



**A privacidade do consumidor digital escancarada pelos portais de notícias: como a permissão involuntária ao acesso de dados pessoais desafia a eficácia da Lei Geral de Proteção de Dados<sup>1</sup>**

*The digital consumer's privacy exposed by news portals: how the involuntary permission to access personal data challenges the effectiveness of the Brazilian General Data Protection Law*

 **Dennis Verbicaro**

Universidade Federal do Pará (UFPA)  
Doutor em Direito do Consumidor  
Belém, PA – Brasil  
[dennisverbicaro@bol.com.br](mailto:dennisverbicaro@bol.com.br)

 **Luiza Nobre Maziviero**

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP)  
Advogada. Pós-graduanda em Direito Internacional  
São Paulo, SP – Brasil  
[luizamaziviero@gmail.com](mailto:luizamaziviero@gmail.com)

**Resumo:** A vulnerabilidade do consumidor digital é explorada pelas empresas ao imporem termos de uso e *cookies* em troca do fornecimento de informações essenciais em tempos de pandemia, como notícias de saúde, política e economia. O artigo tem como objetivo geral a análise, por meio do método hipotético-dedutivo e pesquisa teórico-bibliográfica, de natureza transdisciplinar, do impacto da pandemia de Covid-19 no direito fundamental de proteção dos dados dos consumidores digitais no Brasil, focando especialmente no consumo de informações de grandes portais de notícias e na tutela desse direito pelo Estado brasileiro, de viés neoliberal, e como objetivo específico o estudo da possibilidade de agravamento dos riscos quanto ao uso indiscriminado de suas informações sensíveis, bem como pela insuficiente regulação estatal das plataformas eletrônicas, por meio do teste da hipótese de que as plataformas de notícias se apropriam forçadamente dos dados pessoais dos consumidores, ainda mais vulneráveis durante a pandemia de Covid-19. O artigo conclui pelo reconhecimento de uma vulnerabilidade algorítmica do consumidor, bem como pela necessidade de um diálogo de fontes entre a Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) e 13.809/18 (Lei Geral de Proteção de Dados), sobretudo no âmbito da criação de uma Política Nacional de Dados, através da qual o Estado desempenharia uma importante função reguladora.

**Palavras-chave:** direito do consumidor digital; dados pessoais; crise pandêmica.

**Abstract:** The vulnerability of the digital consumer is exploited by companies by imposing terms of use and cookies in exchange for providing essential information in times of a pandemic, such as health, political and economic news. The impact of the Covid-19 pandemic on the fundamental right to data protection of digital consumers in Brazil will be analyzed through the hypothetical-deductive method and theoretical-bibliographic research, of a transdisciplinary nature, focusing especially on the consumption of information from large portals. of news and in the protection of this right by the Brazilian State, with a neoliberal bias, inquiring about the aggravation of the risks regarding the

<sup>1</sup> Universidade Federal do Pará (UFPA); Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ)

indiscriminate use of its sensitive information, as well as the insufficient state regulation of electronic platforms. The paper concludes by recognizing an algorithmic vulnerability of the consumer, as well as the need for a dialogue of sources between Law 8.078/90 (Consumer Defense Code) and 13.809/18 (General Data Protection Law), especially in the context of the creation of a National Data Policy, through which the State would play an important regulatory role.

**Keywords:** digital consumer law; personal data; pandemic crisis.

*Para citar este artigo (ABNT NBR 6023:2018)*

VERBICARO, Dennis; MAZIVIERO, Luiza Nobre. A privacidade do consumidor digital escancarada pelos portais de notícias: como a permissão involuntária ao acesso de dados pessoais desafia a eficácia da Lei Geral de Proteção de Dados. *Revista Thesis Juris – RTJ*, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 215-241, jul./dez. 2022. <http://doi.org/10.5585/rtj.v11i2.19619>

## **Introdução**

Em sintonia com as tendências internacionais, em 2018 foi sancionada a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD, Lei n. 13.809/2018), com o intuito de fazer com que empresas e órgãos públicos sigam princípios como finalidade, necessidade, transparência, segurança, entre outros, e visa delimitar as obrigações dos agentes de tratamento de dados e fixar regime jurídico para a sua responsabilização.

A LGPD entrou em vigor em setembro de 2020, em meio a pandemia de coronavírus, causada pelo vírus Sars-Cov-2, que assolou o mundo todo, matando mais de um milhão de pessoas e alterando completamente as interações sociais, pois a proximidade ao outro passou a ser potencial sentença de morte, forçando as pessoas a passarem o máximo de tempo possível dentro de casa. Seja trabalhando, estudando, e se comunicando, os dispositivos eletrônicos passaram a ser item essencial para a sobrevivência e a subsistência de muitas famílias, além de ser o meio que as pessoas passaram a se informar sobre o vírus, a pandemia, e as suas consequências econômicas, políticas e sociais.

O presente artigo foi elaborado utilizando o método hipotético-dedutivo, baseado em estudo bibliográfico interdisciplinar de textos de Direito, Sociologia, Ciência Política e Segurança da Informação, perpassando também pela análise de legislação internacional e julgamentos de autoridades internacionais de proteção de dados. Pretende-se contribuir com a discussão acerca da proteção dos dados dos consumidores brasileiros diante de práticas abusivas durante e após a pandemia de coronavírus.

No trabalho, busca-se estudar a proteção dos dados dos consumidores digitais durante a pandemia de Covid-19 no Brasil, focando especialmente na hipótese de que grandes portais de

notícias se aproveitam da vulnerabilidade do consumidor para se apropriar forçadamente dos dados pessoais de consumidores, e mais especificamente, de dados pessoais sensíveis, que será analisada por meio do método hipotético-dedutivo e pesquisa teórico-bibliográfica.

Para tanto, estuda-se na primeira seção o modo ineficaz de atuação do Estado neoliberal na pandemia, concluindo para a necessidade de maior atuação estatal. Na segunda seção, são abordados os impactos socioeconômicos da pandemia nos consumidores, focando na migração forçada para o meio digital a partir das orientações para ficar em casa para evitar o contágio. A terceira seção é dedicada às convergências da LGPD e do Código de Defesa do Consumidor na tutela dos direitos dos titulares de dados e dos consumidores em face das suas vulnerabilidades. A quarta seção corresponde ao estudo de Políticas de Privacidade e de políticas de *cookies* de sites dos maiores portais de notícias brasileiros, responsáveis pela disseminação da informação para milhões de pessoas durante a pandemia de Covid-19, provando verdadeira a hipótese de apropriação forçada de dados pessoais de consumidores pelos portais de notícias.

Ademais, na quarta seção há breve análise de condenações administrativas de empresas em países europeus pelas suas políticas de *cookies* (com base na *General Data Protection Regulation*), no intuito de ilustrar as sanções que em breve poderão ocorrer em território brasileiro pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

## **1 A pandemia de Covid-19 e o neoliberalismo**

A Organização Mundial de Saúde (OMS, 2020a, *online*) informou o mundo no dia 12 de janeiro de 2020 sobre um novo vírus detectado na China, mais precisamente em um mercado na cidade de Wuhan no dia 31 de dezembro de 2019, mas que já circulava desde 8 de dezembro de 2019. Na época do comunicado, nenhum caso havia sido reportado fora de Wuhan, e ainda não se sabia quanto à possibilidade de transmissão pessoa-pessoa, muito menos pela transmissão aérea do vírus, tanto que no comunicado, a OMS afirmou não ser necessária a imposição de restrições de viagens à China.

O primeiro caso no Brasil foi reportado em 26 de fevereiro, no Estado de São Paulo, e rapidamente se espalhou pelas outras regiões do país.

Em 11 de março de 2020, foi declarada pela OMS (2020b, *online*) a pandemia de Sars-Cov-2 – ou Covid-19, ou coronavírus –, tendo o seu Diretor Geral Dr. Tedros Adhanom afirmado à época que por meio da detecção, da testagem, do isolamento, do rastreamento e da mobilização da resposta das pessoas, todos os países poderiam alterar o curso da pandemia, até mesmo os que já possuíam elevado número de casos.

Em seu discurso realizado em 16 de março de 2020<sup>2</sup>, o Diretor Geral da Organização Mundial da Saúde (2020d, *online*) afirmou que a rápida ascensão de casos de Covid-19 no mundo gerou importantes medidas de distanciamento social para a redução da transmissão, como o fechamento das escolas e o cancelamento de eventos de aglomeração em massa, como eventos de esporte. No entanto, a Organização identificou poucas medidas verdadeiramente efetivas para prevenir infecções e salvar vidas: as medidas de interrupção da cadeia de transmissão, quais sejam a testagem e o isolamento, além do rastreamento de contatos com suspeitos e doentes de Covid-19.

O Ministério de Saúde (2020a, *online*) divulgou em março informações básicas sobre o coronavírus, afirmando que o vírus se propaga de pessoa para pessoa por meio de gotículas do nariz ou da boca que se espalham quando alguém tosse ou espirra, contaminando superfícies ou sendo respiradas por pessoas doentes<sup>3</sup>.

O Conselho Nacional de Saúde, por meio da Recomendação nº 027 de 22 de abril de 2020, seguindo a orientação da Organização Mundial da Saúde de 11 de março de 2020, recomendou ao Estado Brasileiro “[q]ue sustente, nos níveis federal e estadual, a recomendação de manter o isolamento social, num esforço de achatamento da curva de propagação do coronavírus, até que evidências epidemiológicas robustas recomendem a sua alteração” (BRASIL, 2020a, *online*).

Devido ao crescimento da curva<sup>4</sup> dos infectados e da necessidade do achatamento dessa para evitar o colapso dos sistemas de saúde, o Conselho Nacional de Saúde, por meio da Recomendação nº 036, de 11 de maio de 2020, recomendou a implementação de medida de distanciamento social mais restritivo (conhecido como contenção comunitária, ou *lockdown*, em inglês) de pelo menos 60% da população nos municípios com taxa de ocupação de leitos em nível crítico e ascensão de casos (BRASIL, 2020b, *online*).

---

<sup>2</sup> Um trecho desse discurso reverberou no mundo inteiro: “nós [OMS] temos uma mensagem simples a todos os países: teste, teste, teste. Teste cada caso suspeito. Se for positivo, isole-os e encontre seus contatos próximos até dois dias antes do desenvolvimento de sintomas, e teste essas pessoas também” (OMS, 2020d, *online*).

<sup>3</sup> Classificaram-se como formas de contágio: gotícula de saliva, espirro, tosse, catarro, contato pessoal próximo (como toque ou aperto de mão), e contanto com superfícies contaminadas, seguido de contato com boca, nariz ou olhos. (BRASIL, 2020c, *online*).

<sup>4</sup> Logo no início da pandemia, popularizou-se imagem de gráfico que demonstrava a curva de previsão de casos de Coronavírus no Brasil sem a adoção de medidas de isolamento e distanciamento social e a curva de previsão de casos de Coronavírus no Brasil com a adoção dessas medidas, a fim de conscientizar a população de como suas atitudes poderiam influenciar a coletividade, como a prática do isolamento contribuiria para evitar o colapso dos sistemas de saúde, fazendo com que todos os doentes obtivessem atendimento. “‘O achatar a curva’, portanto, é uma demonstração visual do que as pessoas em geral podem fazer no sentido de contribuir para a atenuação da crise sanitária, independentemente do que, por um lado, as políticas de governo empreendidas e, pelo outro, as análises e recomendações da comunidade científica estejam postulando sobre o tema.” (ROSA; NOCCIOLI, 2020, *online*).

Essa recomendação foi dirigida ao Ministério da Saúde, Governadores dos Estados e do Distrito Federal, Secretários Estaduais de Saúde, Prefeitos Municipais e Secretários Municipais de Saúde, e visava suspender as atividades não-essenciais à manutenção da vida e da saúde da população, além de promover a restrição de circulação de pessoas e de veículos particulares, sempre no intuito de não sobrecarregar o sistema de saúde, principalmente leitos de Unidades de Tratamento Intensivo (UTIs) e respiradores (BRASL, 2020b, *online*).

Diante das recomendações da Organização Mundial da Saúde e das medidas impostas pelos governos municipais e estaduais a fim de combater a Covid-19 no Brasil, a população brasileira se viu no dever de praticar o distanciamento social e o isolamento, a fim de achatar a curva de transmissão do vírus da Covid-19 e de evitar a sobrecarga das unidades de saúde para que todos os doentes pudessem ser atendidos e receber tratamento adequado.

Desse modo, a realidade do brasileiro alterou drasticamente, sendo incentivado (ou até mesmo forçado, nos casos de *lockdown*) a ficar em casa e não circular em outros ambientes de possível aglomeração, excetuando-se, é claro, os trabalhadores essenciais que continuaram circulando para garantir o funcionamento da sociedade em tempos de pandemia.

Todavia, como o Brasil é um país de dimensão continental e marcado pelas desigualdades (de classe, gênero, raça, entre outras), é mais do que necessário admitir que as medidas de combate ao coronavírus não puderam ser aplicadas para todos. Afinal, a classe média, detentora de maior conforto, foi colocada em *home office*.<sup>5</sup>

Sendo assim, é uma falácia a afirmação de que o vírus da Covid-19 é uma “doença democrática”, ou seja, uma doença que atinge a todos de maneira igual, não fazendo distinção entre classe social e outros marcadores de desigualdade, visto que os maiores impactos sociais e econômicos serão sobre os mais pobres, como a precarização do emprego, a falta de investimento em saúde pública, as condições inadequadas de moradia como ausência de saneamento e a pobreza extrema (VERBICARO, L., 2020, p. 114).

O potencial catastrófico da pandemia de Covid-19 no Brasil (e de futuras epidemias e pandemias que eventualmente surgirem) seria resultado da necropolítica<sup>6</sup> praticada pelo Estado

<sup>5</sup> Conforme o Relatório Final da Pesquisa Gestão de Pessoas na Crise da Covid-19 (FIA, 2020, *online*), que considerou 139 empresas atuantes em todo o Brasil, 46% dessas adotaram durante a pandemia o trabalho remoto (conhecido como teletrabalho, ou *home office* em inglês, termo já incorporado ao vocabulário cotidiano brasileiro). Ainda segundo o estudo, mais da metade dessas empresas pretende continuar com o teletrabalho para uma parte do seu quadro de funcionários.

<sup>6</sup> Achile Mbembe (2016, p. 146) afirma em seu ensaio que o conceito de Foucault de biopoder – inserido em todos os Estados modernos – é insuficiente para tratar das formas contemporâneas em que o político tem como objetivo o assassinato de seu inimigo. Desse modo, o conceito de biopolítica de Foucault é insuficiente para explicar as formas contemporâneas de subjugação da vida ao poder da morte, já que o terror é formado pela concatenação do biopoder com o estado de exceção (que adquire caráter permanente) e o estado de sítio (que não faz distinção entre inimigo interno e externo), formando, então, a necropolítica. Necropolítica, portanto, vai além da simples subjugação da vida ao poder da morte (biopolítica), existindo também pessoas cuja condição de vida lhes fornece status de “mortos-vivos”, que surgem a partir da criação de “mundos de



Brasileiro ao longo dos anos, marcada principalmente pelo desmonte das políticas sociais para privilegiar as políticas econômicas, por meio da substituição do bem comum pela ótica individualista, “com o estímulo do ‘cada um por si’ e a identificação da felicidade a partir do consumo, por meio de um processo de individualização das relações sociais em detrimento da alteridade, da solidariedade e de projetos coletivos” (VERBICARO, L., 2020, p. 115).

Conforme Von Bogdandy *et al.* (2017, p. 13-14), as políticas neoliberais desmantelaram programas sociais e geraram apenas um crescimento moderado e desigual para os países. Logo, é certo que essa é a característica do neoliberalismo: o desmonte das políticas sociais e a valorização das políticas econômicas<sup>7</sup>.

De acordo com Nelson (2014, p. 308), o neoliberalismo deve ser definido como uma versão modificada da economia liberal clássica, guiada pelas seguintes afirmações: (1) o mercado é o mecanismo mais eficiente para alocar de recursos escassos; (2) a livre troca e circulação de mercadorias através das fronteiras contribui para melhorar o bem-estar; (3) os agentes de mercado são racionais. Portanto, três recomendações de políticas surgem a partir dessas: os governos devem buscar disciplina fiscal; a orientação econômica do país deve ser para o exterior; e os países devem confiar no mercado para a alocação de bens e recursos e a fixação de preços.

Segundo Harvey, o neoliberalismo é uma teoria econômico-política que propõe que o bem estar humano pode ser potencializado libertando as liberdades empreendedoras e talentos individuais a partir de um quadro institucional caracterizado por fortes direitos de propriedade, mercado e comércio livre e, nesse sentido, a questão social é repudiada pelo neoliberalismo, por minar a liberdade com uma agenda tirânica de igualdade social. O ataque neoliberal às políticas sociais gera uma cultura anti-democrática. (VERBICARO, L., 2020, p. 117).

Para Loiane Verbicaro (2020, p. 118), o Estado neoliberal não é mínimo, haja vista que continua vigilante e permanentemente a favor do mercado, intervindo quando convém à economia e trazendo prejuízos à população ao repassar os custos da recuperação do sistema financeiro.

---

morte”, em que “as fronteiras entre resistência e suicídio, sacrifício e redenção, martírio e liberdade desaparecem” (MBEMBE, 2016, p. 146).

<sup>7</sup> Giorgio Agamben (2020, p. 18) reflete em seu ensaio sobre como uma sociedade inteira aceitou se isolar em casa e suspender suas condições normais de vida (trabalho, amizade, amor, religião e política) sem protestos ou oposições, e chega à hipótese de que, ainda que inconscientemente, a doença já existia, isto é, o nosso próprio modelo de vida já era doente e intolerável. O posicionamento de Agamben no início da pandemia foi duramente criticado por negar a gravidade do vírus da Covid-19, afirmando que serviria de pretexto para que os governos adotassem medidas antidemocráticas a fim de instaurar maior controle sobre sua população, utilizando-se da política do medo. Apesar de dever ser duramente escrutinado, o posicionamento de Agamben não pode ser deixado de lado por ser referência teórica sobre Estado de Exceção e utilização excessiva de poder pelos Estados.

O neoliberalismo adota o posicionamento do Estado como Estado-empresa<sup>8</sup>, valorizando o direito privado em detrimento ao direito público, conformando a ação pública aos critérios de rentabilidade, produtividade e eficiência, e adotando a ideia de que os indivíduos são sujeitos-empresa, não possuindo garantias e estabilidade, devendo conseguir tudo sozinhos, sem ajuda da sociedade. (VERBICARO, L., 2020, p. 118-119).

De acordo com Santos (2020, p. 4-5), estamos vivendo um estado permanente de crise<sup>9</sup> desde a imposição do neoliberalismo como a versão dominante do capitalismo, sendo a atual pandemia de Covid-19 apenas uma agravação dessa situação, pois quando se torna permanente, a crise explica todo o resto.

A ideia conservadora de que não há alternativa ao modo de vida imposto pelo *hipercapitalismo* em que vivemos ruiu, fazendo com que as outras alternativas (que tinham sido deixadas de fora das discussões do sistema político) voltem “pela porta dos fundos das crises pandêmicas, dos desastres ambientais e dos colapsos financeiros” (SANTOS, 2020, p. 5).

O neoliberalismo e o *hipercapitalismo*, portanto, acentua as desigualdades, inviabiliza a proteção social por valorizar sempre a economia e o mercado e cria o ideal de que cada indivíduo está por si, sozinho para conquistar saúde, educação, e outros direitos que a ele deveriam ser garantidos pelo Estado, criando também *subcidadãos* e *não-cidadãos*, (VERBICARO, L., 2020, p. 119-121). Por esse motivo, durante a pandemia há a desvalorização da vida de uns (pobres), largados à exposição do vírus e à morte, e a hipervalorização da vida de outros (classe média e, principalmente, ricos), que possuem condições de trabalhar de casa (*home office*) e podem praticar o distanciamento social com maior facilidade.

Diante da inabilidade de agir perante a pandemia de Covid-19 de modo eficiente, causando uma crise humanitária global, houve um descrédito na versão atual do capitalismo como modelo social, pois o neoliberalismo combinado com o domínio do capital financeiro tratou como modelos de negócio de capital todas as áreas sociais, incluindo saúde, educação e seguridade social. (SANTOS, 2020, p. 24-25).

Žižek (2020, p. 32) afirma que a pandemia de coronavírus é um sinal de que não podemos mais continuar a viver da mesma forma, de que necessitamos de uma mudança radical. Diante das inúmeras manchetes apontando para os efeitos negativos da Covid-19 ao bom funcionamento do mercado mundial, Žižek (2020, p. 35) pergunta “[s]erá que tudo isso não

<sup>8</sup> Essa lógica levou à “demonização dos serviços públicos”, tendo o Estado como ineficiente, corrupto e predador, à degradação das políticas sociais sob o pretexto de crise financeira do Estado, e à privatização dos serviços públicos e subfinanciamento dos que não interessam ao mercado, gerando, enfim, um Estado incapaz de responder com eficácia às crises humanitárias (SANTOS, 2020, p. 25).

<sup>9</sup> O objetivo da crise permanente é não ser resolvida, no intuito de legitimar a concentração de riqueza e impedir a tomada de medidas eficazes contra a iminente catástrofe ecológica. (SANTOS, 2020, p. 5).

assinala de forma clara a necessidade urgente de reorganizar nossa economia global para não mais deixá-la à mercê dos mecanismos do mercado?”.

Com a pandemia de coronavírus, a forma de globalização desregulada, de livre mercado, propensa a crises e a pandemias está sucumbindo, enquanto surge uma nova forma de globalização, que reconhece a interdependência e primazia da ação coletiva amparada em evidências (HUTTON, 2020, *apud* Žižek, 2020, p. 44).

As pandemias mostram de maneira cruel como o capitalismo neoliberal incapacitou o Estado para responder às emergências. As respostas que os Estados estão dando à crise variam de um para o outro, mas nenhum pode disfarçar sua incapacidade, sua falta de previsibilidade em relação às emergências que têm sido anunciadas como de ocorrência próxima e muito provável. (SANTOS, 2020, p. 29).

Quando confrontados com o Covid-19, os governos neoliberais tiveram de adotar medidas consideradas “comunistas”<sup>10</sup> nos dias de hoje, como o gerenciamento da produção e da distribuição para além do que é ditado pelo mercado (ŽIŽEK, 2020, p. 22). No Brasil, destaca-se a distribuição mensal de auxílio emergencial, sancionado em abril e pago até dezembro do ano de 2020. Nos Estados Unidos foram aprovadas duas rodadas de cheques de estímulo, tendo a primeira sido efetuada logo no início da pandemia, e a outra aprovada no final de 2020, equivalente ao auxílio emergencial brasileiro.

De acordo com Dennis Verbicaro (2020, p. 99-100), nos últimos anos, o discurso da liberdade econômica vem sendo defendido como justificativa para a supressão de direitos dos consumidores, mas o que se pode perceber no contexto da pandemia de Covid-19 é que as políticas neoliberais adotadas pela maioria dos países capitalistas não foram suficientes para combater os danos econômicos e sociais causados pelo vírus, a exemplo da autorregulação do sistema econômico e do livre mercado, resultando, por exemplo, em defensores do liberalismo requerendo intervenção do Estado por meio de concessões de créditos e benefícios fiscais.

Resta evidente a partir da pandemia do coronavírus, então, que o neoliberalismo não é suficiente para garantir a vida e a saúde das pessoas. O desmonte das políticas sociais em detrimento do incentivo das políticas econômicas resultou na crise humanitária vivida em 2020 e em no início de 2021 (até o momento de escrita desse artigo, pelo menos), e na conclusão de que é mais do que necessário um dirigismo estatal para amparar a população e empresas de pequeno e médio porte não só em situações de crise.

<sup>10</sup> Seguindo uma linha de raciocínio parecida com a de Žižek, Davis (2020, *online*), conclui que junto da pandemia veio a necessidade de se pensar em uma solidariedade internacional para a produção de suprimentos de proteção, kits de testagem, e meios de cura da doença para a distribuição gratuita nos países pobres.



## **2 O impacto da pandemia no consumidor digital**

De acordo com a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) (2020a, *online*), a pandemia de Covid-19 causou a maior recessão econômica do século, da qual só haverá recuperação se os países adotarem medidas extraordinárias que moldarão o futuro da economia e da sociedade da próxima década.

Além do impacto econômico, a pandemia de coronavírus também desencadeou uma revolução nos hábitos consumeristas em nível global, haja vista que as medidas de confinamento levaram os consumidores às plataformas online, mudaram suas demandas e seus comportamentos (ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE), 2020b, p. 1).

A partir da migração às plataformas, o consumidor analógico deu lugar ao consumidor digital<sup>11</sup>, e até mesmo os pequenos fornecedores e comerciantes locais tiveram de entrar nas plataformas digitais no intuito de fazer o negócio sobreviver. Essa alteração de espaço de consumo tornou ainda maior a quantidade de informações presente na internet à disposição do consumidor, aumentando, também as contratações de produtos e serviços sobre forte influência do *marketing* e da incessante oferta de produtos (VERBICARO, D., 2020, p. 96).

Os consumidores, ao receberem ordens ou recomendações de permanecer em casa para achatá-la curva de transmissão da Covid-19, tornaram-se ainda mais vulneráveis às práticas comerciais abusivas e exploratórias, visto que se encontram em situação de estresse e medo pelos impactos econômicos, sanitários e sociais da pandemia (ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE), 2020b, p. 2).

Tais práticas abusivas e exploratórias contra o consumidor são resultado da sociedade do hiperconsumo, que se utiliza da globalização, da rapidez de disseminação das informações, e da indústria cultural de massa para instituir novo *status quo* em que a regra é o assédio ao consumidor, agravando sua vulnerabilidade comportamental a partir da prática de condutas agressivas que afetam diretamente a liberdade de escolha do consumidor e até mesmo seus próprios projetos de vida (VERBICARO; RODRIGUES; ATAÍDE, 2018, p. 350-351).

Conforme a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), (2020b, p. 3-4), tanto os negócios quanto os governos são importantes para a manutenção da confiança dos consumidores para que o mercado funcione plenamente. Portanto, a tarefa dos

---

<sup>11</sup> A pandemia de Covid-19 exacerbou a divisão digital entre os consumidores que possuem acesso à internet e facilidade do uso do meio digital e aqueles cujo acesso é precário e/ou são analfabetos digitais, sendo ainda mais evidente quando comparados países desenvolvidos e em desenvolvimento, áreas rurais e urbanas, ricos e pobres, e também pessoas idosas e com deficiência, podendo resultar no aumento das desigualdades (ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE), 2020b, p. 2).

comerciantes é de fortalecer a confiança do consumidor e promover conduta responsável dos vendedores terceirizados em suas plataformas, atuando para defender os consumidores e colaboradores dos riscos associados à Covid-19, sejam esses tanto de saúde quanto de crimes e abusividades, presenciais ou digitais.

Mucelin e D'Aquino (2020, p. 3) relatam como os comerciantes e fornecedores se aproveitaram da pandemia da Covid-19, e conseqüentemente da alta da demanda de produtos de higiene e relacionados ao combate ao vírus, para aumentar descabidamente os preços e o lucro, já que diante do medo e do estresse os consumidores se colocaram à disposição para adquirir tais produtos, independentemente da qualidade ou do valor.

Em tempos de pandemia, a vulnerabilidade jurídica, prevista no Código de Defesa do Consumidor (CDC) como presunção legal absoluta pelo fato de ser o lado mais fraco da relação consumerista, é complementada no período da pandemia com a vulnerabilidade médica, sendo essa a possibilidade de contaminação, adoecimento e morte, deixando a população sujeita, portanto, às práticas abusivas do mercado e às informações repassadas pelos comerciantes e fornecedores. (MUCELIN; D'AQUINO, 2020, p. 3-4).

Por se tratar de um vírus novo, a Covid-19 tinha seu tratamento e sua prevenção desconhecidos, acarretando o surgimento de inúmeras *fake news* sobre medicamentos profiláticos e curas milagrosas, como a hidroxicloroquina, levando pessoas desesperadas a buscar o tal medicamento, e fazendo com que sumisse das prateleiras das farmácias, prejudicando as pessoas que realmente necessitavam dela para tratamento de outras enfermidades, como lúpus e malária. Todavia, ao invés de as redes de farmácia adotarem atitudes para conter a automedicação desenfreada com produtos de eficácia não comprovada para a Covid-19, preocuparam-se somente com os lucros, realizando, ainda promoções de polivitamínicos, antitérmicos, entre outros, violando os princípios básicos de defesa do consumidor previstos no artigo 4º do CDC. (AGRASSAR, 2020, p. 427-430).

Identifica-se, portanto, verdadeira fragilidade da coletividade diante dos meios de convencimento em massa, que manipulam a opinião econômica alheia, propagando necessidades de consumo forjadas e expandindo sua clientela, tornando seu controle inevitável (VERBICARO; RODRIGUES; ATAÍDE, 2018, p. 354). Alguns meios publicitários são ainda mais gravosos, explorando o medo e a superstição, aproveitando-se da ignorância do consumidor diante dos fatos técnicos e médicos para vender produtos e serviços que não curem ou tratem a doença, ou sejam até mesmo prejudiciais à saúde.

Miragem (2019, *apud* MUCELIN; D'AQUINO, 2020, p. 5) determina que para uma prática ser considerada abusiva devem ser observados os seguintes critérios: (1) anormalidade

ou excesso do exercício de liberdade negocial pelo fornecedor; (2) dimensão coletiva das práticas abusivas; (3) deslealdade e violação da boa-fé.

Têm-se, portanto, todos os critérios no aumento dos preços dos itens de higienização, prevenção e tratamento (ainda que sem eficácia comprovada) contra o Covid correlacionado com o aumento da demanda, pois em tempos normais seria mais do que correto. Entretanto, como não se trata de tempos normais, mas sim de crise humanitária global causada pelo coronavírus, é preciso deixar de lado a ideia do mercado regulador, tão presente no neoliberalismo, adotar limites inserindo o Estado na economia<sup>12</sup>.

Diante da crise de Covid-19, os governos se viram com o grande desafio de equilibrar a proteção da saúde e da segurança dos consumidores e o apoio aos negócios e a proteção dos trabalhadores, por isso alguns países<sup>13</sup> elaboraram exceções às leis consumeristas nesse período.

Importante ressaltar que os medicamentos e insumos de saúde para combater e prevenir o coronavírus poderiam ser adquiridos tanto presencialmente, nas lojas físicas, quanto virtualmente, por meio do sistema de entregas em casa (ou *delivery*), adotado por comerciantes para continuar vendendo durante as orientações de distanciamento social e isolamento.

Além das compras online, as pessoas também passaram a utilizar plataformas de videoconferências para trabalhar, estudar, e interagir com outras pessoas durante o isolamento, e acessarem cada vez mais a *internet* em busca de informações sanitárias (acerca da pandemia de Covid-19), econômicas e políticas.

De acordo Verbicaro,

A hiperconectividade do consumidor o levou à hiperconfiança, associada ao pouco controle governamental e quase nenhuma responsabilidade das plataformas, estavam criadas as condições ideais para o surgimento de uma nova espécie de vulnerabilidade no consumidor: a vulnerabilidade situacional, fruto das promessas não cumpridas no processo de mudança daquele consumo analógico, agora transformado, quase que compulsivamente, em consumo digital, seja para o bem, seja para o mal. (VERBICARO, D., 2020, p. 102).

---

<sup>12</sup> Michael Sandel (2016, p. 14-18) em seu livro “Justiça: o que é fazer a coisa certa” aborda o debate entre os opositores e os partidários das leis contra abuso de preços. Os primeiros argumentam que os mercados promovem o bem-estar da sociedade ao fazer com que as pessoas se esforcem para ter condições financeiras para adquirir o que desejam, e que os mercados respeitam a liberdade individual, por isso deveríamos deixar as próprias pessoas atribuírem o valor de compra e venda dos produtos. Enquanto os segundos argumentam que o bem-estar da sociedade não advém dos preços exorbitantes, além do fato de o mercado não ser verdadeiramente livre, visto que as compras básicas são movidas pela necessidade, então o consumidor não teria uma escolha de fato, e também o interesse de as pessoas punirem os gananciosos comerciantes pelos preços acima do aceitável.

<sup>13</sup> No Brasil, podem ser citadas as Medidas Provisórias 925 e 948, que dispõem acerca das relações de consumo quanto às passagens aéreas e reservas de setores de turismo e cultura, respectivamente, além do artigo 8º da Lei n. 14.010/20 que suspendeu o direito de arrendimento (previsto no art. 49, CDC) em *delivery* de produtos perecíveis ou de consumo imediato e de medicamentos.

A partir da migração forçada dos consumidores (de bens e serviços, incluindo os de informações) para as plataformas online devido à pandemia de coronavírus, a OCDE (2020b, p. 04) lançou uma série de recomendações para a proteção dos consumidores digitais durante a crise de Covid-19, das direcionadas aos governos, destacam-se: (1) educar os consumidores sobre os golpes envolvendo a Covid-19, inclusive como denunciar e evitar informações falsas; (2) estabelecer diálogo com empresas online sobre golpes e conduta enganosa e, na medida do possível, compartilhar informações para ajudar a identificar comerciantes desonestos; (3) evitar reverter as medidas de proteção ao consumidor e segurança do produto e considerar maneiras de reduzir a carga administrativa sobre os negócios e simplificar os processos de conformidade.

Além das recomendações aos governos, a OCDE (2020b, p. 4-5) também fez recomendações às empresas, concordando com o entendimento de que ambos são responsáveis pela confiança dos consumidores (e conseqüentemente pelo bom funcionamento dos mercados). Dessas, destacam-se: (1) utilizar mensagens claras para tranquilizar os consumidores sobre a solidez da cadeia de suprimentos, a fim de evitar a compra por impulso e por medo; (2) reconhecer o possível aumento da vulnerabilidade dos consumidores durante a crise por questões de saúde, segurança, emprego e perdas financeiras; (3) avisar os consumidores sobre golpes conhecidos e aumente os esforços para identificar e remover publicidade falsa ou enganosa; (4) para mercados online, identificar e remover listagens com declarações enganosas ou preços excessivos, e se comunicar com as autoridades sobre os esforços empreendidos e os desafios encontrados.

Nota-se que tanto as recomendações às empresas quanto aos governos destacam o combate às informações falsas, golpes *online* e práticas de condutas enganosas em ambiente digital, pois como afirmou Žižek (2020, p. 31), junto da pandemia de Covid-19, desencadearam-se também surtos de “vírus ideológicos”, como as *fake news* e as teorias conspiratórias: dois exemplos que sozinhos já são perigosos, mas quando combinados podem ser verdadeiramente danosos à população – ilustra-se com o tratamento precoce contra o coronavírus, que consistia em uma combinação de medicamentos sem eficácia comprovada para prevenir e/ou combater a doença, mas que estava sendo ignorado por algumas autoridades por supostamente ir contra o plano dos governos de mostrar à população que a Covid-19 não seria uma doença tão grave.

Há, portanto, além da vulnerabilidade tradicional prevista no Código de Defesa do Consumidor, outros tipos de vulnerabilidade que permeiam o consumidor em tempos de pandemia, e em tempos de uso excessivo de plataformas digitais: as vulnerabilidades situacional, médica e digital/informacional.

Desse modo, a forçada migração dos consumidores para as plataformas digitais gerou inúmeras consequências econômicas e sociais, tanto para os consumidores quanto para os fornecedores e comerciantes. No entanto, trouxe ainda mais prejuízos para os consumidores, haja vista que são essencialmente vulneráveis na relação de consumo. Assim sendo, mais do que nunca se mostra ser dever do Estado a proteção dos consumidores nessa crise humanitária causada pelo coronavírus.

### **3 A proteção dos dados pessoais dos consumidores: as convergências da LGPD e do CDC**

A seção anterior abordou o grave impacto da pandemia de Covid-19 nos consumidores, que ao serem obrigados a migrar para as plataformas online para continuar trabalhando, estudando e interagindo entre si, depararam-se com propagandas abusivas, condutas enganosas, e imensa quantidade de informações sendo disparadas a todo segundo, concluindo, então, pela necessidade de tutela do Estado para a proteção dos consumidores que agora se encontram ainda mais vulneráveis, pois além da vulnerabilidade prevista no Código de Defesa do Consumidor, há também as vulnerabilidades situacional, médica e digital/informacional.

De acordo com Azevedo (2020, p. 435), a pandemia contribuiu para a já existente deterioração da privacidade dos indivíduos, pois o isolamento social e a migração das interações para a *internet* aumentaram consideravelmente o fluxo de dados *online*.

É mister ressaltar que durante a pandemia, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD, Lei n. 13.709/2018) não estava em vigor, passando a vigorar<sup>14</sup> somente no dia 18 de setembro. Portanto, até a data anterior à vigência – principalmente março e abril, meses em que houve maior orientação para ficar em casa – a população estava desamparada pelo Estado quanto à utilização dos seus dados pelas empresas e até mesmo pelas instituições de governo (sendo chamados de controladores e operadores pela LGPD).

A presença massiva dos consumidores no ciberespaço gerou aumento na sua vigilância pelas empresas privadas, que a partir de seus bancos de dados conseguem antecipar seus gostos e preferências por meio de *cookies* de preferência. Entretanto, além desses existem diversos outros tipos de *cookies*, incluindo os de rastreamento e geolocalização, de segurança e publicidade, não trabalhados no presente artigo.

Conforme Almeida e Colts (2019, *online*),

---

<sup>14</sup> A vigência da LGPD se deu de forma parcial no ano de 2020, haja vista que por força da Lei 14.010/2020, suas sanções estão previstas para entrar em vigor somente 01 de agosto de 2021.



Um *Cookie* pode ser considerado um arquivo de texto que contém várias informações sobre os visitantes de um determinado *site*. São utilizados principalmente para identificar e armazenar tais informações, desde as páginas visitadas até os dados fornecidos ao *site*. Ao visitar um site, informações pessoais como nome, *e-mail* e interesses, são armazenadas em um *Cookie* e enviadas ao navegador daquele usuário. É dessa forma que as empresas estudam o comportamento do consumidor *online*, sabendo as páginas de visualização, a quantidade, o tempo e etc. Uma ferramenta muito poderosa para o *Marketing* Digital.

Como já abordado retro, a migração para o espaço digital trouxe diversas mudanças para os consumidores, sendo uma delas a sua plena integração às comunidades virtuais, gerando intenso fluxo dos dados pessoais, que conforme Vieira e Ohana (2020, p. 449), é um dos principais ativos do capitalismo informacional<sup>15</sup>.

Importante ressaltar que o consumidor sempre foi titular de dados pessoais, ou seja, titular de informações que o identificam ou o tornam identificável, como nome, número de CPF, endereço, sexo, entre outros, independentemente do meio físico ou digital. Todavia, o *boom* digital contribui significativamente para a exposição do titular ao tratamento incorreto e/ou ilícito de dados.

É a partir da coleta e do tratamento<sup>16</sup> de dados pessoais – e dos *cookies* de publicidade e de preferências –, portanto, que as empresas direcionam campanhas de *marketing* (técnica chamada de *microtargeting*), bombardeando os consumidores com excesso de informações sobre produtos e serviços.

Vieira e Ohana (2020, p. 451) chamam atenção para a alteração dos hábitos consumeristas durante a pandemia de coronavírus no Brasil quanto à sua ponderação no momento da escolha dos comerciantes e fornecedores. Existem os consumidores-vidro, que têm suas preferências identificadas pelo acesso aos seus dados pessoais e são persuadidos a consumir; e existem os consumidores identitários, que se tornam mais criteriosos diante da enxurrada de informações, ponderando de quais estabelecimentos são merecedores de seu dinheiro, de onde irão adquirir produtos e serviços, por desejarem manter no mercado os fornecedores que sejam responsáveis com os valores assumidos por sua marca perante a sociedade e os que possuem valores em comum com os adotados pelo indivíduo.

<sup>15</sup> As quatro grandes bases do Capitalismo Informacional são (i) a tecnologia digital, com variadas tecnologias de processamento, armazenamento, transmissão e conversão; (ii) a informação digital, isto é, o conhecimento codificado em forma binária; (iii) a sociedade em rede, que definem não só a comunicação, mas também as características organizativas, de identidade entre outros; (iv) atenção humana e sua escassez, pois ainda que a atenção humana tenha sua limitação, cada dia mais consumimos mais informações (ZUKERFELD, 2020, p. 6-8)

<sup>16</sup> O tratamento de dados pessoais consiste em toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração, nos moldes do artigo 5º, inciso X, da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Além da coleta e do tratamento de dados pessoais pelas empresas, os governos também coletam e tratam por meio de suas instituições, e durante a pandemia, não foi diferente, especialmente quando se considera a iniciativa de utilização desses dados para implementação de políticas de combate à Covid-19. Estaríamos vivendo em um estado de exceção, considerando a teoria de Giorgio Agamben, “em que se implantou um limiar de indiscernibilidade sobre a proteção da privacidade diante da necessidade de combate à doença, do interesse público e de incerteza legislativa em que paira os dados pessoais no país.” (VIEIRA; OHANA, 2020, p. 451).

No Brasil, foi inserido o Regulamento Sanitário Internacional, produzido pela OMS, por meio do Decreto 10.212/2020, trazendo disposição específica quanto ao tratamento de dados pessoais pelos Estados, desde que para fins de avaliação e manejo de saúde pública, garantindo que esses dados sejam:

(1) processados de modo justo e legal, sem outros processamentos desnecessários e incompatíveis com tal propósito, (2) adequados, relevantes e não excessivos em relação a esse propósito, (3) acurados e mantidos atualizados, conforme a necessidade, impondo que todas as medidas razoáveis sejam tomadas para garantir que dados imprecisos ou incompletos sejam apagados ou retificados; e (4) conservados pelo tempo necessário para o combate da pandemia (BIONI, MONTEIRO, RIELLI, 2020, *apud* VERBICARO, D., 2020, p. 98).

Seguindo a linha do Regulamento Sanitário supracitado, foi editada a Medida Provisória n. 954 em 17 de abril de 2020, dispondo sobre o compartilhamento de dados pelas empresas de telecomunicação brasileiras com a Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Os dados pessoais previstos na MP eram nome, número de telefone, e endereço dos seus consumidores, tanto pessoas físicas quanto jurídicas, a serem utilizados pelo IBGE para produção estatística oficial por meio de entrevistas. A própria MP determinou o sigilo dos dados compartilhados e a sua utilização exclusiva para sua finalidade, mas seu texto não trazia conteúdo técnico o suficiente para basear a decisão do Executivo.

Diante da ausência de transparência acerca da anonimização dos dados que seriam compartilhados pelas telefônicas com o IBGE para o acompanhamento de casos suspeitos e confirmados de Covid-19, a Medida Provisória teve sua eficácia suspensa pelo STF<sup>17</sup> em 07 de maio de 2020, por meio de decisão liminar na Ação Direta de Inconstitucionalidade 6.389. Tal decisão que se tornou grande marco para a tutela de proteção de dados no país por representar o início do processo de reconhecimento do direito da proteção de dados como direito

<sup>17</sup> Em seu voto, a Ministra Relatora Rosa Weber deferiu a medida cautelar (posteriormente referendada, suspendendo a Medida Provisória), a fim de prevenir danos irreparáveis à intimidade e ao sigilo da vida privada de mais de uma centena de milhão de usuários dos serviços de telefonia.

fundamental autônomo, hoje já garantido no artigo 5º, inciso LXXIX, da Constituição Federal da República Federativa do Brasil de 1988,.

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais<sup>18</sup> (LGPD) possui suma importância no contexto atual, em que boa parte das interações sociais podem ser feitas por meio digital – principalmente durante e após a pandemia de Covid-19 –, pois busca fazer com que os dados pessoais<sup>19</sup> que as empresas e os órgãos públicos sigam os princípios dispostos em seu artigo 6º, como finalidade, necessidade, transparência, segurança, entre outros, e visa delimitar as obrigações dos agentes de tratamento de dados e fixar regime jurídico para a sua responsabilização.

De acordo com Opice Blum e Santos (2020, *online*), a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e o Código de Defesa do Consumidor convergem para a mesma ideia de proteção do indivíduo em detrimento das abusividades e relações desequilibradas, representando nova oportunidade para concretização dos direitos fundamentais de liberdade, intimidade e privacidade, pois conforme Bakhoun (2018, p. 1), muitos consumidores desconhecem o controle de dados realizado pelas empresas e também como seu grande valor estratégico e comercial pode afetá-los negativamente.

O artigo 43 do CDC já trazia em seu texto a possibilidade de os consumidores exigirem correção de dados e cadastros inexatos (parágrafo 3º), e preconizava o consentimento do consumidor para abertura de cadastros, fichas e registros de dados pessoais quando não solicitados por esse (parágrafo 2º), convergindo com os artigos 18 e 7º, respectivamente, da LGPD.

Assim, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais em vigor serve para complementar e ir além do disposto no Código de Defesa do Consumidor para tutelar a proteção dos dados pessoais no Brasil. Todavia, a tutela de proteção de dados pessoais amadurecerá ao longo dos anos, especialmente com o preenchimento de lacunas pela Agência Nacional de Proteção de

---

<sup>18</sup> A LGPD foi fortemente influenciada pela *General Data Protection Regulation* (GDPR), o Regulamento Geral de Proteção de Dados europeu. Erickson (2019, p. 880-884) compara a GDPR com a LGPD, mostrando que a primeira possui seis bases legais: consentimento, execução de contrato, obrigação legal, proteção da vida, interesse público e legítimo interesse; enquanto a segunda traz dez bases legais: consentimento, obrigação legal, implementação de políticas públicas, pesquisa por entidades públicas de estudo, execução de contrato, exercício regular de direito em processo, proteção da vida, tutela da saúde, legítimo interesse e proteção ao crédito. Outras convergências apontadas são o conceito amplo de direito pessoal adotado, e o âmbito extraterritorial em que é considerado o tratamento de dados.

<sup>19</sup> A LGPD define como dado pessoal (art. 5º, I) qualquer informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável, e como dado pessoal sensível (art. 5º, II) qualquer dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.

Dados<sup>20</sup> (ANPD). Enquanto isso, é possível haver interpretações da lei que tragam prejuízos aos consumidores.

Um dos pontos problemáticos da LGPD que precisam receber atenção especial da ANPD é quanto ao meio utilizado para adquirir o consentimento dos consumidores para o tratamento de dados.

Conforme Rocha e Maziviero (2020, p. 9), o ato comum do titular de dados aceitar os *cookies* dos endereços eletrônicos sem ler os termos propostos pelo fornecedor traz diversas implicações negativas, visto que a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais prevê como consentimento a manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada, baseando-se no fundamento da autodeterminação informativa, previsto no artigo 2º, inciso II, da LGPD.

Consoante a LGPD, em seus artigos 7º, inciso I, e 8º, o consentimento deve ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular de ter seus dados tratados. A expressão “por outro meio que demonstre a manifestação de vontade” é problemática por permitir que a empresa conceda ao titular a opção de aceitar os *cookies* e os termos de uso de dados com um simples clique na opção de aceite, fornecendo ao titular falsa sensação de controle sobre seus dados.

A partir do texto da LGPD, as empresas inferem que a opção do aceite com o clique é válida para adquirir o consentimento do titular de dados, visto que em trecho algum é mencionada a importância de permitir que o titular module as informações que deseja fornecer e os *cookies* que deseja aceitar. Muitas das vezes, o que ocorre se assemelha com um contrato de adesão, isto é, a empresa apresenta os termos ao titular, que poderá ter acesso ao produto (informação, compra *online*, entre outros) somente após consentir, e caso não concorde com os termos da empresa, não poderá usar o produto, ou deverá deixar de usar<sup>21</sup> (ROCHA; MAZIVIERO, 2020, p. 13-15).

Diante do fato de todos os seres humanos estarem inseridos em contexto de coleta massiva de dados (necessários e desnecessários) cujo tratamento é amplamente desconhecido, o titular de dados (também consumidor) se encontra em clara posição desfavorável perante os

<sup>20</sup> Das competências da ANPD (artigo 55-J, LGPD), citam-se: elaborar diretrizes para a Política Nacional de Proteção de Dados Pessoais e da Privacidade (inciso III); editar regulamentos e procedimentos sobre proteção de dados pessoais e privacidade, bem como sobre relatórios de impacto à proteção de dados pessoais para os casos em que o tratamento representar alto risco à garantia dos princípios gerais de proteção de dados pessoais (inciso XIII); e editar normas, orientações e procedimentos simplificados e diferenciados, inclusive quanto aos prazos, para que microempresas e empresas de pequeno porte, bem como iniciativas empresariais de caráter incremental ou disruptivo que se autodeclarem startups ou empresas de inovação, possam adequar-se à LGPD (inciso XVIII).

<sup>21</sup> Um exemplo de caso recente e polêmico é a alteração da política de privacidade do aplicativo de mensagens *WhatsApp*, anunciada em janeiro de 2021. Tal alteração não permite aos usuários que discordem dela e continuem usando o aplicativo. No caso de discordância, o usuário deverá migrar para outro aplicativo.

agentes de tratamento de dados (fornecedores, isto é, pessoas jurídicas de direito privado ou pessoas naturais com finalidades econômicas, nos limites da LGPD). Essa vulnerabilidade digital do consumidor é agravada quando os fornecedores de produtos e serviços utilizam meios de coleta de consentimento que se assemelham aos contratos de adesão – no estilo “aceite e utilize nossos serviços, não utilize se não concordar” –, contribuindo para a falsa sensação de controle do consumidor sobre seus dados e desrespeitando a manifestação livre, informada e inequívoca da vontade do titular.

#### **4 A apropriação forçada dos dados pessoais pelas plataformas digitais de notícias**

A seção anterior abordou a vulnerabilidade digital dos consumidores e como o consentimento por meio de termos semelhantes aos contratos de adesão impede a verdadeira manifestação da vontade do titular de dados pessoais. Nessa seção, abordar-se-á a importância do tratamento correto dos dados pessoais para garantir a tutela do direito fundamental de proteção de dados e do direito do consumidor.

O uso da *internet* e o compartilhamento de informações por meio das redes sociais, comércios eletrônicos e portais de serviços trazem diversos benefícios para a sociedade – principalmente em tempos de pandemia, em que todos precisam estar conectados para trabalhar, estudar e se relacionar com os outros –, mas também resulta em incidentes de segurança que, por exemplo, levam à criação de perfis falsos, roubo de dados e transações financeiras não autorizadas. (ABADE; ALVES, 2017, p. 124).

Após a revolução digital, os dados pessoais passaram a ser produtos valiosos no mercado, haja vista estarmos vivendo em uma sociedade de informação. Diante disso, diversas leis no mundo foram criadas para proteger os titulares de dados e tutelar seus direitos, sendo que no Brasil há a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, que prevê em seu artigo 18, incisos I e II, o direito de saber se uma empresa (ou pessoa natural com finalidade comercial) trata seus dados pessoais, e em caso positivo, o direito de saber quais.

Um meio de um controlador ou de um operador de dados mostrar aos titulares como será feito o tratamento dos seus dados é a Política de Privacidade, que diferentemente do que muitos pensam, não é documento que serve para coletar o consentimento das pessoas, mas sim um documento que apresenta aos titulares o que será feito com os seus dados.

Durante muitos anos, criou-se ideal de que a Política de Privacidade deveria ser feita em formato de contrato, com muitas cláusulas e termos jurídicos, ao ponto que ainda em 2004 foi realizado estudo de quarenta Políticas de Privacidade, concluindo que 30% dessas exigiam nível de escolaridade superior para seu entendimento, e 17% dessas exigiam nível de pós-



graduação (ANTON, 2004, *apud* LOBATO; ZORZO, 2007, p. 4), tornando inacessível para o consumidor comum o entendimento do tratamento dos dados e dos seus direitos como titular.

Desse modo, percebe-se a importância de uma Política de Privacidade acessível, sem que esteja escrita em formato de contrato, para que os consumidores titulares de dados consigam de fato entender seus direitos e garantias, e o processo de tratamento de seus dados pela empresa (na figura de controladora e operadora de dados).

Além da Política de Privacidade, outro problema advindo da revolução digital diz respeito aos *cookies*. Conforme abordado na seção anterior, diversos endereços eletrônicos possuem um único botão de aceite dos *cookies*, ou seja, quando a pessoa clica para concordar com os termos apresentados, não só aceita os *cookies* essenciais para a garantia de funcionamento do site em seu dispositivo, mas também aceita os não-obrigatórios, como *cookies* de rastreamento e de publicidade, prejudicando, então, a sua verdadeira manifestação de vontade.

A presença das pessoas na *internet* já era grande, porém se tornou massiva com a migração forçada ao meio digital causada pela pandemia de Covid-19, que manteve boa parte da população brasileira em casa por um período (seja pelo *lockdown* ou pelas recomendações de ficar em casa). Trabalho, estudo e relações pessoais passaram a ser pela *internet*, que também foi o maior meio de informação sobre a pandemia<sup>22</sup> e assuntos que a tangenciam, isto é, saúde, política, políticas públicas, economia, entre outros.

Assim sendo, a população brasileira, ávida por informação em meio à pandemia de coronavírus, recorreu aos sites de notícias da internet, deparando-se frequentemente com a imposição de coleta de todos os *cookies* por esses endereços eletrônicos, mesmo depois da entrada em vigor da LGPD. Ou seja, no intuito de se informar, o titular deve “aceitar”<sup>23</sup> todos os *cookies* do site (inclusive de rastreamento e propaganda), e caso não aceite não poderá usar o serviço.

Um exemplo concreto de endereço eletrônico de notícias nacionalmente conhecido é o site UOL, pertencente ao Grupo UOL, que tem a opção do “aceite” de todos os termos de uso impostos quando o usuário entra no portal, e em sua Política de Privacidade (UOL, 2020, online) define que ao dar o seu consentimento (involuntário, caso contrário não poderá acessar o conteúdo), o titular não apenas aceita os *cookies* essenciais para o funcionamento, mas também os *cookies* analíticos e de publicidade (ambos de experiência) e os de mídias sociais.

<sup>22</sup> De acordo com o Google Trends (2021, *online*), as palavras e expressões mais procuradas no site no ano de 2020 envolvem: “O que é coronavírus?”, “O que é pandemia?”, “O que é lockdown?”, “auxílio emergencial”, entre outros.

<sup>23</sup> Em aspas para representar o que Rocha e Maziviero (2020, p. 12) chamam de “consentimento involuntário”.

A Política de Privacidade ainda complementa: “Os *Cookies* podem ser aceitos, excluídos ou rejeitados por meio de ferramentas de gerenciamento do próprio navegador usado pelo USUÁRIO”, ignorando as vulnerabilidades digital, técnica e digital dos consumidores.

A opção do “aceite” geral de todos os termos de uso, sem modulação alguma das informações que os titulares desejam fornecer e dos *cookies* não-necessários que desejam aceitar, repete-se na Política de Privacidade do Grupo Globo, responsável, por exemplo, pelos portais de notícias G1 e Globo.com, coletando *cookies* de publicidade e direcionamento junto dos essenciais, de desempenho e de funcionalidade (GLOBO, 2020, *online*).

Desse modo, resta comprovada a hipótese da pesquisa de que os grandes portais de notícias se apropriam forçadamente dos dados pessoais de quem consome as informações disponibilizadas em seus endereços eletrônicos, e que esse fato se agravou durante a pandemia de Covid-19, diante da crise sanitária que levou à busca incessante por informações de saúde.

Ainda que a Lei Geral de Proteção de Dados seja nova no Brasil, o fato de ter sido inspirada no *General Data Protection Regulation* (GDPR) europeu torna possível a comparação entre as regulações e a observação do modo com que as autoridades lidam com possíveis violações das regras. Quanto ao aceite geral dos *cookies*, sem a possibilidade de selecionar quais gostaria de fornecer, a *Information Commissioner’s Office* (ICO), autoridade de proteção de dados do Reino Unido, manifesta-se afirmando que os usuários devem ter a possibilidade de permitir ou negar *cookies* não essenciais, e os controladores e operadores devem tornar esse processo fácil (INFORMATION COMMISSIONER’S OFFICE (ICO), 2021, *online*).

Entende-se, portanto, que há verdadeira possibilidade de aplicação de sanções por autoridades nacionais do mundo inteiro que possuam leis de privacidade concretas. Um exemplo de sanção aplicada por violação ao direito de negar os *cookies* é o Procedimento nº 00092/2020 da *Agencia Española de Protección de Datos* (AEPD) (2020, *online*), que condenou a empresa *Grow Beats SL* ao pagamento de multa no valor de três mil euros pela sua política de *cookies* em desconformidade com a Lei de Serviços da Sociedade de Informação e de Comércio Eletrônico.

Outro exemplo de condenação é a *Délibération* SAN-2020-013, proferida pela autoridade de proteção de dados francesa, a *Commission Nationale de l’Informatique et des Libertés* (CNIL) (2020, *online*), condenando a empresa *Amazon Europe Core* ao pagamento de multa de 35 milhões de euros por violações à GDPR e à lei de proteção de dados do país (*Loi Informatique et Libertés*), e mais especificamente, por inserir *cookies* não essenciais de publicidade antes mesmo de a pessoa consentir com os *cookies* apresentados e por não apresentar a informação de que a pessoa poderia recusar os *cookies* não essenciais.

A partir da simples análise dos julgados anteriores, é possível concluir que o modo como uma empresa lida com os seus *cookies* impacta não só os consumidores, mas também impacta financeiramente a própria empresa – a depender de fiscalização efetiva e eficaz pelas autoridades nacionais de proteção de dados (ANPD, no Brasil) – visto que violam o que na LGPD se chama “autodeterminação informativa” (artigo 2º, inciso II), isto é, o titular de dados ser o protagonista na matéria de tratamento dos seus dados pessoais.

Esse padrão de política de *cookies* das empresas dos julgados anteriores infelizmente se repete em diversos endereços eletrônicos disponíveis no Brasil, como as Políticas de Privacidade dos grupos de portais de notícias massivamente acessados pelos brasileiros (Grupo Uol e Grupo Globo), que não fornecem ao consumidor o verdadeiro consentimento para a utilização de *cookies* não-essenciais.

Sendo assim, tanto a decisão da AEPD quanto a decisão da CNIL ressaltam a vulnerabilidade do consumidor e a necessidade de o Estado tutelar seu direito à proteção de seus dados pessoais perante operadores e controladores (nesses casos, empresas, pessoas jurídicas de direito privado) para que seu direito fundamental seja garantido.

## **Conclusão**

Com a chegada da pandemia de Covid-19 no Brasil, restou claro que o modelo de Estado neoliberal se revelou insuficiente, haja vista o agravamento das desigualdades sociais, a grave crise econômica instaurada no país, e especialmente a grave crise sanitária que matou mais de 650.000 (seiscentos e cinquenta mil) pessoas somente em território brasileiro, somada ao aumento exponencial dos preços de produtos de prevenção e combate à doença e somada à disseminação de notícias falsas difundindo um tratamento sem eficácia comprovada. É certo, então, que o Estado deve estar mais presente na regulação do mercado para afastar a autorregulação e focar na tutela dos direitos dos cidadãos.

A migração forçada ao ambiente digital, movida pela necessidade de ficar em casa para achatá-la curva de transmissão do vírus, aumentou a vulnerabilidade dos consumidores na *internet*. A relação entre consumidor e fornecedor sempre foi marcada pelas vulnerabilidades jurídica, financeira e técnica, porém durante a pandemia, somaram-se também as vulnerabilidades médicas, situacional e digital/informacional.

Os dispositivos eletrônicos se transformaram em objetos de trabalho, de estudo, de interações sociais, e principalmente durante a pandemia, em meios de informação sobre o próprio vírus da Covid-19, sobre a situação sanitária do país, além dos desdobramentos econômicos e políticos do país e do mundo.

Em busca de informações confiáveis, as pessoas passaram a entrar em portais de notícias conhecidos nacionalmente (como os do Grupo UOL e do Grupo Globo, mencionados anteriormente), e para ter acesso ao conteúdo disponível, precisavam aceitar a Política de Privacidade, sendo levado a consentir com *cookies* não-essenciais sem poder selecionar se desejaria os *cookies* de publicidade, rastreamento, e de análise, por exemplo, por se encontrar em posição inferior aos fornecedores das informações.

Conclui-se, por meio do método hipotético-dedutivo e de pesquisa teórico-bibliográfica, portanto, que as empresas se utilizam da vulnerabilidade do consumidor titular de dados para impor *cookies* não-essenciais, como de publicidade, para que possam coletar informações que servirão para campanhas de *marketing*, chamadas de *microtargeting*, isto é, feitas sob medida para o consumidor específico.

Desse modo, o consumidor que já era vulnerável perante fornecedores e prestadores de serviços agora teve essa vulnerabilidade agravada, tanto pela pandemia, com a vulnerabilidade médica, quanto pela migração brusca e forçada para o meio digital, com as vulnerabilidades situacional, técnica e algorítmica, o que confirma integralmente a hipótese de pesquisa.

Considerando que a hipótese da pesquisa se confirmou, tem-se a conclusão de que é necessário o diálogo das fontes entre LGPD e CDC, já que a coleta, uso e armazenamento de dados pessoais devem ser protegidos, ou seja, o consumidor deve ter sua privacidade, liberdade e intimidade resguardadas, também, quando da utilização de plataformas e aplicativos digitais, podendo exercer assim, sua autodeterminação informativa, isto é, ser livre para manifestar-se conscientemente no ambiente virtual.

Embora a LGPD traga consideráveis avanços no que concerne a regulamentação de práticas no ambiente virtual, é indispensável que o direito à informação e à transparência tenham protagonismo nesse cenário, pois o consumidor consciente, que possui acesso às informações adequadas, é capaz de fazer suas escolhas de consumo, de forma livre e racional.

Além disso, em que pese as conquistas alcançadas pela LGPD quanto a proteção de dados pessoais, com base, primordialmente, na boa-fé, não se pode olvidar que é necessário que se implemente condições para sua efetiva implementação, como é o caso da criação da Autoridade Nacional de Dados-ANPD, que conquanto se apresente como órgão que deve zelar pela proteção dos dados pessoais, não possui estrutura logística, financeira e regulamentação específica para o exercício de suas atribuições, o que deveria ocorrer de forma preventiva e repressiva.

Urge, nesse contexto, a criação de uma Política Nacional para o Tratamento de Dados, entabulando compromissos e diretrizes, a partir de um viés ético, a serem assumidos por grandes

e pequenas empresas na gestão de dados pessoais, bem como assegurar a responsabilização dos infratores pelos danos eventualmente causados, sem prejuízo da aplicação das sanções previstas na LGPD.

Por fim, resta ao Estado resgatar um maior protagonismo na regulação das plataformas eletrônicas, assumindo sua função estratégica na Política Nacional das Relações de Consumo, melhor tutelando o direito do consumidor e do titular de dados pessoais quanto ao agravamento de sua vulnerabilidade, favorecendo o cumprimento da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, pois o consumidor se vê forçado a aceitar (consentimento involuntário) os termos propostos pelas empresas sem poder de negociação por desejar adquirir o produto (informação), como um contrato de adesão eivado de cláusulas abusivas.

Sendo assim, cumpre-se o objetivo geral do estudo, isto é, a análise, por meio do método hipotético-dedutivo e pesquisa teórico-bibliográfica, de natureza transdisciplinar, do impacto da pandemia de Covid-19 no direito fundamental de proteção dos dados dos consumidores digitais no Brasil, focando especialmente no consumo de informações de grandes portais de notícias e na tutela desse direito pelo Estado brasileiro.

Cumpre-se, também, o objetivo específico de estudo da possibilidade de agravamento dos riscos quanto ao uso indiscriminado de suas informações sensíveis, bem como pela insuficiente regulação estatal das plataformas eletrônicas, por meio do teste da hipótese de que as plataformas de notícias se apropriam forçadamente dos dados pessoais dos consumidores, ainda mais vulneráveis durante a pandemia de Covid-19.

### **Referências**

ABADE, André da S.; ALVES, Josilene. Política de privacidade e dados pessoais: a caracterização da consciência de uso e o valor da informação armazenados na nuvem. **Fascia On-line**. Barra dos Garças, v. 6, n. 1, p. 123-144, jan./jul./2017.

AGAMBEN, Giorgio. **Reflexões sobre a peste**: ensaios em tempos de pandemia. São Paulo: Boitempo, 2020. 46 p.

AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS (AEPD). **Procedimiento N°: PS/00092/2020**. Resolución de Procedimiento Sancionador. Madrid, Espanha: Agencia Española de Protección de Datos, 06 ago. 2020. Disponível em: [aepd.es/es/documento/ps-00092-2020.pdf](https://aepd.es/es/documento/ps-00092-2020.pdf). Acesso em: 20 jan. 2021.

AGRASSAR, Hugo José de O. O efeito das Fake News no consumo de medicamentos através da automedicação em tempos de pandemia de Covid-19. *In*: VERBICARO, Dennis; PRADO VERBICARO, Loiane (coord.). **Tensões de uma sociedade em crise**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020, p. 427-434.



ALMEIDA, Amanda; COLTS, Márcio. A Gestão dos *Cookies* e a nova Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. **Exin**. [S. I.], 24 jul. 2019. Disponível em: <https://www.exin.com/br-pt/gestao-dos-cookies-e-a-nova-lei-geral-de-protecao-de-dados-pessoais>. Acesso em: 08 jan. 2020.

AZEVEDO, Jorge M. C. de. A pandemia da Covid-19 expõe a falta de privacidade nas relações consumeristas na internet. In: VERBICARO, Dennis; PRADO VERBICARO, Loiane (coord.). **Tensões de uma sociedade em crise**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020, p. 435-440.

BAKHOUM, Mor; *et al.* Introducing a Holistic Approach to Personal Data. In: BAKHOUM, Mor. (org.). **Personal Data in Competition, Consumer Protection and Intellectual Property Law. Towards a Holistic Approach?** Berlim: Springer, 2018.

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE (CNS). **Recomendação nº 027, de 22 de abril de 2020**. Recomenda aos Poder Executivo, federal e estadual, ao Poder Legislativo e ao Poder Judiciário, ações de enfrentamento ao Coronavírus. [S. I.], 22 abr. 2020a. Disponível em: <http://conselho.saude.gov.br/recomendacoes-cns/1132-recomendacao-n-027-de-22-de-abril-de-2020>. Acesso em: 05 jan. 2021.

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE (CNS). **Recomendação nº 036, de 11 de maio de 2020**. Recomenda a implementação de medidas de distanciamento social mais restritivo (lockdown), nos municípios com ocorrência acelerada de novos casos de COVID-19 e com taxa de ocupação dos serviços atingido níveis críticos. [S. I.], 11 mai. 2020b. Disponível em: <http://conselho.saude.gov.br/recomendacoes-cns/1132-recomendacao-n-027-de-22-de-abril-de-2020>. Acesso em: 05 jan. 2021.

BRASIL. Lei nº. 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/\\_ato20152018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20152018/2018/lei/L13709.htm). Acesso em: 09 fev 2020.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm). Acesso em: 09 fev 2020.

BRASIL. **Medida Provisória nº 954, de 17 de abril de 2020**. Dispõe sobre o compartilhamento de dados por empresas de telecomunicações prestadoras de Serviço Telefônico Fixo Comutado e de Serviço Móvel Pessoal com a Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, para fins de suporte à produção estatística oficial durante a situação de emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus (**Covid-19**), de que trata a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020. Brasília: Presidência da República, 2020. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/\\_Ato2019-2022/2020/Mpv/mpv954.htm#:~:text=Disp%C3%B5e%20sobre%20o%20compartilhamento%20de,emerg%C3%Aancia%20de%20sa%C3%BAde%20p%C3%BAblica%20de](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2019-2022/2020/Mpv/mpv954.htm#:~:text=Disp%C3%B5e%20sobre%20o%20compartilhamento%20de,emerg%C3%Aancia%20de%20sa%C3%BAde%20p%C3%BAblica%20de). Acesso em: 12 jan. 2021.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Novo Coronavírus (Covid-19):** informações básicas. [S. I.], 06 mar. 2020c. Disponível em: <https://bvsmis.saude.gov.br/ultimas-noticias/3135-novo-coronavirus-covid-19-informacoes-basicas>. Acesso em: 05 jan. 2021.

ERICKSON, Abigayle. Comparative analysis of the EU's GDPR and Brazil's LGPD: Enforcement challenges with the LGPD. **Brooklyn Journal of International Law**, v. 44, n. 2, p. 859-888, 2019.

GLOBO. **Globo Privacidade**. [S. I.], 2020. Disponível em: <https://privacidade.globo.com/privacy-policy/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

GOOGLE TRENDS. **Veja o que esteve em alta em 2020 - Brasil**. 2021. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/yis/2020/BR/>. Acesso em: 19 jan. 2021.

INFORMATION COMMISSIONER'S OFFICE (ICO). **Cookies and similar technologies**. [S. I.], 2021. Disponível em: <https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-pecr/cookies-and-similar-technologies/#consent>. Acesso em: 20 jan. 2021.

LOBATO, Luanna; ZORZO, Sérgio. Padrões para apoio ao desenvolvimento de Políticas de Privacidade. *In*: SOARES, Sérgio; SOUZA, Jefferson T. de.; GABRIEL, Richard P. **SugarLoafPLOP'2007**. Porto de Galinhas, 2007, p. 3-21.

MBEMBE, Achille. Necropolítica. **Revista Arte & Ensaios**, n. 32. Rio de Janeiro: Dezembro de 2016. p. 123-151.

MUCELIN, Guilherme; D'AQUINO, Lúcia S. O papel do direito do consumidor para o bem-estar da população brasileira e o enfrentamento à pandemia de covid-19. **Revista de Direito do Consumidor**. v. 129, p. 1-25, maio/jun. 2020.

NELSON, Stephen C. Playing Favorites: How Shared Beliefs Shape the IMF's Lending Decisions. **International Organization**, v. 68, n. 2, p. 297-328, 2014.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **Novel Coronavirus – China**. [S. I.], 12 jan. 2020a. Disponível em: <https://www.who.int/csr/don/12-january-2020-novel-coronavirus-china/en/>. Acesso em: 05 jan. 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 – 11 march 2020**. [S. I.], 11 mar. 2020b. Disponível em: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020#:~:text=WHO%20has%20been%20assessing%20this,be%20characterized%20as%20a%20pandemic>. Acesso em: 05 jan. 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 – 16 march 2020**. [S. I.], 16 mar. 2020d. Disponível em: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---16-march-2020>. Acesso em: 05 jan. 2021.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Coronavirus: Focus on the global economy**. [S. I.], 2020a. Disponível em: <https://www.oecd.org/coronavirus/en/themes/global-economy>. Acesso em 20 dez. 2020.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Protecting online consumers during the COVID-19 crisis**. [S. I.], 22 abr. 2020b. Disponível em: [https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=130\\_130819-ay45n5rn74&title=Protecting-online-consumers-during-the-COVID-19-crisis](https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=130_130819-ay45n5rn74&title=Protecting-online-consumers-during-the-COVID-19-crisis). Acesso em 20 dez. 2020.

ROCHA, Luiz Alberto G. S.; MAZIVIERO, Luiza N. Por um Clique: Como a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais Possibilita o "Consentimento Involuntário" de Fornecimento de Informações de Particulares a Empresas. *In*: VERBICARO, Dennis; VERBICARO, Loiane; VIEIRA, Janaina. (org.). **Direito do Consumidor Digital**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020, p. 3-24.

ROSA, Mariana G.; NOCCIOLI, Carlos Alexandre M. Achar a Curva. *In*: UFSCAR. **InformaSUS**. [S. I.], 30 out. 2020. Disponível em: <https://www.informasus.ufscar.br/achatar-a-curva/>. Acesso em: 06 jan. 2021.

SANDEL, Michael. **Justiça: o que é fazer a coisa certa**. 20. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A cruel pedagogia do vírus**. São Paulo: Boitempo, 2020. 50 p.

UOL. **Política de Privacidade - Grupo Uol**. [S.I], 21 out. 2020. Disponível em: <https://sobreuol.noticias.uol.com.br/normas-de-seguranca-e-privacidade.html>. Acesso em: 19 jan. 2021.

VERBICARO, Dennis. A resignificação do consumo no mundo pós-pandemia. *In*: VERBICARO, Dennis; PRADO VERBICARO, Loiane (coord.). **Tensões de uma sociedade em crise**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020, p. 91-111.

VERBICARO, Dennis; RODRIGUES, Lays; ATAÍDE, Camille. Desvendando a vulnerabilidade comportamental do consumidor: uma análise jurídico-psicológica do assédio de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, ano 27, v. 119, p. 349-384, set./out. 2018.

VERBICARO, Loiane P. Pandemia e o colapso do Neoliberalismo. *In*: VERBICARO, Dennis; VERBICARO, Loiane P. (coord.). **Tensões de uma sociedade em crise**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020, p. 113-124.

VIEIRA, Janaína; OHANA, Gabriela. Do consumo analógico à aceleração do consumo digital: o paradoxo entre consumidor vidro e consumidor identitário no pós-Covid 19. *In*: VERBICARO, Dennis; PRADO VERBICARO, Loiane (coord.). **Tensões de uma sociedade em crise**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020, p. 449-457.

VON BOGDANDY, Armin; MAC-GREGOR, Eduardo F.; ANTONIAZZI, Mariela M.; PIOVESAN, Flávia; SOLEY, Ximena. **Transformative constitutionalism in Latin America: The emergence of a new ius commune**. [S. I]: Oxford, 2017.

ŽIŽEK, Slavoj. **Pandemia: Covid-19 e a reinvenção do comunismo**. São Paulo: Boitempo, 2020. 117 p.

ZUKERFELD, Mariano. Bits, plataformas y autómatas. Las tendencias del trabajo en el capitalismo informacional. **Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo**, n. 7, jan. 2020, p. 1-50.

### **Referencias consultadas**

BIONI, Bruno; DIAS, Daniel. Responsabilidade civil na proteção de dados pessoais: construindo pontes entre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e o Código de Defesa do Consumidor. **Civilistica.com**. Rio de Janeiro, a. 9, n. 3, 2020. Disponível em: <http://civilistica.com/responsabilidade-civil-na-protecao-de-dados-pessoais/>. Acesso em: 28 dez. 2020.

DAVIS, Mike. A Crise do coronavírus é um monstro alimentado pelo capitalismo. *In*: **Esquerda Online**. [S. I.], 30 mar. 2020. Disponível em: <https://esquerdaonline.com.br/2020/03/30/mike-davis-a-crise-do-coronavirus-e-um-monstro-alimentado-pelo-capitalismo/>. Acesso em: 07 dez. 2020.

FRANÇA. Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL). **Délibération SAN-2020-013**. Délibération de la formation restreinte no SAN-2020-013. [S.I.], 07 dez. 2020. Disponível em: <https://www.legifrance.gouv.fr/cnil/id/CNILTEXT000042635729>. Acesso em: 21 jan. 2021.

FUNDAÇÃO DO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO (FIA). **Pesquisa Gestão de Pessoas na Crise Covid-19: Relatório Final**. [S. I.], 28 jul. 2020. Disponível em: <https://jornal.usp.br/wp-content/uploads/2020/11/Pesquisa-Gest%C3%A3o-de-Pessoas-na-Crise-de-Covid-19-ITA.pdf>. Acesso em: 05 jan. 2021.

OPICE BLUM, Renato; SANTOS, Karina. Reflexões sobre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. *In*: OPICE BLUM, Renato. **Noomis**. [S.I.], 22 out. 2020. Disponível em: <https://nomis.febraban.org.br/especialista/renato-opice-blum/reflexoes-sobre-a-lei-geral-de-protecao-de-dados-pessoais>. Acesso em: 30 dez. 2020.