969.

COUTO, José Henrique De Oliveira; BATISTA, Morena Gabriela C. S. P. O direito à proteção de dados pessoais dos consumidores enquanto fundamento da atividade empresarial. Sobrinho, Liton Lanes Pilau; CRUZ, Paulo Márcio; ALVES, Paulo Roberto Ramos Alves (org.). **Jurisdição constitucional, democracia e relações sociais: direitos humanos e cidadania**. Itajaí: UNIVALI, 2020.

DATHEIN, RICARDO. **Inovação e Revoluções Industriais: uma apresentação das mudanças tecnológicas determinantes nos séculos XVIII e XIX**. Publicações DECON Textos Didáticos. 02/2003. DECON/UFRGS, Porto Alegre, Fevereiro 2003.

**Declaração Americana dos Direitos e Deveres do Homem**. IX Conferência Internacional Americana, 1948.

**Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Assembleia Geral das Nações Unidas em Paris. 10 dez. 1948.



E-Civitas - Revista Científica do Curso de Direito do UNIBH – Belo Horizonte

Volume XV, número 1, julho de 2022 – ISSN: 1984-2716 – [ecivitas@unibh.br](mailto:ecivitas@unibh.br)

Disponível em: <https://unibh.emnuvens.com.br/dcjpg/index>

FERREIRA, Ana Amelia Menna Barreto de Casto. Proteção do Consumidor no Comércio Eletrônico sob a Ótica da Teoria da Confiança. **Revista da EMERJ**, v. 11, n. 42, 2008. Disponível em: [https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj\\_online/edicoes/revista42/Revista42\\_160.pdf](https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista42/Revista42_160.pdf). Acesso em: 9 fev. 2021.

FERRIANI, Luciana de Paula Assis. **O direito ao esquecimento como um direito da personalidade**. Tese (Doutorado) - Curso de Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/18867/2/Luciana%20de%20Paula%20Assis%20Ferriani.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2021.

FIGUEROA G., Rodolfo. El derecho a la privacidad en la jurisdicción de protección. **Revista chilena de derecho**, v. 40, n. 3, p. 859-889, 2013. Disponível em: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-34372013000300005](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34372013000300005). Acesso em: 9 fev. 2021.

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens: Uma breve história da humanidade**. Tradução Janaína Marcoantonio. Porto Alegre: L&PM, 2018.

HOPPE, Hans-Hermann. **Uma Breve História do Homem: Progresso e Declínio**. Traduzido por Paulo Polzonoff. São Paulo: LVM editora, 2018.

LERMA, Esther Morón. Quiebras de la privacidad en escenarios digitales: espionaje industrial. **Eguzkilore**, n. 21, p. 117-144, 2007. Disponível em: <https://www.ehu.eus/documents/1736829/2176629/06+E+Moron+Quiebras+de+la+privacidad>. Acesso em: 07 fev. 2021.

MARMOR, Andrei. What Is the Right to Privacy?. **Philosophy & Public Affairs**, v. 43, n. 1, p. 3-26, 2015. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/26605221?seq=1>. Acesso em: 08 fev. 2021.

MENDES, Laura Schertel. **Transparência e privacidade: violação e proteção da informação pessoal na sociedade de consumo**. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008. Disponível em:



E-Civitas - Revista Científica do Curso de Direito do UNIBH – Belo Horizonte

Volume XV, número 1, julho de 2022 – ISSN: 1984-2716 – [ecivitas@unibh.br](mailto:ecivitas@unibh.br)

Disponível em: <https://unibh.emnuvens.com.br/dcjpg/index>



<http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp149028.pdf>. Acesso em: 9 fev. 2021.

MILLER, Arthur. **Assault on privacy: computers, data banks and dossier**. Michigan: University of Michigan Press, 1971.

MOURA, Clarissa Maria Lima. **Dados pessoais como ativo na economia digital: a tutela jurídica na legislação nacional e europeia acerca da manipulação de dados sensíveis para fins econômicos**. Monografia (graduação em direito) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/37157/1/Dados%20Pessoais%20Como%20Ativo%20na%20Economia%20Digital%20-%20A%20tutela%20jur%20c3%20addica%20na%20legisla%20c3%20a7%20c3%20a3o%20nacional%20e%20europeia%20acerca%20da%20manipula%20c3%20a7ao%20de%20dados%20sens%20c3%20adveis%20para%20fins%20econ%20c3%20b4micos%20-%20Clarissa%20Maria%20Lima%20Moura.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2021.

PENNA, Luisa Ferreira Gonzalez. **A Coleta de Dados pelas Novas Tecnologias e o Direito à Privacidade**. Monografia (Graduação em direito) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/37786/37786.PDF>.

RIFKIN, Jeremy. **A Terceira Revolução Industrial**. Mbooks, 2012.

RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade da vigilância: a privacidade hoje**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

SACHELLI, Roseana Cilião. A livre iniciativa e o princípio da função social nas atividades empresariais no contexto globalizado. **Revista da AJURIS**, v. 40, n. 129, 2013. Disponível em: <http://ajuris.kingghost.net/OJS2/index.php/REVAJURIS/article/viewFile/315/250>. Acesso em: 9 fev. 2021

SALDANHA, Nelson. **O jardim e a praça**. São Caetano: Yendis, 2005.



E-Civitas - Revista Científica do Curso de Direito do UNIBH – Belo Horizonte

Volume XV, número 1, julho de 2022 – ISSN: 1984-2716 – [ecivitas@unibh.br](mailto:ecivitas@unibh.br)

Disponível em: <https://unibh.emnuvens.com.br/dcjpg/index>

SILVA, Rosane Leal da. Contratos eletrônicos e a proteção de dados pessoais do consumidor: diálogo de fontes entre o código de defesa do consumidor e o marco civil da internet. **Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias**, v. 2, n. 1, p. 74-91, 2016, p. 78-79. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/revistadgnt/article/view/805>. Acesso em: 10 fev. 2021.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da; AVELINO, Rodolfo; SOUZA, Joyce. A privacidade e o mercado de dados pessoais. **Liinc em Revista**, v. 12, n. 2, p. 217-230, 2016. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3719/3138>. Acesso em: 10 fev. 2021.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Economia da intrusão e modulação na internet. **Liinc em Revista**, v. 12, n. 1, 2016. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3706>. Acesso em: 08 fev. 2021.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Tudo sobre tod@s: Redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais**. 1. ed. Edições Sesc, 2017.

SILVEIRA, Vladimir Oliveira da; ALMEIDA, Patricia Martinez. Empresas e Direitos Humanos. **Revista Thesis Juris**, v. 4, n. 2, 2015. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/thesisjuris/article/view/9086/3913>. Acesso em: 9 fev. 2021.

TEPEDINO, Gustavo; BARBOZA, Heloisa Helena; MORAES, Maria Celina Bodin de. **Código Civil interpretado conforme a Constituição da República**. [S.I.]: RENOVAR, 2011.

TERWANGNE, Cécile de. **Internet Privacy and the Right to Be Forgotten/Right to Oblivion**. VII International Conference on Internet, Law & Politics, 2012. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/271266988\\_Privacidad\\_en\\_Internet\\_y\\_el\\_derecho\\_a\\_ser\\_olvidado\\_derecho\\_al\\_olvido/fulltext/5890049645851573233e8620/Privacidad-en-Internet-y-el-derecho-a-ser-olvidado-derecho-al-olvido.pdf](https://www.researchgate.net/publication/271266988_Privacidad_en_Internet_y_el_derecho_a_ser_olvidado_derecho_al_olvido/fulltext/5890049645851573233e8620/Privacidad-en-Internet-y-el-derecho-a-ser-olvidado-derecho-al-olvido.pdf). Acesso em: 9 fev. 2021.



THOMSON, Jarvis Judith. The Right to Privacy. **Philosophy & Public Affairs**, v. 4, n. 4, 1975. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2265075?seq=1>. Acesso em: 10 fev. 2021.

VIEIRA, Tatiana Malta. **O direito à privacidade na sociedade da informação : efetividade desse direito fundamental diante dos avanços da tecnologia da informação**. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade de Brasília, Brasília, 2007. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/3358>. Acesso em: 10 fev. 2021

VON HAYEK, Friedrich August. **Os erros fatais do socialismo: por que a teoria não funciona na prática**. Barueri: Faro Editorial, 2017.

WARREN, Samuel D.; LOUIS, Brandeis. The Right to Privacy. **HARV. L. REV**, 1890. Disponível em: [https://www.jstor.org/stable/1321160?seq=1#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1321160?seq=1#metadata_info_tab_contents). Acesso em: 10 fev. 2021.



E-Civitas - Revista Científica do Curso de Direito do UNIBH – Belo Horizonte

Volume XV, número 1, julho de 2022 – ISSN: 1984-2716 – [ecivitas@unibh.br](mailto:ecivitas@unibh.br)

Disponível em: <https://unibh.emnuvens.com.br/dcjpg/index>