

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE DIREITO  
DEPARTAMENTO DE DIREITO PRIVADO E PROCESSO CIVIL

Bibiana Vaz Poeta Roenick

AS PRÁTICAS DE GEO-PRICING E GEO-BLOCKING SOB A PERSPECTIVA DA  
PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

Porto Alegre

2020

BIBIANA VAZ POETA ROENICK

**AS PRÁTICAS DE GEO-PRICING E GEO-BLOCKING SOB A PERSPECTIVA DA  
PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharel em Direito  
pela Faculdade de Direito da Universidade  
Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Fabiano Menke.

Porto Alegre  
2020

BIBIANA VAZ POETA ROENICK

**AS PRÁTICAS DE GEO-PRICING E GEO-BLOCKING SOB A PERSPECTIVA DA  
PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharel em Direito  
pela Faculdade de Direito da Universidade  
Federal do Rio Grande do Sul.

Aprovado em 20 de novembro de 2020.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Fabiano Menke  
Orientador

---

Prof. Dr. Luis Renato Ferreira da Silva

---

Prof. Dr. Guilherme Carneiro Monteiro Nitschke

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, em primeiro lugar, aos meus pais, Simone e Henrique, por apoiarem os meus planos e fornecerem a base de todos os meus sonhos. Ainda, pela inspiração e incentivo em seguir a carreira jurídica, e pelos exemplos de dedicação e excelência profissional.

À minha avó Maria Luiza, tia Gisele, madrasta Graciane, ao meu irmão André, minha cunhada Bruna e meu afilhado Rodrigo, pelo carinho, amor e compreensão. À Minnie, minha companheira há praticamente 16 anos, pelo afeto e força ilimitados e por estar, literalmente, sempre ao meu lado.

Às minhas amigas: Catherine, por me auxiliar ao longo da minha trajetória acadêmica com materiais, conselhos e apoio emocional; Laura, por sempre transmitir positividade e amor; Nicolle, pelo carinho e eterna parceria; Victória; por toda a empatia e atenção; e Vitória, pela generosidade e cuidado constantes. E a todas elas, pela amizade de anos, pelo apoio incondicional, acolhimento, e por me passarem a certeza de que nunca estarei sozinha.

Aos meus amigos: Daniele, pelo exemplo de dedicação e por toda a ajuda, não só com este trabalho, mas no curso inteiro; Julia, por todas os processos e epifanias compartilhados, e pela força para encará-los; Karina, por dividir comigo todas as etapas da faculdade, todas as frustrações, e todas as felicidades, e me ajudar a levar tudo isso com mais leveza; Lukas, por compartilhar as conquistas e os desagrados da escrita do trabalho de conclusão de curso, e pelo suporte para enfrentá-lo; Marina, pelo apoio, carinho e por fazer eu me sentir acolhida em qualquer situação; Nicole, pela compreensão, parceria e por sempre trazer alegria; Anna Laura, Gabriel Lee e Lucca, por todo o carinho, auxílio e companheirismo nos últimos anos.

A todos os chefes, mentores, colegas e amigos que contribuíram à minha formação e com os quais tive o prazer de cruzar em minha trajetória profissional e acadêmica.

À Banca, pelas importantíssimas considerações.

Por fim, agradeço ao meu orientador, Professor Fabiano Menke, pelos anos de orientação nas pesquisas que desenvolvi, pelos inúmeros ensinamentos transmitidos em todos os aspectos da minha formação, pelo incentivo a conduzir meus estudos com excelência, e pela disposição constante em sanar todas as minhas dúvidas.

## RESUMO

Este trabalho propõe-se a investigar as práticas de geo-pricing e geo-blocking em confronto ao ordenamento brasileiro, precipuamente, no que diz respeito à disciplina da proteção de dados. Questiona-se se as condutas são atentatórias aos princípios do sistema jurídico nacional ou se são meras condições de livre mercado. Com esse objetivo, a partir do método dedutivo, analisou-se a doutrina e as legislações relevantes ao tema. A primeira parte da pesquisa examina a disciplina da proteção de dados pessoais a partir da evolução das tecnologias da informação e do direito fundamental à proteção de dados. Ainda, aborda-se o desenvolvimento das bases normativas acerca da matéria e a sofisticação das tecnologias de coleta e tratamento de dados, que podem gerar discriminação dos titulares. Uma das possíveis causas de discriminação do usuário é em razão de seus dados de localização. Nesse sentido, o segundo capítulo deste estudo explora o conceito de geolocalização, e como ele pode ser utilizado para discriminar indivíduos por meio das práticas de geo-pricing e geo-blocking, as quais consistem respectivamente, na diferenciação de preços e no bloqueio de ofertas em razão da localização do titular. Analisa-se o conceito e a aceção internacional das práticas, bem como a sua licitude frente ao ordenamento nacional. *A priori*, o geo-pricing e o geo-blocking são considerados ilícitos porque, se o território em que se encontra o usuário não tem relevância para a precificação do bem ou disponibilidade da oferta, a execução das condutas é abusiva por infringir a ordem econômica e violar o princípio constitucional da igualdade e os princípios infraconstitucionais da boa-fé, finalidade, transparência, não discriminação e neutralidade da rede. Todavia, as práticas podem ser realizadas licitamente se estiverem baseadas em um motivo juridicamente relevante (também chamado de condição idônea ou justa causa) que justifique a sua execução, compreendido no caso concreto, como diferenças no custo de fabricação ou transporte do bem a determinados territórios, cumprimento de uma obrigação legal ou contratual (por exemplo, restrições devidas a direitos de propriedade intelectual ou adequação a regimes de tributação diversos), entre outros exemplos indicados no desenvolvimento do trabalho. Por fim, apresentou-se, brevemente, o caso da empresa Decolar.com, que responde ação civil pública pela realização abusiva de geo-pricing e geo-blocking.

**Palavras-chave:** Proteção de dados pessoais. Dados de localização. Geo-pricing. Geo-blocking. Discriminação.

## ABSTRACT

This paper aims to investigate the practices of geo-pricing and geo-blocking in the light of the Brazilian legal framework, primarily regarding the field of personal data protection. It is questioned if the techniques violate the national legal principles or if they are mere free market conditions. With this intent, utilizing the deductive approach method, the relevant doctrine and legislations were analyzed. The first part of the research examines the field of personal data protection as of the evolution of information technologies and the fundamental right to data protection. Furthermore, the development of the matter's regulatory basis and the improvement of data harvesting and processing technologies, which can result in discrimination of the data subject, are addressed. One of the possible causes of discrimination is due to the subject's location data. Thus, this study's second chapter explores the concept of geolocation, and how it can be used to discriminate individuals through the practices of geo-pricing and geo-blocking, which consist, respectively, in price differences and blocked access to offers on account of the data subject's location. This section analyses the practices' definition and their international notion, as well as their lawfulness in light of the national legal framework. Initially, geo-pricing and geo-blocking are considered unlawful because, if the territory in which lies the subject isn't a relevant factor to the good's pricing or availability, the execution of the techniques is abusive due to infringement of the economic order and violation of the constitutional principle of equality, and of the infra-constitutional principles of good faith, purpose limitation, transparency, non-discrimination and network's neutrality. However, the practices can be carried out lawfully if they are based in a legally relevant reason (also known as legitimate cause) that justifies their execution, acknowledged in a concrete situation, such as differences in the good's manufacturing or transportation cost to certain territories, compliance to legal or contractual obligations (for example, copyright restrictions or adjustments to different tax systems), among other examples indicated along this paper. At last, the "Decolar.com"'s case was briefly referred. The company answers a lawsuit due to abusive implementation of geo-pricing and geo-blocking.

**Keywords:** Personal data protection. Location data. Geo-pricing. Geo-blocking. Discrimination.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2 PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS.....</b>	<b>10</b>
2.1 A EVOLUÇÃO DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E OS SEUS DESAFIOS.....	11
2.2 A CONSTRUÇÃO DO DIREITO FUNDAMENTAL À PROTEÇÃO DE DADOS....	14
2.3 BASE NORMATIVA DA DISCIPLINA DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS...18	
<b>2.3.1 A experiência brasileira.....</b>	<b>22</b>
2.4 DISCRIMINAÇÃO DO TITULAR DOS DADOS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO.....	29
<b>3 GEOLOCALIZAÇÃO DO TITULAR.....</b>	<b>35</b>
3.1 AS PRÁTICAS DE GEO-PRICING E GEO-BLOCKING.....	39
<b>3.1.1 Definições e conceitos.....</b>	<b>39</b>
<b>3.1.2 Breve análise do geo-pricing e do geo-blocking no contexto internacional.....</b>	<b>46</b>
<b>3.1.3 A (i)licitude das práticas de geo-pricing e geo-blocking em confronto com o ordenamento jurídico brasileiro.....</b>	<b>50</b>
<b>3.1.4 Caso Decolar.com.....</b>	<b>66</b>
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>71</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>73</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A evolução das tecnologias da informação e da comunicação nas últimas décadas causou a aceleração da cadência das interações sociais e promoveu o expressivo fluxo informacional que estrutura a sociedade contemporânea. A possibilidade de processamento digital da informação revolucionou a rapidez e a capacidade de armazenamento de dados, bem como o seu acesso, organização e compartilhamento.<sup>1</sup>

O tratamento de dados pessoais tornou-se um ativo comercial na medida em que começou a gerar conhecimento valioso para o mercado. Assim, com a utilização das informações dos indivíduos para os mais variados fins (como identificação, classificação, transmissão, reprodução, direcionamento de publicidade, entre outros), surge o risco de violação dos direitos de personalidade do titular dos dados. Daí porque estrutura-se a disciplina da proteção de dados pessoais, orientada não somente pela tutela da privacidade e da liberdade pessoal do sujeito no âmbito das relações negociais e no exercício de seus direitos fundamentais, mas também pela proteção do livre fluxo de dados.<sup>2</sup>

Sob essa perspectiva, um dos riscos aos quais está exposto o titular é a discriminação abusiva (quando não há motivo legítimo que justifique a sua realização). Quem realiza o tratamento dos dados pode discriminar os indivíduos fixando preços ou disponibilizando ofertas de modo personalizado com base nas informações pessoais de cada usuário. E um dos possíveis critérios para diferenciação de preços e bloqueio de ofertas é em razão da localização do titular, o que consiste, respectivamente, nas práticas de geo-pricing e geo-blocking. Isto é, dependendo do território no qual se encontra o indivíduo, podem ser requisitados valores diferentes para a aquisição de produtos ou serviços, ou negado o acesso a ofertas, impossibilitando a visualização e compra do bem de consumo.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais**: a função e os limites do consentimento. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 4-5.

<sup>2</sup> MENDES, Laura Schertel; BIONI, Bruno R. O Regulamento Europeu de Proteção de Dados Pessoais e a Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira: Mapeando Convergências na Direção de um Nível de Equivalência. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 157-180, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>3</sup> MORASSUTTI, Bruno Schimitt. Responsabilidade Civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre as práticas de geoblocking e geopricing. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 124, p. 213-234, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

O tema assumiu destaque no cenário nacional a partir de 2018, quando o Ministério Público do Rio de Janeiro ajuizou ação civil pública contra a empresa Decolar.com pela prática abusiva de geo-pricing e geo-blocking e discriminação ilícita de consumidores. As investigações realizadas demonstraram que diversas ofertas de quartos de hotéis eram bloqueadas no território brasileiro e liberadas para consumidores que se encontravam na Argentina (geo-blocking). Ao passo em que, quando as ofertas eram disponibilizadas aos brasileiros, os preços oferecidos eram superiores àqueles ofertados aos argentinos para hotéis e períodos de hospedagem idênticos (geo-pricing).<sup>4</sup>

Nesse contexto, a preocupação central desta pesquisa é analisar as práticas do geo-pricing e do geo-blocking e indagar acerca da sua licitude em relação ao contexto nacional, precipuamente, na perspectiva da proteção de dados pessoais. Questiona-se se tais práticas são atentatórias contra os fundamentos e princípios do ordenamento brasileiro, ou se são apenas condições de livre-mercado, representativas da liberdade contratual dos fornecedores.

Neste trabalho, será feita a análise da doutrina relevante acerca da disciplina da proteção de dados pessoais, bem como da bibliografia já publicada especificamente a respeito do geo-pricing e do geo-blocking no âmbito brasileiro e, residualmente, no europeu. Será realizado, também, o cotejo das legislações pertinentes ao assunto, com destaque à Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n. 13.709/18). Com base no método dedutivo, busca-se compreender como se inserem e devem ser tratadas as práticas do geo-pricing e do geo-blocking no ordenamento jurídico brasileiro.

A exposição da pesquisa será realizada em duas partes. O primeiro capítulo tratará da evolução das tecnologias da comunicação e informação, e do advento da proteção de dados pessoais. Analisar-se-ão a concepção do direito fundamental à proteção de dados, as bases normativas acerca da matéria, e o risco de discriminação do titular de dados, o qual advém das possibilidades de coleta e tratamento cada vez mais sofisticados das informações.

O segundo capítulo abordará a análise dos dados de localização do titular e o seu uso para fins de diferenciação de preços e bloqueio de ofertas, o que consiste no

---

<sup>4</sup> MPRJ AJUÍZA AÇÃO INÉDITA CONTRA EMPRESA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO - DECOLAR.COM. **MPRJ**, 04 fev. 2018. Disponível em <<http://www.mprj.mp.br/home/-/detalhe-noticia/visualizar/54503>>. Acesso em 01 out. 2020.

geo-pricing e no geo-blocking. Examinar-se-ão os conceitos das práticas, a sua acepção no contexto internacional, e a sua (i)licitude frente ao ordenamento jurídico brasileiro, identificando quando se tratam de práticas abusivas, de um lado, e quando são justificados por condições juridicamente idôneas/legítimas, de outro. Por fim, apresentar-se-á, brevemente, o caso da empresa Decolar.com, pioneiro no país a respeito do assunto.

## 2 PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

A sociedade contemporânea evoluiu e organizou-se de maneira tal que a informação se tornou o fator central por meio do qual se desenvolve a economia. Esse novo modo de estruturação social surgiu em razão do grande fluxo informacional causado pelas novas tecnologias de comunicação desenvolvidas nas últimas décadas. A possibilidade de processamento digital da informação viabiliza a sua transmissão em grandes quantidades, de maneira eficaz e veloz, eliminando distâncias e outros obstáculos físicos.<sup>5</sup>

Assim, a informação transformou-se em insumo de produção,<sup>6</sup> assumindo papel adjetivante na contemporânea sociedade da informação. Nas palavras de Bruno Bioni, “a informação é o (novo) elemento estruturante que (re)organiza a sociedade, tal como o fizeram a terra, as máquinas a vapor e a eletricidade, bem como os serviços, respectivamente, nas sociedades agrícola, industrial e pós-industrial.”<sup>7</sup> Os dados tornaram-se componentes essenciais de praticamente todas as atividades econômicas, o que originou a expressão *data-driven economy* (economia movida a dados).<sup>8</sup>

De plano, cabe salientar que, embora “dado” e “informação” sejam, muitas vezes, tratados como sinônimos, existem diferenças fundamentais entre os seus conceitos. Segundo Danilo Doneda, dados são uma “espécie de ‘pré-informação’, anterior à interpretação e a um processo de elaboração.”<sup>9</sup> Isto é, são os fatos brutos que podem formular uma informação após processamento e organização.<sup>10</sup> Nesse sentido, enquanto os dados tem conotação primitiva e fragmentada, a informação implica aceitação mais desenvolvida, que pressupõe cognição ou depuração de conteúdo.<sup>11</sup>

---

<sup>5</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 4-5.

<sup>6</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental**. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 91.

<sup>7</sup> BIONI, *op. cit.*

<sup>8</sup> FRAZÃO, Ana. Fundamentos da proteção de dados pessoais: noções introdutórias para a compreensão da importância da lei geral de proteção de dados. In: TEPEDINO, Gustavo; FRAZÃO, Ana; OLIVA, Milena Donato (coord.). **Lei Geral de proteção de dados pessoais e suas repercussões no direito brasileiro**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 24.

<sup>9</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>>. p. 2.1.

<sup>10</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 36.

<sup>11</sup> DONEDA, *op. cit.*

## 2.1 A EVOLUÇÃO DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E OS SEUS DESAFIOS

Nas últimas décadas, a internet, a partir de sua inserção no mercado comercial, expandiu-se de maneira mais significativa do que qualquer outro meio de comunicação existente.<sup>12</sup> As novas tecnologias de comunicação possibilitaram o acúmulo da informação de forma antes inimaginável, uma vez que todo dado pode ser digitalizado.<sup>13</sup> Para além do aumento da capacidade de armazenamento (progresso quantitativo), o processamento eletrônico facilita também o acesso, o refinamento e o rápido compartilhamento de grande quantidade de dados (progresso qualitativo).<sup>14</sup>

Dessarte, a tecnologia informacional possibilita que a informação dispersa seja traduzida em informação organizada.<sup>15</sup> E a organização dos dados de forma a transmitir um conhecimento - e não eles em si considerados - é justamente o que detém valor<sup>16</sup> e utilidade econômica.<sup>17</sup>

O tratamento de dados<sup>18</sup> pode ajudar a personalizar serviços, disponibilizar e melhorar o acesso a informações relevantes, aumentar a eficiência econômica do controlador,<sup>19</sup> reforçar a segurança,<sup>20</sup> e até desvendar padrões ou inferir a probabilidade de acontecimentos futuros.<sup>21</sup> E, conforme a informação se torna mais útil e lucrativa, mais ela se assenta como componente fundamental da sociedade,

---

<sup>12</sup> ANDRADE, Sinara Lacerda; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Geo-pricing: Uma Análise Jurídica das Relações de Consumo do E-commerce e da Segregação Econômico-social da Era da Pós-modernidade. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**. CONPEDI: Salvador, v. 4, n. 1, p. 28, Jan/Jun, 2018. DOI: <<http://dx.doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0030/2018.v4i1.4024>>.

<sup>13</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais**: a função e os limites do consentimento. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 7-8.

<sup>14</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 89.

<sup>15</sup> RODOTÀ, Stefano. **Elaboratori elettronici e controllo sociale**. Bologna: Il Mulino, 1973, p. 14.

<sup>16</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 11.

<sup>17</sup> FRAZÃO, Ana. Algoritmos e inteligência artificial. **Jota**, 15 maio 2018. Disponível em <[https://www.jota.info/paywall?redirect\\_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018](https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018)>. Acesso em 13 out. 2020.

<sup>18</sup> Entende-se, por tratamento de dados, “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 termos do art. 5º, X, da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

<sup>19</sup> Controlador é a pessoa “a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais”, de acordo com o art. 5º, VI, LGPD.

<sup>20</sup> KSHETRI, Nir. Big Data's Impact on Privacy, Security, and Consumer Welfare. **Telecommunications Policy**, v. 38, n. 11, 2014. p. 6. DOI: <<https://doi.org/10.1016/j.telpol.2014.10.002>>.

<sup>21</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 41.

aumentando as suas possibilidades de influir no cotidiano dos indivíduos.<sup>22</sup> E, com efeito, a importância e a utilização de dados pessoais é tamanha que seu compartilhamento torna-se essencial para que o titular<sup>23</sup> possa subsistir e se desenvolver com autonomia na sociedade da informação.<sup>24</sup>

Os dados são a moeda de troca que possibilita o uso completo da internet na era da popularização dos serviços *online* “gratuitos”.<sup>25</sup> Não há prestação pecuniária direta pela fruição desses serviços,<sup>26</sup> mas o custo da disponibilidade não é, de fato, zero: existe uma onerosidade indireta que consiste na exigência de os usuários cederem seus dados pessoais<sup>27</sup> em troca de direcionamento de ofertas e publicidade. Esse custo é largamente aceito, e os indivíduos, inclusive, esperam os benefícios que advém da colheita e rastreamento dos dados, como a entrega de resultados rápidos e adaptados às pesquisas realizadas<sup>28</sup>, sem grande reflexão sobre as questões éticas e jurídicas que permeiam a utilização cada vez mais abrangente das informações pessoais.<sup>29</sup> Os dados integram a operação econômica, que tem como partes os controladores/operadores,<sup>30</sup> de um lado, e os anunciantes, de outro, e, como produto, o próprio consumidor.<sup>31</sup>

Vive-se em uma realidade de “datificação”, isto é, todos os aspectos da vida são transformados em dados. E, em uma economia movida a dados (*data-driven economy*), os agentes controladores esforçam-se para coletar a maior quantidade de

---

<sup>22</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>>. p. 2.1.

<sup>23</sup> Titular, de acordo com o art. 5º, V, LGPD, é “pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento.”

<sup>24</sup> CRESPO, Danilo Leme; FILHO, Dalmo Ribeiro. A Evolução Legislativa Brasileira Sobre a Proteção de Dados Pessoais: a importância da promulgação da Lei Geral De Proteção De Dados Pessoais. **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 98, Mar/Abr, 2019. p. 161. *E-book*.

<sup>25</sup> EZRACHI, Ariel; STUCKE, Maurice E. **Virtual Competition: The Promise and Perils of Algorithm-Driven Economy**. Cambridge, EUA: Harvard University Press, 2016. p. 28.

<sup>26</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 25.

<sup>27</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>28</sup> EZRACHI; STUCKE, *op. cit.*

<sup>29</sup> FRAZÃO, Ana. Algoritmos e inteligência artificial. **Jota**, 15 maio 2018. Disponível em <[https://www.jota.info/paywall?redirect\\_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018](https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018)>. Acesso em 13 out. 2020.

<sup>30</sup> Operador é quem “realiza o tratamento de dados pessoais em nome do controlador.” (art. 5º, VII, LGPD).

<sup>31</sup> BIONI, *op. cit.*

informação possível para atingir possíveis consumidores com possibilidades de compra ideais, reagindo a mudanças de maneira cada vez mais rápida.<sup>32</sup> Utilizando-se de algoritmos<sup>33</sup> extremamente sofisticados, as empresas fazem retratos fiéis dos hábitos e preferências dos usuários, capazes de prever seu comportamento negocial, e, com base nisso, direcionar ofertas, conteúdos e promoções.<sup>34</sup>

Nesse sentido, cada vez mais é potencializada a preocupação de que o custo da disponibilidade dos serviços *online* “gratuitos” ficou alto demais. Muitos usuários não sabem quais de seus dados pessoais são coletados, quando são usados, por quem, para qual finalidade<sup>35</sup>, e nem com quais outros dados são cruzados.<sup>36</sup> Nesse sentido, “o titular dos dados não sabe, na verdade, qual será o custo efetivo da transação. São inúmeras as possibilidades de uso que pode ser feito dos seus dados, [...] e os eventuais prejuízos ou mesmo benefícios que tal operação econômica pode desencadear”<sup>37</sup> são uma verdadeira incógnita.

Em realidade, a tendência é que as preocupações quanto à privacidade e à proteção de dados pessoais só aumentem. “A digitalização da informação, nossa crescente dependência da tecnologia, e o desenvolvimento do comércio eletrônico aumentaram significativamente o volume e a variedade de dados disponíveis”<sup>38</sup>, e isso está em constante evolução.

Nossas informações, os dados, servem de mercadoria que se traduz em publicidade direcionada, vendas e dinheiro. As empresas precificam dinamicamente os seus produtos por meio de algoritmos que calculam e atualizam preços

---

<sup>32</sup> EZRACHI, Ariel; STUCKE, Maurice E. **Virtual Competition: The Promise and Perils of Algorithm-Driven Economy**. Cambridge, EUA: Harvard University Press, 2016. p. 28.

<sup>33</sup> Algoritmos são conjuntos de raciocínios que, seguidos sistematicamente, levam à produção de um resultado pretendido. No mundo digital, os algoritmos são escritos em linguagem binária (0 e 1), executando milhões de instruções simples em correntes elétricas para estruturar os programas de computador e os *websites*, bem como gerar os resultados de buscas e operações realizadas pelos usuários. Sobre o assunto: FANJUL, Sergio C. Na verdade, o que [...] é exatamente um algoritmo? **EI País**, 20 mar. 2018. Disponível em <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/30/tecnologia/1522424604\\_741609.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/30/tecnologia/1522424604_741609.html)>. Acesso em 19 out. 2020.

<sup>34</sup> EZRACHI; STUCKE, *op. cit.*

<sup>35</sup> *Ibidem*.

<sup>36</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 27-28.

<sup>37</sup> *Ibidem*, p. 26-28.

<sup>38</sup> EZRACHI; STUCKE, *op. cit.*, p. 29, tradução nossa, do original: “*The digitalization of information, our increasing reliance on smart technologies, and the growth of online markets have significantly increased the volume and variety of available data.*”

rapidamente para maximizar os lucros.<sup>39</sup> E essa monetização dos dados pessoais formatou uma nova economia, que tem como cerne a vigilância permanente do comportamento dos indivíduos para coletar informações e, desse modo, gerar riquezas.<sup>40</sup> O cenário acima descrito (que será analisado de modo mais aprofundado no subcapítulo 2.4) revela como os dados pessoais dos indivíduos tornaram-se um elemento estratégico da economia,<sup>41</sup> o que não ocorre sem a geração de novos riscos, os quais advêm não só do Estado, mas também do setor privado<sup>42</sup>.

Um dos dilemas que assume relevante contorno atualmente é o da espionagem digital e vazamento de dados, que pode ser ilustrado pelo caso Edward Snowden. Snowden expôs o esquema de vigilância global conduzido pela Agência de Segurança Nacional dos Estados Unidos (NSA), que se utilizava de servidores de empresas como Google, Apple e Facebook, para espionar de forma massiva os usuários da internet, inclusive o governo brasileiro e as conversas da, então, presidente Dilma Rousseff.<sup>43</sup>

Além do risco de vazamento de informações pessoais, o tratamento de dados também pode gerar a representação errada de um titular, o uso indevido de dados, desvio de finalidade, imposição de comportamentos padronizados,<sup>44</sup> entre outros. E a resposta do Direitos a esses novos riscos foi a estruturação da disciplina da proteção de dados pessoais a fim de regular o tratamento e circulação da informação de maneira hígida.

## 2.2 A CONSTRUÇÃO DO DIREITO FUNDAMENTAL À PROTEÇÃO DE DADOS

O fluxo e o tratamento de dados em grandes quantidades são uma realidade da atualidade e aumentam as possibilidades de violação a direitos fundamentais.<sup>45</sup>

---

<sup>39</sup> EZRACHI, Ariel; STUCKE, Maurice E. **Virtual Competition**: The Promise and Perils of Algorithm-Driven Economy. Cambridge, EUA: Harvard University Press, 2016. p. 29.

<sup>40</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais**: a função e os limites do consentimento. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 49-50.

<sup>41</sup> *Ibidem*, p. 15.

<sup>42</sup> MENDES, Laura Schertel. O Direito Fundamental à Proteção de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 79, p. 45-81, Jul/Set, 2011. *E-book*.

<sup>43</sup> DENÚNCIAS DE SNOWDEN REVELAM AMPLO MONITORAMENTO. **Em Discussão – Senado Federal**. Ano 5, n. 21, Jul 2014. Disponível em <[www12.senado.leg.br/emdiscussao/edicoes/espionagem-cibernetica/contexto-a-guerra-nao-declarada/denuncias-de-snowden-revelam-amplo-monitoramento](http://www12.senado.leg.br/emdiscussao/edicoes/espionagem-cibernetica/contexto-a-guerra-nao-declarada/denuncias-de-snowden-revelam-amplo-monitoramento)>. Acesso em 23 nov. 2020.

<sup>44</sup> MENDES, *op. cit.*

<sup>45</sup> CRESPO, Danilo Leme; FILHO, Dalmo Ribeiro. A Evolução Legislativa Brasileira Sobre a Proteção de Dados Pessoais: a importância da promulgação da Lei Geral De Proteção De Dados Pessoais.

Assim, surgiu, para os Estados, o dever de coibir as infrações e regulamentar a matéria de forma adequada, eficiente e adaptável aos novos riscos que pudessem surgir. Nesse sentido, o sistema da proteção de dados emerge com a dupla função de proteger a personalidade do titular contra potenciais violações, ao mesmo tempo em que proporciona e fomenta a livre e regular circulação da informação.<sup>46</sup>

Os riscos relacionados ao processamento e ao tratamento de dados foram pensados, inicialmente, em relação ao contexto do direito à privacidade.<sup>47</sup> A proteção de dados era inserida no âmbito da inviolabilidade da intimidade e da vida privada (art. 5º, X, Constituição Federal), interpretada conjuntamente ao princípio da dignidade humana.<sup>48</sup>

Essa ideia foi se adaptando às particularidades da área, que demanda a observação de interesses mais abrangentes (que vão além da violação da privacidade),<sup>49</sup> até originar o direito autônomo à proteção de dados.<sup>50</sup> Tornou-se contraproducente compreender a proteção de dados exclusivamente dentro da acepção do direito à privacidade, pois este pressupõe um direito negativo - a não exposição e proteção de uma esfera íntima do indivíduo. Já a proteção de dados pessoais não se satisfaz somente com tal técnica normativa, pois a informação pode estar na esfera pública e mesmo assim carecer de controle do titular para decidir a maneira que seus dados vão circular ou verificar a sua veracidade.<sup>51</sup>

De acordo com Laura Schertel Mendes, a função da proteção de dados pessoais “não é a de proteger os dados per se, mas a pessoa que é titular desses dados”.<sup>52</sup> Assim, tutelam-se os dados pessoais como extensão da personalidade

---

**Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 98, Mar/Abr, 2019. p. 162. *E-book*.

<sup>46</sup> MENDES, Laura Schertel; BIONI, Bruno R. O Regulamento Europeu de Proteção de Dados Pessoais e a Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira: Mapeando Convergências na Direção de um Nível de Equivalência. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 157-180, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>47</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 32.

<sup>48</sup> *Ibidem*, p. 166-169.

<sup>49</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>>. p. 2.9.

<sup>50</sup> MENDES, *op. cit.*, p. 32.

<sup>51</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais**: a função e os limites do consentimento. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 66-67.

<sup>52</sup> MENDES, *op. cit.*, p. 32.

humana.<sup>53</sup> Personalidade é o conjunto de características que distingue uma pessoa e define a sua individualidade. São as projeções ou dimensões da pessoa como o nome, a imagem, a integridade física, e os dados pessoais.<sup>54</sup> Sob essa perspectiva, quanto mais o processamento dos dados se torna fundamental para a participação do indivíduo na vida em sociedade, mais importante é a exatidão dessas informações a fim de que a representação digital seja fiel ao seu titular.<sup>55</sup> Do mesmo modo, é necessário que o indivíduo tenha controle sobre seus dados,<sup>56</sup> bem como autonomia e liberdade para decidir de que modo eles irão circular no ambiente virtual.<sup>57</sup>

Nesse sentido, somente o reconhecimento de um direito fundamental à proteção de dados pessoais pode oferecer tutela integral à pessoa humana frente aos novos riscos que surgem com o evoluir da sociedade.<sup>58</sup> Assim, é possível perceber a necessidade de alocar os dados que influenciam a projeção de uma pessoa na esfera protetiva de um novo direito fundamental à proteção de dados pessoais,<sup>59</sup> e não somente na do direito à privacidade.<sup>60</sup> Isto porque, a proteção de dados deve abarcar outras garantias, além da privacidade, como a liberdade de expressão, o acesso, retificação e cancelamento da informação, e a não discriminação do indivíduo.

O direito fundamental à proteção de dados atribui ao titular o poder<sup>61</sup> e a liberdade de controlar os limites, possibilidades e finalidade do tratamento de seus dados pessoais,<sup>62</sup> mediante a sua capacidade de autodeterminação.<sup>63</sup> Segundo Bruno Bioni, “a esfera privada não seria algo já posto à espera de uma violação, mas um espaço a ser construído *a posteriori* e dinamicamente mediante o controle das informações pessoais.”<sup>64</sup> Além disso, o direito fundamental à proteção de dados

---

<sup>53</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>54</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais**: a função e os limites do consentimento. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 62-64.

<sup>55</sup> *Ibidem*, p. 64-65.

<sup>56</sup> MENDES, Laura Schertel. O Direito Fundamental à Proteção de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 79, p. 45-81, Jul/Set, 2011. *E-book*.

<sup>57</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 66-67.

<sup>58</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 166-169.

<sup>59</sup> MENDES, Laura Schertel. O Direito... *op. cit.*

<sup>60</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 66-67.

<sup>61</sup> MENDES, Laura Schertel. O Direito... *op. cit.*

<sup>62</sup> MIRAGEM, *op. cit.*

<sup>63</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 92.

<sup>64</sup> *Ibidem*, p. 97.

requer que o tratamento seja transparente, leal, não discriminatório, seguro, adequado à sua finalidade e pautado na boa-fé.<sup>65</sup> Assim, esse direito tem uma dupla dimensão: de um lado, concede ao indivíduo o poder de controlar o fluxo dos seus dados; de outro, protege-o contra os riscos que ameaçam a sua personalidade em face do tratamento.<sup>66</sup>

Portanto, o direito fundamental à proteção de dados, inicialmente compreendido como uma extensão da privacidade, posteriormente foi concebido como fruto da interpretação extensiva da proteção constitucionalmente conferida à personalidade e dignidade humanas frente aos novos riscos criados pela evolução tecnológica. Todavia, recentemente, em decisão histórica proferida pelo Supremo Tribunal Federal nos dias 06 e 07 de maio de 2020, foi finalmente reconhecido o direito fundamental autônomo à proteção de dados pessoais<sup>67</sup>, com destaque ao voto do Ministro Gilmar Mendes, do qual se transcreve o seguinte trecho:

[...] a afirmação da força normativa do direito fundamental à proteção de dados pessoais decorre da necessidade indissociável de proteção à dignidade da pessoa humana ante a contínua exposição dos indivíduos aos riscos de comprometimento da autodeterminação informacional nas sociedades contemporâneas.<sup>68</sup>

O julgamento teve significativo impacto no ordenamento jurídico nacional uma vez que, além do reconhecimento da proteção de dados como direito fundamental, outorgado pelo voto do Min. Gilmar Mendes, foi consolidado o entendimento de que

---

<sup>65</sup> MENDES, Laura Schertel. O Direito Fundamental à Proteção de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 79, p. 45-81, Jul/Set, 2011. *E-book*.

<sup>66</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 176.

<sup>67</sup> O entendimento restou assentado no julgamento das Ações Diretas de Inconstitucionalidade n. 6387, 6388, 6389, 6393 e 6390. A Corte determinou a suspensão da aplicação da Medida Provisória 954/2018, a qual obrigava as operadoras de telefonia a repassarem ao IBGE dados identificados de seus consumidores de telefonia móvel, celular e endereço durante a pandemia do Coronavírus. A decisão destacou a preocupação de que vigilância pudesse ser estendida para além de tempos de crise sanitária, limitando a liberdade dos titulares. Sobre o assunto, ver: SUPREMO COMEÇA A JULGAR COMPARTILHAMENTO DE DADOS DE USUÁRIOS DE TELEFONIA COM O IBGE.

**Supremo Tribunal Federal**, 06 maio 2020. Disponível em <<https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=442823&ori=1>>. Acesso em 15 out. 2020; e MENDES, Laura Schertel. Decisão histórica do STF reconhece direito fundamental à proteção de dados pessoais. **Jota**, 10 maio 2020. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/decisao-historica-do-stf-reconhece-direito-fundamental-a-protecao-de-dados-pessoais-10052020>>. Acesso em 15 out. 2020.

<sup>68</sup> BRASÍLIA. Supremo Tribunal Federal. Referendo na Medida Cautelar na Ação Direta de Inconstitucionalidade 6.389. Requerente: Partido Socialista Brasileiro. Intdo.: Presidente da República. Relatora: Ministra Rosa Weber. Voto Vogal do Ministro Gilmar Mendes. Brasília, 06-07 maio 2020. Disponível em <<https://www.conjur.com.br/dl/pandemia-reforca-necessidade-protecao.pdf>>. Acesso em 10 out. 2020.

qualquer dado pessoal merece proteção - não somente os íntimos ou em circulação. Todo dado que leve à identificação da pessoa é abrangido pelo direito fundamental.<sup>69</sup>

Vale ressaltar que aguarda apreciação pelo plenário da Câmara dos Deputados a Proposta de Emenda à Constituição 17/2019, a qual visa incluir a proteção de dados nos direitos e garantias fundamentais.<sup>70</sup> A decisão do STF não elide a importância da aprovação da PEC 17/2019: ao contrário, somente a reforça. É necessário que, além do entendimento jurisprudencial, a questão seja explicitamente prevista no texto constitucional a fim de somar “esforços à segurança jurídica tanto ao conteúdo normativo da proteção de dados pessoais, quanto as dinâmicas político-institucionais que permeiam a pauta.”<sup>71</sup> A positivação formal do direito fundamental à proteção de dados revestiu-lo-á de *status* normativo superior ao do restante do ordenamento, conferindo-lhe a condição de limite material a tentativas de reforma constitucional, e atribuindo-lhe aplicabilidade imediata, a fim de vincular a atuação de todos os agentes.<sup>72</sup>

### 2.3 BASE NORMATIVA DA DISCIPLINA DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

Na década de 70, surgiram as primeiras normas acerca da proteção de dados pessoais,<sup>73</sup> calcadas na crença de que as liberdades e garantias fundamentais

<sup>69</sup> MENDES, Laura Schertel. Decisão histórica do STF reconhece direito fundamental à proteção de dados pessoais. **Jota**, 10 maio 2020. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/decisao-historica-do-stf-reconhece-direito-fundamental-a-protecao-de-dados-pessoais-10052020>>. Acesso em 15 out. 2020.

<sup>70</sup> PEC 17/2019. **Câmara dos Deputados**. Disponível em <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2210757>>. Acesso em 16 out. 2020.

<sup>71</sup> A PEC “não apenas alçou o direito à proteção de dados pessoais ao texto constitucional, na qualidade de direito fundamental, mas o fez na condição de norma de eficácia limitada, dependente, pois, de lei infraconstitucional apta a lhe conferir o real alcance [...], pois há elementos regulatórios da proteção de dados que necessitam de maior flexibilidade legislativa para concretização do próprio direito à autodeterminação informativa.

[...] Esse tipo de reconhecimento formal pela ordem jurídica constitucional do direito à proteção de dados pessoais tem também implicações de natureza de ordem econômica. Por exemplo, é um dos critérios de análise para fins de convergência regulatória para que dois países ou blocos econômicos firmem um acordo de livre fluxo de dados.” BIONI, Bruno Ricardo; ALVES, Fabrício da Mota. A importância da PEC de proteção de dados mesmo após o histórico julgamento do STF. **Jota**, 16 jun. 2020. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/a-importancia-da-pec-de-protecao-de-dados-mesmo-apos-o-historico-julgamento-do-stf-16062020>>. Acesso em 16 out. 2020.

<sup>72</sup> SARLET, Ingo Wolfgang. Precisamos da previsão de um direito fundamental à proteção de dados no texto da CF? **ConJur**, 04 set. 2020. Disponível em <[https://www.conjur.com.br/2020-set-04/direitos-fundamentais-precisamos-previsao-direito-fundamental-protecao-dados-cf#\\_ftn5](https://www.conjur.com.br/2020-set-04/direitos-fundamentais-precisamos-previsao-direito-fundamental-protecao-dados-cf#_ftn5)>. Acesso em 10 out. 2020.

<sup>73</sup> Segundo Danilo Doneda, as primeiras iniciativas legislativas para a tutela de dados pessoais foram a Lei do Land alemão de Hesse de 1970, o Estatuto para bancos de dados sueco de 1973 (Data

estariam ameaçadas pela coleta ilimitada de dados pessoais, então realizada basicamente pelo Estado.<sup>74</sup> Assim, em um primeiro momento, as legislações tentaram restringir a própria tecnologia,<sup>75</sup> fazendo referência à regulação dos bancos de dados, às concessões de autorizações para a sua criação e seu controle *a posteriori*.<sup>76</sup>

Posteriormente, o conceito de bancos de dados perde a centralidade<sup>77</sup>, pois a sua multiplicação (tanto na esfera pública quanto privada) inviabiliza o controle estatal quanto à criação e ao funcionamento de todos eles.<sup>78</sup> Sob essa perspectiva, as leis que surgiram a partir de então<sup>79</sup> não se basearam no fenômeno computacional em si,<sup>80</sup> mas na transferência da responsabilidade da proteção dos dados aos seus titulares, aos quais cabia gerenciar a coleta, uso e compartilhamento dos dados por meio do consentimento.<sup>81</sup>

No entanto, conforme o fornecimento de dados assumiu papel fundamental para a participação dos indivíduos na sociedade, o exercício da autonomia do titular ao questionar ou interromper esse fluxo, geralmente, implicava na sua exclusão de algum aspecto da vida social.<sup>82</sup> Portanto, ao surgir uma terceira geração de leis,<sup>83</sup> a tutela dos dados pessoais passou a abranger, além da liberdade de fornecê-los e controlar o seu fluxo, a garantia de efetividade desta liberdade.<sup>84</sup> É emblemática, nesse contexto, a decisão da Corte Constitucional alemã acerca da Lei do Censo de 1983<sup>85</sup>, enquanto cunhou o conceito de autodeterminação informativa para designar

---

Legen 289 ou Datalag) e o Privacy Act norte-americano, em 1974. DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>>. p. 2.10.

<sup>74</sup> *Ibidem*.

<sup>75</sup> MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor. Generational development of data protection in Europe. In: AGRE, Phillip E.; ROTENBERG, Marc (orgs). **Technology and Privacy: The New Landscape**. Cambridge: The MIT Press, 1997. p. 223. *E-book*.

<sup>76</sup> DONEDA, *op. cit.*, p. 2.2.

<sup>77</sup> *Ibidem*.

<sup>78</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 115.

<sup>79</sup> O primeiro modelo de lei criada nesse contexto é a *Informatique et Libertés* francesa de 1978. DONEDA, *op. cit.*, p. 2.10.

<sup>80</sup> *Ibidem*.

<sup>81</sup> BIONI, *op. cit.*

<sup>82</sup> DONEDA, *op. cit.*

<sup>83</sup> A terceira geração das leis de proteção de dados é marcada pela decisão do Tribunal Constitucional Alemão sobre a Lei do Censo de 1983 (que influenciou as leis de proteção de dados na Alemanha e na Áustria) e pelas leis específicas da Noruega e da Finlândia. DONEDA, *op. cit.*

<sup>84</sup> *Ibidem*.

<sup>85</sup> A decisão declarou a inconstitucionalidade parcial da Lei do Censo alemã de 1983 em razão de uma previsão de cruzamento entre os dados coletados para o censo com outros registros públicos, com finalidade genérica. A Corte considerou que os dados deveriam se destinar unicamente ao recenseamento, sob pena de violação ao livre desenvolvimento da personalidade dos indivíduos.

“o direito dos indivíduos de decidirem por si próprios, quando e dentro de quais limites seus dados pessoais podem ser utilizados.”<sup>86</sup> A autodeterminação possibilita a participação do titular em todos os movimentos de seus dados pessoais, e sua efetividade é garantida pela proteção da liberdade da pessoa de decidir livremente nos casos em que for cerceada por eventuais condicionantes.<sup>87</sup>

Todavia, os custos econômicos e sociais do exercício das prerrogativas da autodeterminação informativa ocasionaram com que ela fosse privilégio de uma minoria. Desse modo, a geração de leis subsequente, à qual pertencem as legislações atuais de diversos países, buscou compensar as deficiências até então ocasionadas pelo enfoque individual da proteção de dados. A tutela efetiva dos dados pessoais não pode ser baseada somente em escolhas individuais, pois, reconhecido o desequilíbrio entre os titulares e os controladores, é necessário um padrão coletivo de proteção.<sup>88</sup> Ainda que a autodeterminação informativa seja um conceito importante, as leis dessa geração relativizam a sua centralidade<sup>89</sup> para certos tipos de tratamento de dados que demandam uma proteção maior, a qual não pode ser integralmente satisfeita por uma decisão individual.<sup>90</sup>

No contexto europeu, a Convenção 108 do Conselho da Europa de 1981<sup>91</sup> e a Diretiva 46 da União Europeia de 1995<sup>92</sup> consolidaram a tutela dos dados pessoais.<sup>93</sup> No entanto, foi somente em 2018, com a entrada em vigor do Regulamento Geral

---

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 101-103.

<sup>86</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em

<<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>>. p. 2.8.

<sup>87</sup> *Ibidem*, p. 2.10.

<sup>88</sup> *Ibidem*.

<sup>89</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 117.

<sup>90</sup> DONEDA, *op. cit.*, p. 2.10.

<sup>91</sup> EUROPEAN UNION. **Convention 108** of the Council of Europe for the protection of individuals with regard to the processing of personal data. Disponível em <[https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014\\_2019/plmrep/COMMITTEES/LIBE/DV/2018/09-10/Convention\\_108\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/COMMITTEES/LIBE/DV/2018/09-10/Convention_108_EN.pdf)>. Acesso em 09 out. 2020.

<sup>92</sup> EUROPEAN UNION. **Directive 95/46/EC** of the European Parliament and of the The Council of 24 October 1995 on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data. Disponível em <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:31995L0046&from=EN>>. Acesso em 09 out. 2020.

<sup>93</sup> CRESPO, Danilo Leme; FILHO, Dalmo Ribeiro. A Evolução Legislativa Brasileira Sobre a Proteção de Dados Pessoais: a importância da promulgação da Lei Geral De Proteção De Dados Pessoais. **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 98, Mar/Abr, 2019. p. 164-165. *E-book*.

sobre a Proteção de Dados (*General Data Protection Regulation - GDPR*)<sup>94</sup> que o modelo europeu passou a existir com uniformidade.<sup>95</sup> O GDPR tem aplicabilidade direta nos Estados-membros e representa um padrão mínimo de proteção de dados na União Europeia.<sup>96</sup>

Existe uma tendência global de convergência das regras sobre proteção de dados porque o fluxo internacional de informações pessoais pressupõe que as normas nacionais sejam harmônicas entre si.<sup>97</sup> O território que não estiver de acordo com o padrão internacional pode ser excluído do fluxo global de dados. Assim, a disseminação da convergência regulatória internacional acaba sendo incorporada às produções normativas internas a respeito da proteção de dados.<sup>98</sup> E é inegável que o modelo europeu teve grande influência nesse processo devido ao seu pioneirismo na área, bem como em razão de seu avançado desenvolvimento e precisão.<sup>99</sup>

De maneira geral, o modelo de proteção de dados adotado por diversos países consiste no seu reconhecimento constitucional, a ser concretizado por um regime legal.<sup>100</sup> As leis gerais nacionais geralmente preveem os princípios consagrados internacionalmente, chamados de *Fair Information Principles*,<sup>101</sup> quais sejam:

- a) princípio da publicidade: a existência de um banco de dados com dados pessoais deve ser de conhecimento público;
- b) princípio da finalidade: toda utilização dos dados pessoais deve obedecer à finalidade conhecida pelo interessado antes da coleta de seus dados;
- c) princípio da exatidão: os dados armazenados devem ser fiéis à realidade e mantidos completos e atualizados;

---

<sup>94</sup> EUROPEAN UNION. **Regulation (EU) 2016/679** of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). Disponível em <<https://gdpr-info.eu/>>. Acesso em 15 jul. 2020.

<sup>95</sup> MENDES, Laura Schertel; BIONI, Bruno R. O Regulamento Europeu de Proteção de Dados Pessoais e a Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira: Mapeando Convergências na Direção de um Nível de Equivalência. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 157-180, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>96</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>>. p. 3.1-3.2.

<sup>97</sup> *Ibidem*, p. 3.12.

<sup>98</sup> MENDES; BIONI, *op. cit.*

<sup>99</sup> DONEDA, *op. cit.*, p. 3.13.

<sup>100</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 47.

<sup>101</sup> DONEDA, *op. cit.*, p. 2.11.

- d) princípio do livre acesso: o indivíduo tem acesso direto ao banco de dados onde suas informações estão armazenadas, podendo obter cópias desses registros, com a conseqüente possibilidade de controle destes dados, mediante supressão ou correção de informações;
- e) princípio da segurança física e lógica: os dados devem ser protegidos contra os riscos de seu extravio, destruição, modificação, transmissão ou acesso não autorizado.<sup>102</sup>

### 2.3.1 A experiência brasileira

A disciplina da proteção de dados no Brasil estruturou-se muito recentemente.<sup>103</sup> Seu desenvolvimento ocorreu a partir de interpretações extensivas da tutela da personalidade e, posteriormente, da sua normatização em legislações esparsas,<sup>104</sup> até o sancionamento da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).<sup>105</sup> Antes da promulgação da LGPD, ainda que existissem normas nacionais sobre a proteção de dados, elas não eram uniformes, uma vez que se encontravam em leis setoriais, que não tutelavam todos os campos relevantes da matéria.<sup>106</sup>

Em primeiro lugar, a Constituição Federal de 1988 (CF)<sup>107</sup> protege o direito à informação (artigo 5º, XIV), à liberdade de expressão (art. 5º, IX), e a dignidade humana (art. 1º, III). É instituída, também, a inviolabilidade da vida privada, da intimidade (art. 5º, X) e da comunicação de dados (art. 5º, XII), bem como a ação de *habeas data* (art. 5º, LXXII), que é um modo de proceduralização do direito de acesso e retificação de dados pessoais.<sup>108</sup> A proteção constitucional despendida à matéria demonstra, portanto, a importância da disciplina da proteção de dados

---

<sup>102</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>>. P. 2.11.

<sup>103</sup> *Ibidem*, p. 4.1.

<sup>104</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 109-110.

<sup>105</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

<sup>106</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 109-110.

<sup>107</sup> BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)>. Acesso em 08 out. 2020.

<sup>108</sup> DONEDA, *op. cit.*, p. 4.1.

peçoais, a qual depende, além de sua positivação formal na Constituição (conforme analisado no ponto 2.2), de concretização infraconstitucional.

Quanto à legislação infraconstitucional, o Código Civil, ao inaugurar a tutela dos direitos da personalidade de modo sistematizado, em seu capítulo II, principalmente no que diz respeito à privacidade (artigos 20 e 21), sedimenta a possibilidade de reconhecimento da proteção de dados pessoais como um direito de personalidade.<sup>109</sup> O Código de Defesa do Consumidor (CDC),<sup>110</sup> nos artigos 43 e 44, disciplina a proteção de dados pessoais utilizados em bancos de dados e cadastros de consumidores, assegurando aos titulares o acesso e a possibilidade de corrigir ou atualizar informações inexatas. A Lei do Cadastro Positivo,<sup>111</sup> por sua vez, consolida o princípio da transparência do tratamento de dados (art. 7-A, § 1º), a autodeterminação informativa do cadastrado, que pode decidir pela criação ou cancelamento de seu histórico (art. 5º, I),<sup>112</sup> e a necessidade de utilização dos dados pessoais de acordo com a finalidade para a qual houve a coleta (art. 7º).<sup>113</sup> Já o Marco Civil da Internet<sup>114</sup> assenta a proteção de dados pessoais como um dos princípios do uso da internet (art. 3º, III), dedicando a Seção II do Capítulo III à tutela dessas informações e aplicando, inclusive, penalidades aos provedores que não observarem tais preceitos.<sup>115</sup> O Marco Civil, ainda que não esgote o problema da proteção de dados na internet (e nem a isso se propõe), é de extrema relevância para a área, pois trouxe um catálogo de direitos do usuário relacionados à privacidade, à proteção de dados e ao sigilo das comunicações,<sup>116</sup> atuando como precursor da LGPD.

---

<sup>109</sup> CRESPO, Danilo Leme; FILHO, Dalmo Ribeiro. A Evolução Legislativa Brasileira Sobre a Proteção de Dados Pessoais: a importância da promulgação da Lei Geral De Proteção De Dados Pessoais. **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 98, Mar/Abr, 2019. p. 168. *E-book*.

<sup>110</sup> BRASIL. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)>. Acesso em 11 out. 2020.

<sup>111</sup> BRASIL. **Lei 12.414, de 9 de junho de 2011**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12414.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12414.htm)>. Acesso em 11 out. 2020.

<sup>112</sup> MENDES, Laura Schertel. O Direito Fundamental à Proteção de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 79, p. 45-81, Jul/Set, 2011. *E-book*.

<sup>113</sup> CRESPO; FILHO, *op. cit.*, p. 168.

<sup>114</sup> BRASIL. **Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm)>. Acesso em 09 out. 2020.

<sup>115</sup> CRESPO; FILHO, *op. cit.*, p. 168.

<sup>116</sup> MENDES, Laura Schertel. O Diálogo Entre o Marco Civil da Internet e o Código de Defesa do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 106, p. 37-69, Jul/Ago, 2016. *E-book*.

Mesmo que as normas supracitadas fornecessem parâmetros para a proteção dos dados pessoais,<sup>117</sup> a sua atuação era fragmentada, orientando-se mais pela “lógica de seus campos específicos do que por uma estratégia baseada na tutela integral da personalidade através da proteção dos dados pessoais.”<sup>118</sup> O cenário nacional necessitava de uma lei própria para suprir as lacunas existentes<sup>119</sup> e tratar a disciplina da proteção de dados com uniformidade no que diz respeito à coleta, ao tratamento, ao fluxo e à segurança dos dados, bem como à responsabilização de agentes infratores, e demais aspectos que permeiam a utilização das informações.<sup>120</sup>

Assim, foi criada a Lei Geral de Proteção de Dados com o “objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural” (art. 1º).<sup>121</sup> E, para alcançar esse objetivo, a Lei outorga ao titular o controle sobre seus dados pessoais - o qual é exercido, primordialmente, por meio do consentimento (autorização do uso dos dados) -, assegurando, ao mesmo tempo, “que o fluxo informacional atenda às suas legítimas expectativas e, sobretudo, não seja corrosivo ao livre desenvolvimento da sua personalidade.”<sup>122</sup> O indivíduo tem envolvimento em todo o processo do tratamento de dados, desde a coleta e o armazenamento, até o seu processamento e transmissão.<sup>123</sup> A ideia é que o cidadão seja o protagonista das decisões sobre o uso de seus dados, não em um contexto de sigilo, mas sim para que possa determinar as possibilidades e os limites da sua utilização, nos termos da sua capacidade de autodeterminação informativa, que deve ser assegurada por mecanismos de controle e supervisão.<sup>124</sup>

---

<sup>117</sup> CRESPO, Danilo Leme; FILHO, Dalmo Ribeiro. A Evolução Legislativa Brasileira Sobre a Proteção de Dados Pessoais: a importância da promulgação da Lei Geral De Proteção De Dados Pessoais. **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 98, Mar/Abr, 2019. p. 162. *E-book*.

<sup>118</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>. p. 1.1.

<sup>119</sup> CRESPO; FILHO, *op. cit.*, p. 162.

<sup>120</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 109-110.

<sup>121</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/2018/lei/L13709.htm)>. Acesso em 09 out. 2020.

<sup>122</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 109-110.

<sup>123</sup> MENDES, Laura Schertel. O Direito Fundamental à Proteção de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 79, p. 45-81, Jul/Set, 2011. *E-book*.

<sup>124</sup> MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo. Comentário à Nova Lei de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018): O Novo Paradigma da Proteção de Dados no Brasil. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 120, p. 555-587, Nov/Dez, 2018. *E-book*.

Ainda que a LGPD tenha amparo na cultura jurídica brasileira, é possível perceber uma clara influência do GDPR europeu. A convergência entre as regulamentações é visível no que diz respeito à exigência de uma base legal para o tratamento de dados, aos princípios elencados, à criação de uma autoridade para aplicação das normas, à possibilidade de portabilidade dos dados<sup>125</sup>, ao modelo *ex-ante* de proteção e à centralidade da *accountability*.<sup>126</sup>

De acordo com Laura Schertel Mendes e Danilo Doneda, a proteção de dados pessoais se articula em torno de cinco eixos principais na LGPD: “i) unidade e generalidade da aplicação da Lei; ii) legitimação para o tratamento de dados (hipóteses autorizativas); iii) princípios e direitos do titular; iv) obrigações dos agentes de tratamento de dados; v) responsabilização dos agentes.”<sup>127</sup>

Já no art. 2º, a Lei estabelece que a proteção de dados tem como fundamentos, de um lado o respeito à privacidade; a autodeterminação informativa; a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião; a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem; a defesa do consumidor; e os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais. De outro lado, tem-se como fundamento, também, o desenvolvimento econômico, tecnológico e a inovação, a livre iniciativa e a livre concorrência.<sup>128</sup> Isso significa que a tutela da personalidade do titular dos dados deve ser compatibilizada com a proteção do mercado e do desenvolvimento econômico.<sup>129</sup>

No art. 6º foram elencados os princípios a serem observados no tratamento de dados. Tal preceito é extremamente necessário, pois estabelece as principais balizas interpretativas para as normas da LGPD, as quais se tratam, em essência, de “normas

---

<sup>125</sup> MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo. Reflexões Iniciais Sobre a Nova Lei Geral de Proteção de Dados. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 120, p. 469-483, Nov/Dez, 2018. *E-book*.

<sup>126</sup> MENDES, Laura Schertel; BIONI, Bruno R. O Regulamento Europeu de Proteção de Dados Pessoais e a Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira: Mapeando Convergências na Direção de um Nível de Equivalência. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 157-180, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>127</sup> MENDES; DONEDA, *op. cit.*

<sup>128</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

<sup>129</sup> REGIS, Erick da Silva. Linhas Gerais Sobre a Lei 13.709/2018 (LGPD): Objetivos, Fundamentos e Axíologia da Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira e a Tutela de Personalidade/Privacidade. **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 103, p. 63-100, Jan/Fev, 2020. *E-book*.

abertas e cuja interpretação deverá ser concretizada no ato de aplicação da Lei.”<sup>130</sup> Dentre os princípios previstos, destacam-se os da finalidade, adequação, transparência, prevenção, e não discriminação (art. 6º, I, II, VI, VIII, IX).<sup>131</sup>

Para os fins protetivos da LGPD, dado pessoal é aquele relacionado à pessoa natural identificada ou identificável (art. 5º, I).<sup>132</sup> São as informações que, direta ou indiretamente, identificam o sujeito,<sup>133</sup> podendo ter ingerência na esfera da pessoa. A proteção de dados pessoais abrange toda informação que represente um prolongamento ou projeção do indivíduo.<sup>134</sup> As informações pessoais são extensão da pessoa porque revelam aspectos a seu respeito, influenciando na sua representação na sociedade.<sup>135</sup> Portanto, a sua proteção é essencial para o livre desenvolvimento da personalidade.<sup>136</sup>

Os dados pessoais são os intermediários entre a pessoa e a sociedade. Nesse sentido, a utilização inadequada ou a divulgação de informações incorretas pode violar a personalidade do sujeito.<sup>137</sup> Assim, enquanto os dados continuarem identificando o seu titular e, assim, mantendo um vínculo indissolúvel com a pessoa a qual se referem, deve haver uma tutela dinâmica, que os acompanhe em sua circulação e assegure a proteção do indivíduo.<sup>138</sup>

Quando o dado não permite a identificação do sujeito, ele é denominado de anonimizado (art. 5º, III, LGPD).<sup>139</sup> Vale destacar, os dados anonimizados detêm o risco de tornarem-se pessoais, pois a agregação de diversos dados isoladamente

---

<sup>130</sup> MENDES, Laura Schertel; BIONI, Bruno R. O Regulamento Europeu de Proteção de Dados Pessoais e a Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira: Mapeando Convergências na Direção de um Nível de Equivalência. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 157-180, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>131</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

<sup>132</sup> *Ibidem*.

<sup>133</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 74.

<sup>134</sup> *Ibidem*, p. 75-76.

<sup>135</sup> MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo. Comentário à Nova Lei de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018): O Novo Paradigma da Proteção de Dados no Brasil. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 120, p. 555-587, Nov/Dez, 2018. *E-book*.

<sup>136</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 84.

<sup>137</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental**. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 33.

<sup>138</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>. p. 2.4.

<sup>139</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

anônimos pode revelar o seu titular.<sup>140</sup> Nesse sentido, serão considerados anônimos os dados quando o processo de anonimização ao qual foram submetidos não puder ser revertido mediante esforços razoáveis ou utilizando exclusivamente meios próprios (art. 12, LGPD).<sup>141</sup>

As técnicas automatizadas de tratamento de dados permitem a coleta, processamento, cruzamento, organização e a sua transmissão em grandes quantidades, o que possibilita o armazenamento do mais variado tipo de informações sobre os titulares. “O valor das informações obtidas não reside apenas na capacidade de armazenamento de grande volume de dados, mas, principalmente, na possibilidade de obtenção de novos elementos informativos a respeito dos cidadãos a partir do tratamento desses dados”,<sup>142</sup> que podem auxiliar na tomada de decisões econômicas, políticas e sociais.<sup>143</sup>

Nesse contexto, assumem especial relevância os dados sensíveis,<sup>144</sup> assim denominados por oferecerem maior probabilidade de utilização para fins discriminatórios. No entanto, assim como um dado anonimizado por se tornar um dado pessoal, um dado “trivial” pode se transformar em um dado sensível quando correlacionado com outros, levando a potenciais práticas lesivas e discriminatórias.<sup>145</sup>

Mesmo que os dados sensíveis possam apresentar maior vulnerabilidade, qualquer tipo de dado pessoal, enquanto projeção direta da personalidade, influencia “a representação da pessoa na sociedade, podendo afetar a sua personalidade e, portanto, tem o potencial de violar os seus direitos fundamentais.”<sup>146</sup> Assim, diante do processamento eletrônico, não existem dados irrelevantes para fins de proteção. Dados, aparentemente, sem importância podem adquirir um novo valor frente à

---

<sup>140</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 75-76.

<sup>141</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

<sup>142</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental**. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 33.

<sup>143</sup> *Ibidem*.

<sup>144</sup> De acordo com o art. 5, II, da LGPD, dado pessoal sensível é o “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.”

<sup>145</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 85.

<sup>146</sup> MENDES, Laura Schertel; BIONI, Bruno R. O Regulamento Europeu de Proteção de Dados Pessoais e a Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira: Mapeando Convergências na Direção de um Nível de Equivalência. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 157-180, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

possibilidade de elaboração e de conexão com outros dados, dependendo da finalidade para a qual a coleta é destinada.<sup>147</sup>

Outro aspecto extremamente importante do tratamento de dados, é que ele deve ter como fundamento uma das hipóteses legais previstas no art. 7º da LGPD. No direito brasileiro, assim como acontece em diversos outros sistemas jurídicos estrangeiros, a base legal mais utilizada é o consentimento do titular, o qual polariza a disciplina da proteção dos dados pessoais.<sup>148</sup> O consentimento é definido pelo art. 5º, XII, da LGPD, como “manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada.”<sup>149</sup> Para que o consentimento seja válido, o indivíduo deve manifestá-lo por livre vontade,<sup>150</sup> e precisa saber de antemão quais informações serão armazenadas, para qual finalidade e por quanto tempo será realizado o tratamento, a destinação que será atribuída aos dados, quem terá acesso a eles, e se serão combinados com outras informações.<sup>151</sup> O titular pode revogar a autorização concedida a qualquer tempo, bem como corrigir ou complementar os dados (art. 8º, § 5º, LGPD).<sup>152</sup>

O consentimento sempre deve ser baseado em uma situação determinada que o fundamente, sendo vedadas autorizações genéricas (art. 8º, § 4º, LGPD).<sup>153</sup> O consentimento é lido de maneira restritiva em relação a sua finalidade, e só é válido se o tratamento respeitá-la.<sup>154</sup> Isto porque, se utilizados fora de contexto, os dados podem acarretar danos à personalidade do indivíduo.<sup>155</sup>

---

<sup>147</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em

<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>. p. 2.8.

<sup>148</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>149</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

<sup>150</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 65-66.

<sup>151</sup> CRESPO, Danilo Leme; FILHO, Dalmo Ribeiro. A Evolução Legislativa Brasileira Sobre a Proteção de Dados Pessoais: a importância da promulgação da Lei Geral De Proteção De Dados Pessoais. **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 98, Mar/Abr, 2019. p. 172. *E-book*.

<sup>152</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

<sup>153</sup> DONEDA, *op. cit.*, p. 4.7.

<sup>154</sup> *Ibidem*, p. 4.10.

<sup>155</sup> MENDES, Laura Schertel. O Direito Fundamental à Proteção de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 79, p. 45-81, Jul/Set, 2011. *E-book*.

Em situações reais, a recusa em fornecer consentimento para o tratamento de dados pessoais pode acarretar na renúncia a determinados bens ou serviços. São situações de consentimento aparente, em que o controlador oferece somente as opções “tudo ou nada” ou “pegar ou largar”.<sup>156</sup> O custo social para o exercício do direito à proteção de dados pessoais torna-se alto demais quando ele implica na exclusão do indivíduo da sociedade.<sup>157</sup> O consentimento não pode neutralizar a atuação de direitos fundamentais<sup>158</sup> e não significa a renúncia da proteção aos dados - é, na verdade, o exercício do direito de autodeterminação.<sup>159</sup>

A LGPD colocou o Brasil no grupo dos países que têm em seu ordenamento jurídico um regulamento geral de proteção de dados, podendo, em razão da lentidão legislativa, se valer da experiência dos outros Estados para criar uma lei relevante e atual. A Lei traz expressivos benefícios pois, além de suprir diversas lacunas e conferir uniformidade ao tratamento da matéria em âmbito nacional, viabiliza o fluxo internacional de dados entre o Brasil e os países que exigem sistemas normativos eficazes quanto à proteção de dados.<sup>160</sup>

Mesmo com todos os princípios e garantias assegurados pela LGPD, a realidade virtual propicia a ocorrência de diversas violações aos direitos do titular de dados. Uma delas é a discriminação e, mais especificamente, a discriminação em razão da localização do usuário, que é o objeto de estudo deste trabalho.

## 2.4 DISCRIMINAÇÃO DO TITULAR DOS DADOS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

A pesquisa TIC Domicílios<sup>161</sup> de 2019 apurou que 74% dos brasileiros são usuários da internet. E cada vez mais os usuários da internet subvertem-se em

---

<sup>156</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>. p. 4.7.

<sup>157</sup> MENDES, Laura Schertel. A Vulnerabilidade do Consumidor quanto ao Tratamento de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 102, p. 19-43, Nov/Dez, 2015. *E-book*.

<sup>158</sup> DONEDA, *op. cit.*, p. 4.7.

<sup>159</sup> *Ibidem*, p. 4.8.

<sup>160</sup> CRESPO, Danilo Leme; FILHO, Dalmo Ribeiro. A Evolução Legislativa Brasileira Sobre a Proteção de Dados Pessoais: a importância da promulgação da Lei Geral De Proteção De Dados Pessoais. **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 98, Mar/Abr, 2019. p. 171. *E-book*

<sup>161</sup> CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. TIC Domicílios 2019: pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros. **Cetic.br**, 26 maio 2020. Disponível em <[https://cetic.br/media/analises/tic\\_domicilios\\_2019\\_coletiva\\_imprensa.pdf](https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf)>. Acesso em 16 set. 2020.

consumidores<sup>162</sup>, pois a rede mundial de computadores possibilita o acesso a qualquer conteúdo, facilitando a aquisição *online* de bens e serviços.<sup>163</sup> De fato, as transações realizadas pelo comércio eletrônico já superam as tradicionais.<sup>164</sup>

Da perspectiva dos usuários, o comércio eletrônico representa uma ferramenta de empoderamento, pois reduz despesas com pesquisa, distâncias geográficas, e outros custos transacionais, bem como facilita o acesso a novos produtos e a comunicação entre os consumidores.<sup>165</sup> Os dados pessoais dos indivíduos são elemento vital da economia, enquanto a informação por eles produzida molda tanto o processo de produção quanto a divulgação de bens de consumo. Os produtos e serviços são adaptados de acordo com a opinião dos adquirentes, a qual também atua como meio de disseminação e propaganda do bem aos demais consumidores. Portanto, o consumidor passa a ter participação ativa na economia informacional, condicionando a confecção e distribuição dos bens de consumo.<sup>166</sup>

Recursos como *websites* de comparação de preços e sistemas de avaliação e *feedback* contribuem para a transparência das transações e auxiliam na redução da tradicional assimetria de informação entre as empresas e os indivíduos. Todavia, isso não significa que o problema da assimetria informacional tenha desaparecido completamente, porque ainda é relativamente simples para os controladores (como os *sites* de comparação de preços) distorcer informações ou fornecer desinformações com o intuito de enganar consumidores.<sup>167</sup>

---

<sup>162</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 18.

<sup>163</sup> ANDRADE, Sinara Lacerda; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Geo-pricing: Uma Análise Jurídica das Relações de Consumo do E-commerce e da Segregação Econômico-social da Era da Pós-modernidade. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**. CONPEDI: Salvador, v. 4, n. 1, p. 28, Jan/Jun, 2018. DOI: <<http://dx.doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0030/2018.v4i1.4024>>.

<sup>164</sup> CRESPO, Danilo Leme; FILHO, Dalmo Ribeiro. A Evolução Legislativa Brasileira Sobre a Proteção de Dados Pessoais: a importância da promulgação da Lei Geral De Proteção De Dados Pessoais. **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 98, Mar/Abr, 2019. p. 162. *E-book*.

<sup>165</sup> ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 13-14. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

<sup>166</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 12-15.

<sup>167</sup> KSHETRI, Nir. Big Data's Impact on Privacy, Security, and Consumer Welfare. **Telecommunications Policy**, v. 38, n. 11, 2014. p. 6. DOI: <<https://doi.org/10.1016/j.telpol.2014.10.002>>.

Do outro lado, as empresas também se beneficiam dos mercados digitais. Os controladores e operadores valem-se dos dados coletados pelo histórico de navegação dos titulares para desenvolver as suas estratégias: eles descobrem as preferências, idade, localização e conexões dos usuários e os segmentam de acordo com o seu perfil, customizando as ofertas, satisfazendo as necessidades atuais e prevendo as futuras. Nessa perspectiva, é possível concluir que os aspectos benéficos percebidos pelos fornecedores são, ao mesmo tempo, prejudiciais aos consumidores, os quais sofrem uma discriminação quase perfeita em razão de suas informações pessoais.<sup>168</sup>

Conforme a velocidade de geração, acesso, processamento e análise de dados aumenta, fica mais rápida também a capacidade de ajuste de ofertas.<sup>169</sup> Algoritmos de precificação dinâmica já dominam o comércio eletrônico de reservas de hotéis, das indústrias de viagem, varejo, esportes e entretenimento, otimizando o preço e disponibilidade de ofertas com base no estoque disponível, demanda prevista e características pessoais dos usuários.<sup>170</sup> Esses algoritmos aprendem a encontrar padrões pelo método da tentativa e erro, modificando sua própria estrutura conforme necessário<sup>171</sup> - quanto maior o volume e a variedade de dados à disposição, maiores são as oportunidades de experimentar a individualização de ofertas<sup>172</sup> e atingir uma estrutura de discriminação perfeita<sup>173</sup> que permite estimar o que cada potencial consumidor é mais suscetível a consumir com base no seu perfil.<sup>174</sup> É muito mais efetivo e lucrativo canalizar e individualizar ofertas para públicos específicos.<sup>175</sup> Então, cada vez mais a disponibilização de ofertas é feita de forma dinâmica e diferenciada, adaptada sob medida às particulares de cada titular.<sup>176</sup>

---

<sup>168</sup> ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 13-14. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

<sup>169</sup> EZRACHI, Ariel; STUCKE, Maurice E. **Virtual Competition: The Promise and Perils of Algorithm-Driven Economy**. Cambridge, EUA: Harvard University Press, 2016. p. 21. *E-book*.

<sup>170</sup> *Ibidem*, p. 14.

<sup>171</sup> FRAZÃO, Ana. Algoritmos e inteligência artificial. **Jota**, 15 maio 2018. Disponível em <[https://www.jota.info/paywall?redirect\\_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018](https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018)>. Acesso em 13 out. 2020.

<sup>172</sup> EZRACHI; STUCKE, *op. cit.*, p. 14.

<sup>173</sup> ZARRA, *op. cit.*, 13-14.

<sup>174</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 19-20.

<sup>175</sup> *Ibidem*, p. 16.

<sup>176</sup> EZRACHI; STUCKE, *op. cit.*, p. 14.

O usuário da internet é, portanto, monitorado a todo momento, sendo os seus dados coletados e acumulados para personalização de ofertas.<sup>177</sup> Essa tendência possibilita que os cidadãos tenham uma projeção completa da sua personalidade no ambiente virtual, que é usada para a tomada de decisões sobre a vida da pessoa. O prolongamento digital do ser humano é utilizado para sua classificação, segmentação<sup>178</sup> e diferenciação de acesso a determinados bens e serviços, influenciando no rumo de sua vida.<sup>179</sup> Nesse contexto, há uma visível ameaça de violação aos direitos do titular, bem como à regularidade do livre mercado, “se o fluxo de dados pessoais for utilizado para limitar indevidamente o acesso dos consumidores a bens e serviços ou para selecioná-los e classificá-los de forma discriminatória.”<sup>180</sup>

A construção de perfis ou *profiling*, que consiste na síntese das preferências e hábitos de uma pessoa, pode ser usada para prever tendências de comportamento de um indivíduo ou de um grupo. E quando esse perfil digital é a única parte disponível da personalidade do titular, a sua liberdade de escolha pode ser cerceada se as possibilidades forem limitadas e formatadas em razão, unicamente, desse perfil, ou dos padrões de comportamento previstos.<sup>181</sup> Assim, caso seja negado acesso a produtos e serviços ou sejam oferecidas condições diferenciadas em razão das informações coletadas, o consumidor pode sofrer discriminação indevida no mercado de consumo.<sup>182</sup>

O conteúdo acessado na internet é, muitas vezes, calibrado por essa estigmatização. É como um filtro invisível que direciona a interação, o acesso e a busca por informação do usuário na rede dentro de uma mesma bolha construída em torno das suas informações e interesses.<sup>183</sup>

---

<sup>177</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 19-20.

<sup>178</sup> *Ibidem*, p. 89.

<sup>179</sup> MENDES, Laura Schertel. A Vulnerabilidade do Consumidor quanto ao Tratamento de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 102, p. 19-43, Nov/Dez, 2015. *E-book*.

<sup>180</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental**. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 92-93.

<sup>181</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>. p. 2.6.

<sup>182</sup> MENDES. **Privacidade...**, *op. cit.*, p. 92-93.

<sup>183</sup> BIONI, *op. cit.*, p. 91.

As diversas modalidades existentes de coleta e tratamento<sup>184</sup> têm o condão de processar e agregar os dados pessoais de um indivíduo a ponto de inferir mais informações do que ele conscientemente fornece.<sup>185</sup> A combinação de dados estruturados e não estruturados de diferentes fontes pode revelar conexões ocultas entre pedaços de informação aparentemente sem relação.<sup>186</sup> Isto é, dados públicos e triviais, quando agregados a outras informações, podem revelar detalhes precisos e sensíveis sobre a personalidade de um indivíduo.<sup>187</sup> Isso faz com que a pessoa perca o controle a respeito da quantidade e da precisão das informações que existem a seu respeito no ambiente virtual, o que, por sua vez, representa uma diminuição na sua própria liberdade<sup>188</sup> e pode acarretar em práticas discriminatórias, dependendo das decisões que serão tomadas com base nas informações extraídas.<sup>189</sup>

As empresas que efetuam práticas discriminatórias o fazem de maneira imperceptível aos usuários.<sup>190</sup> Não é possível nem avaliar o potencial danoso dos algoritmos, pois ele se baseiam, normalmente, em “dados, correlações e critérios de inferência sigilosos e sem qualquer transparência, que podem ser incorretos ou falsos, e que ainda podem ser utilizados para lastrear correlações que não correspondem a causalidades”,<sup>191</sup> suscitando discriminação. Portanto, a grande variedade de tecnologias de controle e discriminação, aliada à facilidade de seu disfarce, representa

---

<sup>184</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em

<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>. p. 2.6.

<sup>185</sup> FRAZÃO, Ana. Algoritmos e inteligência artificial. **Jota**, 15 maio 2018. Disponível em <[https://www.jota.info/paywall?redirect\\_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018](https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018)>. Acesso em 13 out. 2020.

<sup>186</sup> KSHETRI, Nir. Big Data's Impact on Privacy, Security, and Consumer Welfare.

**Telecommunications Policy**, v. 38, n. 11, 2014. p. 13. DOI:

<<https://doi.org/10.1016/j.telpol.2014.10.002>>.

<sup>187</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 98-99.

<sup>188</sup> DONEDA, *op. cit.*

<sup>189</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental**. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 109-110.

<sup>190</sup> ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**.

2016. Dissertação (Mestrado em Economics and Management of Public Administration and International Institutions) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 14.

Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

<sup>191</sup> FRAZÃO, Ana. Data-driven economy e seus impactos sobre os direitos de personalidade. **Jota**, 17 jul. 2018. Disponível em <[https://www.jota.info/paywall?redirect\\_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/data-driven-economy-e-seus-impactos-sobre-os-direitos-de-personalidade-17072018](https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/data-driven-economy-e-seus-impactos-sobre-os-direitos-de-personalidade-17072018)>. Acesso em 14 out. 2020.

um risco aos direitos de personalidade dos indivíduos.<sup>192</sup> Por isso, são extremamente importantes os mecanismos de proteção de dados pessoais para assegurar a plena liberdade de escolha, o acesso à informação e a não discriminação abusiva do titular.<sup>193</sup>

Uma das modalidades de discriminação contra o titular é em razão de sua localização, o que é objeto do presente trabalho e será aprofundado no capítulo a seguir.

---

<sup>192</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 102-103.

<sup>193</sup> FRAZÃO, *op. cit.*

### 3 GEOLOCALIZAÇÃO DO TITULAR

Geolocalização é o processo de localização geográfica de determinado objeto espacial através da atribuição de coordenadas.<sup>194</sup> Já os dados de localização são as informações coletadas em relação a esses elementos identificados no espaço geográfico.<sup>195</sup> A geolocalização pode ser realizada por GPS,<sup>196</sup> AGPS,<sup>197</sup> Wi-Fi,<sup>198</sup> radiofrequência,<sup>199</sup> *cookies*,<sup>200</sup> por meio do endereço IP,<sup>201</sup> entre outros. O meio específico utilizado para coletar os dados de localização de um determinado usuário depende do controlador que fará o tratamento.

<sup>194</sup> GEOLOCALIZAÇÃO. In: **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa**, 2008-2020. Disponível em <<https://dicionario.priberam.org/geolocalização>>. Acesso em 03 out. 2020.

<sup>195</sup> O QUE SÃO DADOS DE LOCALIZAÇÃO E COMO ELES ESTÃO RELACIONADOS À VISUALIZAÇÃO E À ANÁLISE DE DADOS. **Tableau**. Disponível em <<https://www.tableau.com/pt-br/learn/articles/location-data-types#:~:text=Tamb%C3%A9m%20conhecidos%20como%20informa%C3%A7%C3%B5es%20geogr%C3%A1ficas,dados%20vetoriais%20e%20dados%20raster.>>. Acesso em 16 set. 2020.

<sup>196</sup> “GPS é a sigla de Global Positioning System, ou Sistema de Posicionamento Global. É o nome dado ao sistema norte-americano de navegação via satélite (inaugurado em 1973 para uso militar, liberado em 1983 para uso civil em todo o mundo), que fornece ao aparelho receptor em solo (um celular, um *tablet*, um dispositivo conectado ou um aparelho de GPS automotivo), sua posição geográfica e a hora certa na região.” GOGONI, Ronaldo. O que é GPS? **Tecnoblog**. Disponível em <<https://tecnoblog.net/312677/o-que-e-gps/>>. Acesso em 03 out. 2020.

<sup>197</sup> “O A-GPS (de Assisted GPS, ou GPS Assistido) é um sistema voltado a melhorar a precisão dos dados do GPS, utilizando para isso a rede de telefonia móvel terrestre e por isso mesmo, está presente em quase todos os smartphones do mercado [...], oferecendo informações adicionais como a previsão do tempo, diretamente pelo pacote de dados.” GOGONI, Ronaldo. Qual a diferença entre GPS, A-GPS e GLONASS? **Tecnoblog**. Disponível em <<https://tecnoblog.net/265818/qual-a-diferenca-entre-gps-a-gps-e-ghlonass/>>. Acesso em 03 out. 2020.

<sup>198</sup> “A distância é determinada de acordo com a intensidade do sinal, quanto mais longe, menos intenso e vice-versa.” BRANDÃO, Bruna. O que é geolocalização: como essa tecnologia revolucionou o cotidiano de tantas pessoas e empresas? **Maplink**, 04 mar. 2020. Disponível em <<https://maplink.global/blog/o-que-e-geolocalizacao/>>. Acesso em 03 out. 2020.

<sup>199</sup> Como sugere o nome, esse modelo é pautado na emissão de ondas de rádio. Sobre o assunto, ver: BOCARD, Taysa. O Que É Geolocalização? Saiba Porque Usar no Seu Aplicativo. **Usemobile**, 04 nov. 2019. Disponível em <<https://usemobile.com.br/geolocalizacao-guia/#:~:text=Em%20suma%2C%20geolocaliza%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20a,a%20partir%20de%20coordenadas%20geogr%C3%A1ficas.>>. Acesso em 03 out. 2020.

<sup>200</sup> “Os *cookies* são marcadores digitais automaticamente inseridos por websites visitados nos discos rígidos do computador do consumidor, [...] para possibilitar a sua identificação e a memorização de todos os seus movimentos.” Permitem, por exemplo, a memorização de senhas e a personalização de serviços. MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 102-103.

<sup>201</sup> “O Endereço IP (Endereço de Protocolo da Internet ou *Internet Protocol address*, em inglês) é um código numérico único que identifica cada computador. Ele possibilita muitas das funções básicas da internet, comunicando informações sobre a localização do dispositivo.” ZARRA, Antonella.

**GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 41, tradução nossa. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

Em razão da grande relevância da plataforma, utilizar-se-á o Google como exemplo concreto. Nele, os dados de localização são coletados por indicadores em tempo real - como endereço IP, GPS ou Serviço de Localização do Google - ou por meio das atividades anteriores em sites e lugares marcados pelo usuário. O Serviço de Localização do Google (GLS) é um tipo de AGPS, pois coleta informações de redes móveis, Wi-Fi e sensores de dispositivos próximos para determinar a localização do aparelho. Também pode ser estimada a localização da pessoa por meio de suas pesquisas anteriores (por exemplo, quando se procura um produto/serviço em um local ou estabelecimento específico) ou mediante seus lugares marcados (endereços selecionados pelo indivíduo como “casa” ou “trabalho”, serviço que é disponibilizado pelo Google Maps).<sup>202</sup>

Mesmo que o titular decida desativar os serviços de GPS ou GLS, nada impede que sites e aplicativos possam estimar a sua localização de outras formas, como por meio do seu endereço IP. Todos esses dados de localização coletados ficam armazenados na Conta Google pessoal de cada usuário a fim de personalizar experiências conforme o seu contexto, de acordo com os Termos de Privacidade da plataforma.<sup>203</sup> Essas informações podem ser utilizadas para diversas finalidades, como proteger a conta por meio da detecção de atividades incomuns (login em outras cidades, por exemplo); fornecer um site no idioma correto; encontrar as rotas e horários mais eficientes para deslocar-se; garantir que os resultados de pesquisa incluam opções próximas e relevantes ao usuário, com base em suas atividades anteriores; bem como veicular anúncios e direcionar vendas de bens de acordo com a localização do titular.<sup>204</sup>

Direcionamento de publicidade e diferenciação de condições de venda em razão da geolocalização não são conceitos novos. Há décadas é comum que os *outdoors* à beira de estradas contenham anúncios específicos à localização do produto ou serviço que promovem, por exemplo.<sup>205</sup> Atualmente, no entanto, devido aos avanços tecnológicos, a localização tornou-se dinâmica e rastreável para cada

---

<sup>202</sup> COMO O GOOGLE USA AS INFORMAÇÕES DE LOCALIZAÇÃO. **Google Privacidade & Termos**. Disponível em <<https://policies.google.com/technologies/location-data?hl=pt-BR>>. Acesso em 16 set. 2020.

<sup>203</sup> *Ibidem*.

<sup>204</sup> *Ibidem*.

<sup>205</sup> BANERJEE, Syagnik; DHOLAKIA, Ruby Roy. Mobile Advertising: Does Location Based Advertising Work? **International Journal of Mobile Marketing**, Dec. 2008, p.5. Disponível em <<http://ssrn.com/abstract=2135087>>. Acesso em 14 maio 2020.

usuário<sup>206</sup>, pois o celular é o principal dispositivo de acesso à Internet, acompanhando os indivíduos ao longo de toda a sua jornada.<sup>207</sup>

A onipresença da Internet, conjuntamente à possibilidade de monitoramento da localização geográfica dos *smartphones*, permitiu que as ofertas também sejam direcionadas e individualizadas com base em tal informação.<sup>208</sup> Por ser específica à localização do usuário, a oferta se refere, basicamente, às informações controladas e customizadas pelo controlador/fornecedor<sup>209</sup> com o fim de tornar o anúncio o mais relevante e lucrativo possível. Assim, tais dados de localização tornaram-se extremamente valiosos para a sociedade contemporânea.<sup>210</sup> Essa pode ser uma das razões pelas quais o aplicativo Waze, que captura a geolocalização de seus usuários para indicar as melhores rotas de carro, foi comprado pela Google pela expressiva quantia de US\$ 1,3 bilhão;<sup>211</sup> ou, ainda, por que as redes sociais permitem aos usuários marcar os locais que frequentam por meio de *check in*.<sup>212</sup>

Certos fornecedores que realizam a venda de seus produtos ou serviços *online*, cientes dessa realidade, rastreiam a localização, hábitos de consumo e outras informações pessoais dos consumidores para cobrar preços mais altos, oferecendo menos opções. Em 2012, o Wall Street Journal reportou que a rede de lojas de materiais de papelaria norte-americana Staples realizava discriminação de preço.<sup>213</sup> O Jornal descobriu que o algoritmo de precificação da Staples cobrava valores diferentes em seu *website* “staples.com” dependendo da localização do consumidor: para quem se encontrasse em um raio de aproximadamente 30 km do

---

<sup>206</sup> BANERJEE, Syagnik; DHOLAKIA, Ruby Roy. Mobile Advertising: Does Location Based Advertising Work? **International Journal of Mobile Marketing**, Dec. 2008, p.5. Disponível em <<http://ssrn.com/abstract=2135087>>. Acesso em 14 maio 2020.

<sup>207</sup> BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 21-22.

<sup>208</sup> *Ibidem*.

<sup>209</sup> BANERJEE; DHOLAKIA, *op. cit.*

<sup>210</sup> BIONI, *op. cit.*

<sup>211</sup> GOOGLE CONFIRMA COMPRA DO WAZE POR US\$ 1,3 BILHÃO. **Gaúcha ZH**, 11 jun. 2013. Disponível em <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2013/06/google-confirma-compra-do-waze-por-us-1-3-bilhao-4166532.html>>. Acesso em 04 out. 2020.

<sup>212</sup> BIONI, *op. cit.*

<sup>213</sup> VALENTINO-DeVRIES, Jennifer; SINGER-VINE, Jeremy; SOLTANI, Ashkan. Websites Vary Prices, Deals Based on User's Information. **The Wall Street Journal**, 24 dez. 2012. Disponível em <<https://online.wsj.com/article/SB10001424127887323777204578189391813881534.html>>. Acesso em 05 out. 2020.

estabelecimento físico das concorrentes da empresa, eram oferecidos descontos nos produtos.<sup>214</sup>

A rede, questionada sobre o assunto, informou ter interrompido esta modalidade de discriminação de preço. Contudo, em virtude da falta de transparência do algoritmo utilizado, é extremamente difícil, a princípio, determinar se a conduta foi efetivamente interrompida.<sup>215</sup>

Destarte, o ecossistema virtual do comércio eletrônico apesar de ser, aparentemente, um ambiente marcado pela liberdade de escolha e pela oferta de preços como resultado da competitividade do mercado, pode ser facilmente manipulado por corporações que tenham domínio sobre as informações e controle sobre as dinâmicas do mercado *online*. Assim, todos os aspectos da vida podem ser transformados em dados e utilizados pelos controladores para reconhecer padrões, estimar ofertas e definir preços, sem que o titular tenha ciência.<sup>216</sup>

Nesse contexto, uma das condutas que pode ser considerada abusiva é justamente a geodiscriminação,<sup>217</sup> isto é, a identificação da localização do consumidor para bloquear ofertas ou realizar discriminação de preços de forma ilícita. A discriminação de preços consiste na precificação diferenciada do mesmo produto para compradores diferentes, dependendo do valor máximo (preço de reserva) que cada comprador está disposto a pagar,<sup>218</sup> podendo ter como fator a localização desse consumidor.

Com efeito, a utilização da geolocalização no comércio digital pode ter efeitos positivos - como prevenção de fraudes -, e pode, inclusive, ser legítima - quando usada

---

<sup>214</sup> EZRACHI, Ariel; STUCKE, Maurice E. **Virtual Competition: The Promise and Perils of Algorithm-Driven Economy**. Cambridge, EUA: Harvard University Press, 2016. p. 90. *E-book*.

<sup>215</sup> MORASSUTTI, Bruno Schimitt. Responsabilidade Civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre as práticas de geoblocking e geopricing. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 124, p. 213-234, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>216</sup> FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>217</sup> FÁVARO, Heitor Tales de Lima. E-commerce vs geodiscriminação: o que é geoblocking e geopricing? **Jota**, 28 de abri. de 2018. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/geoblocking-geopricing-28042018>>. Acesso em 02 out. 2020.

<sup>218</sup> MIKIANS, Jakub; et al. **Detecting Price and Search Discrimination on the Internet**. Proceedings of the 11th ACM Workshop on Hot Topics in Networks, 2012. p. 2. Disponível em <[http://conferences.sigcomm.org/hotnets/2012/papers/hotnets12-final94.pdf?utm\\_source=Bruegel+Updates&utm\\_campaign=656e7da39b-Blogs+review+11%2F02%2F2017&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_eb026b984a-656e7da39b-278510293](http://conferences.sigcomm.org/hotnets/2012/papers/hotnets12-final94.pdf?utm_source=Bruegel+Updates&utm_campaign=656e7da39b-Blogs+review+11%2F02%2F2017&utm_medium=email&utm_term=0_eb026b984a-656e7da39b-278510293)>. Acesso em 25 maio 2020.

para obedecer a restrições comerciais nacionais, por exemplo. Todavia, pode também ser utilizada para discriminação, conforme supracitado, ou para erguer barreiras em ambientes, anteriormente, sem fronteiras.<sup>219</sup> Essas especificidades, marcadas pelas práticas do geo-pricing e do geo-blocking, serão analisadas a seguir.

### 3.1 AS PRÁTICAS DE GEO-PRICING E GEO-BLOCKING

Este subcapítulo pretende analisar a percepção global do geo-pricing e do geo-blocking e indagar acerca da sua licitude em relação ao contexto nacional. Nesse sentido, questiona-se se tais práticas são atentatórias contra os fundamentos e princípios do ordenamento brasileiro (principalmente no que diz respeito à proteção de dados pessoais), ou se são apenas condições de livre-mercado.

Os temas que envolvem a geodiscriminação e as práticas de geo-pricing e geo-blocking ainda não foram regulamentados no país, uma vez que as discussões nacionais acerca da matéria são extremamente recentes. Contudo, defende-se que o ordenamento jurídico vigente fornece parâmetros interpretativos mínimos para análise da questão diante de casos concretos. Ainda que a situação ideal para assegurar segurança jurídica consistiria na positivação do assunto, as normas constitucionais e infraconstitucionais brasileiras viabilizam uma compreensão adequada do tema.<sup>220</sup>

#### 3.1.1 Definições e conceitos

O geo-pricing e o geo-blocking são tidos, por parte da doutrina, como espécies do gênero geodiscriminação digital.<sup>221</sup> Ambos requerem a geolocalização ou geoidentificação do usuário e podem contar com diversas fontes de informação, como o endereço IP, dados dos navegadores ou sistemas operacionais, fornecimento pelo

---

<sup>219</sup> DUCH-BROWN, Néstor; MARTENS, Bertin. **The Economic Impact of Removing GeoBlocking Restrictions in the EU Digital Single Market**. Institute for Prospective Technological Studies, Joint Research Centre. Digital Economy Working Paper 2016/02. European Commission. p. 3-4. Disponível em <<https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC101100.pdf>>. Acesso em 23 maio 2020.

<sup>220</sup> MORASSUTTI, Bruno Schmitt. Responsabilidade Civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre as práticas de geoblocking e geopricing. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 124, p. 213-234, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>221</sup> FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

titular do seu endereço de entrega ou faturamento, números de telefone, cartões de crédito ou outros meios de pagamento.<sup>222</sup>

O geo-pricing consubstancia-se na cobrança de “valores diversos para o mesmo produto e/ou serviço em razão da geolocalização do interessado, favorecendo determinados consumidores em detrimento de outros.”<sup>223</sup> De acordo com a doutrina, a prática nada mais é do que a diferenciação de preços de ofertas com base na origem geográfica do consumidor.<sup>224</sup> Internacionalmente, especificamente no contexto europeu, o geo-pricing é conhecido como uma das modalidades de geo-filtering, que engloba todas as práticas comerciais que tenham como propósito oferecer termos e condições diferentes para consumidores com base em sua localização, como opções de pagamento e de entrega, além do próprio valor do produto ou serviço.<sup>225</sup>

O geo-blocking, por sua vez, consiste em técnicas de “restrição ou discriminação de fluxo de dados baseada em algum indicador de geolocalização do usuário da rede”.<sup>226</sup> Ou seja, é o conjunto de práticas que manipulam as disponibilidades de ofertas, bloqueando certos anúncios ou conteúdos a determinados usuários enquanto disponibilizam para outros, de acordo com a sua posição geográfica.<sup>227</sup> Determinados consumidores são impedidos de acessar e/ou comprar bens ou serviços oferecidos por intermédio de uma interface *online*, com fundamento na sua localização.<sup>228</sup>

---

<sup>222</sup> SIMONELLI, Felice. **Combating Consumer Discrimination in the Digital Single Marketing: Preventing Geo-Blocking and other forms of Geo-Discrimination.** Study for the IMCO Committee. Brussels: European Parliament, 2016. p. 13-14. Disponível em <[https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL\\_STU%282016%29587315](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU%282016%29587315)>. Acesso em 20 maio 2020.

<sup>223</sup> ANDRADE, Sinara Lacerda; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Geo-pricing: Uma Análise Jurídica Das Relações De Consumo No E-commerce E Da Segregação Econômico-social Na Era Da Pós-modernidade. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo.** CONPEDI: Salvador, v. 4, n. 1, p. 28, Jan/Jun, 2018. DOI: <<http://dx.doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0030/2018.v4i1.4024>>.

<sup>224</sup> Sobre o assunto: MORASSUTTI, Bruno Schmitt. Responsabilidade Civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre as práticas de geoblocking e geopricing. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 124, p. 213-234, Jul/Ago, 2019. *E-book*; e FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>225</sup> SIMONELLI, *op. cit.*

<sup>226</sup> MORASSUTTI, *op. cit.*

<sup>227</sup> FÁVARO, Heitor Tales de Lima. E-commerce vs geodiscriminação: o que é geoblocking e geopricing? **Jota**, 28 de abri. de 2018. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/geoblocking-geopricing-28042018>>. Acesso em 02 out. 2020.

<sup>228</sup> FORTES; MARTINS; OLIVEIRA, *op. cit.*

Destaca-se que o geo-blocking pode ser realizado pelo bloqueio direto ou recusa de acesso a conteúdos *online*; pelo redirecionamento do usuário a uma *interface* ou *website* diverso; pela recusa ou restrição de entrega do produto ou serviço em determinado local; pelo impedimento de registro no *website* ou conclusão da compra; pela recusa de pagamento ou meio de pagamento proveniente de certa localidade; pela negativa de oferecer serviços como atendimento ao cliente, manutenção, compensação ou reparo do bem ou serviço em razão do endereço; ou até por problemas de portabilidade.<sup>229</sup>

O geo-blocking diferencia-se do geo-pricing ou geo-filtering, uma vez que estes se referem a práticas por meio das quais os controladores permitem o acesso ao *website* e a compra dos produtos ou serviços oferecidos, mas impõem termos e/ou condições diferentes dependendo da localização do usuário<sup>230</sup> (no caso do geo-pricing, a condição diferente é o preço). Já aquele é o bloqueio de conteúdos digitais ou restrição em qualquer etapa da tentativa de compra de serviços ou produtos em razão do espaço geográfico que se encontra o titular dos dados. Ambas as práticas podem ser implementadas mediante manipulações na “estrutura do código do algoritmo utilizado para selecionar e disponibilizar ofertas aos consumidores.”<sup>231</sup>

Algoritmo pode ser definido como uma sequência de raciocínios ou instruções que devem ser operados sistematicamente para alcançar o resultado pretendido, como uma receita culinária, uma operação matemática, ou uma página na internet com suas respectivas funções.<sup>232</sup> As empresas podem se valer dos algoritmos para processar grandes quantidades de dados e programar a estrutura de seus códigos

---

<sup>229</sup> Sobre o assunto: ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 39-44. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020; e FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>230</sup> EUROPEAN COMMISSION. **Geo-blocking practices in e-commerce**. Commission staff working document issues paper presenting initial findings of the e-commerce sector inquiry conducted by the Directorate-General for Competition. Bruxelas, 2016. p. 17-18. Disponível em <[https://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce\\_sw\\_d\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce_sw_d_en.pdf)>. Acesso em 16 jun. 2020.

<sup>231</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. O geoprincing e geoblocking e seus efeitos nas relações de consumo. In: FRAZÃO, Ana; MULHOLLAND, Caitlin (coord.) **Inteligência Artificial e Direito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 636-637.

<sup>232</sup> SAIBA COMO FUNCIONA UM ALGORITMO E CONHEÇA OS PRINCIPAIS EXEMPLOS EXISTENTES NO MERCADO. **Rock Content**, 7 fev. 2019. Disponível em <<https://rockcontent.com/br/blog/algoritmo/>>. Acesso em 06 out. 2020.

com o objetivo de disponibilizar as ofertas adequadas aos consumidores conforme o seu perfil. No caso do geo-pricing e do geo-blocking, as informações sobre a origem geográfica dos usuários são registradas e utilizadas como elemento representativo para precificação diferenciada ou bloqueio de ofertas, respectivamente.<sup>233</sup>

A detecção e comprovação da ocorrência dessas práticas é extremamente complicada, pois não é costumeiro que os controladores divulguem a estrutura de seus algoritmos, ou expliquem o seu funcionamento. A ignorância dos titulares sobre o desenho do algoritmo e, muitas vezes, sobre os dados que estão sendo coletados, gera uma verdadeira assimetria de poder<sup>234</sup> que possibilita aos controladores a criação de múltiplas versões do mesmo mercado,<sup>235</sup> manipulando as ofertas de acordo com o perfil do usuário e facilitando a geodiscriminação. Além disso, os fornecedores, detendo o controle da informação, podem, facilmente, responsabilizar a dinamicidade do mercado pelos desvios de preço ou bloqueio de ofertas,<sup>236</sup> dando aos consumidores a ilusão de que os preços são competitivos.<sup>237</sup> E, de fato, essas diferenças de preço podem se dar por uma multiplicidade de fatores,<sup>238</sup> mas existe uma nítida distinção entre precificação dinâmica de serviços *online* e precificação discriminatória com base na origem geográfica. Sem acesso à codificação dos algoritmos de ofertas e precificação, não existe, a princípio, uma maneira totalmente eficaz de verificar o motivo exato dessas diferenciações.<sup>239</sup> A transparência e possibilidade de auditoria<sup>240</sup> dos algoritmos pode ser elementar para a compreensão e solução desse tipo de situação.<sup>241</sup>

---

<sup>233</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. O geoprincing e geoblocking e seus efeitos nas relações de consumo. In: FRAZÃO, Ana; MULHOLLAND, Caitlin (coord.) **Inteligência Artificial e Direito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 636-637.

<sup>234</sup> *Ibidem*, p. 637-638.

<sup>235</sup> EZRACHI, Ariel; STUCKE, Maurice E. **Virtual Competition: The Promise and Perils of Algorithm-Driven Economy**. Cambridge, EUA: Harvard University Press, 2016. p. 220. *E-book*.

<sup>236</sup> MARTINS, *op. cit.*, p. 637-638.

<sup>237</sup> EZRACHI; STUCKE, *op. cit.*, p. 208-212.

<sup>238</sup> ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 56. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

<sup>239</sup> MORASSUTTI, Bruno Schimitt. Responsabilidade Civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre as práticas de geoblocking e geoprincing. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 124, p. 213-234, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>240</sup> MARTINS, *op. cit.*, p. 648.

<sup>241</sup> Sobre o assunto, ver: O'NEIL, Cathy. **Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy**. London: Penguin Books, 2017.

Mesmo com a dificuldade de detecção das práticas, algumas pesquisas realizadas no contexto internacional tiveram êxito em constatar a ocorrência de geo-blocking e geo-pricing. No final de 2015, a Comissão Europeia fez um levantamento para reunir evidências acerca da extensão do uso da geolocalização do usuário como condicionante de ofertas no território europeu. O estudo demonstrou que 63% de todas as tentativas de compras para além das fronteiras nacionais eram bloqueadas em algum estágio do processo de compra *online*.<sup>242</sup> Também foi constatado que o comércio de bens eletrônicos é o que mais sofre geo-blocking na Europa, enquanto o mercado de vestuário é o que mais aplica geo-pricing.<sup>243</sup>

Outra pesquisa realizada pela Comissão Europeia, concluída em 2016, demonstra que, em relação a bens de consumo, mais de um terço dos fornecedores europeus aplica geo-blocking, sendo que o meio mais utilizado é a recusa de entrega do produto internacionalmente.<sup>244</sup> Quanto a conteúdos digitais de acesso *online*, 68% dos controladores utilizam geo-blocking, principalmente através do bloqueio completo de acesso ao *website* com base no endereço IP do usuário.<sup>245</sup>

Um estudo norte-americano apresentado no 11<sup>o</sup> *Workshop on Hot Topics in Networks* (11<sup>a</sup> Oficina sobre Assuntos Relevantes acerca das Redes, em tradução livre) da Associação para Maquinaria da Computação (*Association for Computing Machinery*),<sup>246</sup> em Redmond, EUA, em 2012, observou a ocorrência de geo-pricing e geo-blocking em relação a livros digitais do Kindle, da Amazon. Foram analisadas as ofertas em seis localidades: no Brasil, na Alemanha, Espanha, Coréia, e nas costas oeste e leste dos Estados Unidos. Somente 27 dos 100 livros mais vendidos da plataforma estavam disponíveis para compra em sua versão original em inglês no *website* estadunidense (“amazon.com”) em todas as localizações examinadas. Além disso, na maioria dos casos, a diferença de preço em razão do local de acesso do

---

<sup>242</sup> DUCH-BROWN, Néstor; MARTENS, Bertin. **The Economic Impact of Removing GeoBlocking Restrictions in the EU Digital Single Market**. Institute for Prospective Technological Studies, Joint Research Centre. Digital Economy Working Paper 2016/02. European Commission. p. 3-4. Disponível em <<https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC101100.pdf>>. Acesso em 23 maio 20.

<sup>243</sup> *Ibidem*, p. 13-14.

<sup>244</sup> EUROPEAN COMMISSION. **Geo-blocking practices in e-commerce**. Commission staff working document issues paper presenting initial findings of the e-commerce sector inquiry conducted by the Directorate-General for Competition. Bruxelas, 2016. p. 30 e 69. Disponível em <[https://ec.europa.eu/competition/antitrust/e-commerce\\_sw\\_d\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/e-commerce_sw_d_en.pdf)>. Acesso em 16 jun. 20.

<sup>245</sup> *Ibidem*, p. 71.

<sup>246</sup> A Association for Computing Machinery (ACM) é a maior sociedade científica e educacional dedicada à computação, e tem como objetivo fornecer recursos que promovam a computação como uma ciência e uma profissão. ABOUT THE ACM ORGANIZATION. **ACM**, Disponível em <<https://www.acm.org/about-acm/about-the-acm-organization>>. Acesso em 06 out. 2020.

usuário era de, no mínimo, 21%, chegando à quantia expressiva de 166% nos casos extremos.<sup>247</sup>

Outra interessante análise é de uma pesquisa europeia, realizada em 2016, acerca das modalidades específicas de geo-blocking utilizadas pelas maiores plataformas de *streaming* (conteúdo digital). A rádio Pandora e o serviço de TV Hulu, ativos somente nos Estados Unidos, bloqueiam o acesso das suas respectivas plataformas a consumidores estrangeiros por meio da identificação de seu endereço IP. A Amazon é o caso mais significativo de redirecionamento dos usuários às versões nacionais de seu *website*, uma conveniente estratégia para prevenir os consumidores de acessar os preços cobrados em outros países. A Netflix impede a assinatura de usuários localizados em certos territórios, além de conter catálogos de conteúdos específicos para cada país de acordo com o alcance dos direitos de transmissão de cada obra. Por fim, foi constatado que a técnica mais usada pelas plataformas era a de restrição de meios de pagamento: a Amazon admite somente cartões de crédito emitidos por bancos estabelecidos no país do *website* acessado; o iTunes utiliza o endereço de faturamento do cartão de crédito para identificar a localização do usuário; e o Google Play redireciona o pagamento à página específica do país no momento da compra.<sup>248</sup>

O cerne da questão é que os controladores geralmente coletam algum tipo de informação acerca da localização dos usuários, seja para a entrega dos bens ou para verificar a legitimidade da encomenda, por exemplo.<sup>249</sup> Hipotetizando as razões plausíveis por trás do uso do geo-blocking e do geo-pricing, é possível afirmar que uma delas seja a sujeição a uma obrigação contratual ou a norma nacional que determine a precificação diferenciada para certas localidades ou não permita a venda

---

<sup>247</sup> MIKIANS, Jakub; et al. Detecting Price and Search Discrimination on the Internet. In: ASSOCIATION FOR COMPUTING MACHINERY (org.). **Proceedings of the 11th ACM Workshop on Hot Topics in Networks**. Nova Iorque, 2012. p. 79-84. Disponível em <<https://doi.org/10.1145/2390231.2390245>>. Acesso em 25 maio 2020.

<sup>248</sup> ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 54-55. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

<sup>249</sup> EUROPEAN COMMISSION. **Geo-blocking practices in e-commerce**. Commission staff working document issues paper presenting initial findings of the e-commerce sector inquiry conducted by the Directorate-General for Competition. Bruxelas, 2016. p. 29. Disponível em <[https://ec.europa.eu/competition/antitrust/e-commerce\\_sw\\_d\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/e-commerce_sw_d_en.pdf)>. Acesso em 16 jun. 20.

de produtos ou serviços a usuários os quais não se encontrem em um determinado território<sup>250</sup> (como restrições relativas à propriedade intelectual e direitos autorais).<sup>251</sup>

Pode ser também em razão de causas econômicas, uma vez que, para tornar um conteúdo disponível em diversos territórios, as empresas possam ter que se adequar a diferentes regimes de proteção ao consumidor e sistemas de tributação nacionais.<sup>252</sup> Assim, a remoção de restrições nacionais pode encarecer a atividade dos fornecedores ou o valor do produto, o que, por sua vez, pode refletir no preço cobrado dos usuários,<sup>253</sup> ou, até, tornar financeiramente inviável o oferecimento dos bens ou serviços em determinada localização.

Ainda, as práticas de geo-blocking e geo-pricing podem ser realizadas como resultado de pressões competitivas do mercado,<sup>254</sup> da oferta e demanda do produto em cada localidade,<sup>255</sup> ou mesmo de uma decisão comercial unilateral e independente tomada por fornecedores que não queiram vender em outros territórios<sup>256</sup> ou que queiram maximizar seus lucros, fixando os preços de acordo com a capacidade financeira dos consumidores de cada espaço geográfico (discriminação de preço com base da localização).<sup>257</sup> Seja qual for o motivo da utilização de geo-pricing ou geo-blocking, deve ser verificada a sua licitude (ou ilicitude) no caso concreto, o que será examinado aprofundadamente no subcapítulo 3.1.3.

---

<sup>250</sup> EUROPEAN COMMISSION. **Geo-blocking practices in e-commerce**. Commission staff working document issues paper presenting initial findings of the e-commerce sector inquiry conducted by the Directorate-General for Competition. Bruxelas, 2016. p. 17-18. Disponível em <[https://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce\\_sw\\_d\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce_sw_d_en.pdf)>. Acesso em 16 jun. 20.

<sup>251</sup> MIKIANS, Jakub; et al. Detecting Price and Search Discrimination on the Internet. In: ASSOCIATION FOR COMPUTING MACHINERY (org.). **Proceedings of the 11th ACM Workshop on Hot Topics in Networks**. Nova Iorque, 2012. p. 79-84. Disponível em <<https://doi.org/10.1145/2390231.2390245>>. Acesso em 25 maio 2020.

<sup>252</sup> ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 42-44. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

<sup>253</sup> *Ibidem*.

<sup>254</sup> EUROPEAN COMMISSION, *op. cit.*, p. 35-36.

<sup>255</sup> TRIMBLE, Marketa. Copyright and Geoblocking: The Consequences of Eliminating Geoblocking. **Boston University Journal of Science and Technology Law**, v. 25, n. 2, p. 476-502, 2019.

Disponível em <<https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/jstl25&i=494>>. Acesso em 07 jun. 2020.

<sup>256</sup> EUROPEAN COMMISSION, *op. cit.*, p. 17-18.

<sup>257</sup> DUCH-BROWN, Néstor; MARTENS, Bertin. **The Economic Impact of Removing GeoBlocking Restrictions in the EU Digital Single Market**. Institute for Prospective Technological Studies, Joint Research Centre. Digital Economy Working Paper 2016/02. European Commission. p. 5. Disponível em <<https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC101100.pdf>>. Acesso em 23 maio 2020.

### 3.1.2 Breve análise do geo-pricing e do geo-blocking no contexto internacional

Na prática, há pouco incentivo para que as grandes plataformas entrem em conformidade com as leis nacionais sobre comércio eletrônico. Ocorre que os atores mais desenvolvidos desse cenário têm amparo jurídico experiente, estando cientes de que a aplicação de penalidades pode levar anos e ter pouco impacto na percepção pública. Como resultado, essas empresas raramente adaptam suas atividades às normas de todas as localidades nas quais operam, preferindo arriscar e buscar a maior margem de lucro possível. De maneira geral, os consumidores não têm conhecimento relevante de suas leis locais, o que aumenta a possibilidade de êxito de realizar esse tipo de práticas discriminatórias sem sofrer as consequências legais.<sup>258</sup>

No entanto, cada vez mais a realização de geo-pricing e geo-blocking é questionada. A pressão por convergência internacional dos preços no comércio eletrônico, por exemplo, pode ser devida à existência de *websites* de comparação de oferta ubíquos, que reduzem os custos de pesquisa. Defende-se que “a localização geográfica dos controladores e dos titulares deveria ser irrelevante no comércio *online*, porquanto barreiras administrativas e atritos similares são prováveis de desempenhar um papel muito mais limitado”<sup>259</sup> daqui para frente.

Questiona-se também a utilidade do geo-blocking, inclusive no que diz respeito ao bloqueio de conteúdos em razão de licenciamentos territoriais de conteúdos protegidos por propriedade intelectual. Isso porque, uma vez que os indivíduos têm, *a priori*, a capacidade de acessar qualquer *website* de qualquer lugar do mundo, não parece prudente que os titulares de direitos autorais, por exemplo, restrinjam o acesso ao material somente com base na localização física, ao passo que poderiam continuar tendo controle sobre quem vê o conteúdo mediante requerimento de cadastro ou sistema de assinaturas. Os defensores desse ponto de vista, apontam não existir uma razão racional para que a localização geográfica do usuário afete a possibilidade de

---

<sup>258</sup> RIEFA, Christine. Beyond E-Commerce: Some Thoughts On Regulating The Disruptive Effect Of Social (Media) Commerce. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 127, p. 281-303, Jan-Fev, 2020. *E-book*.

<sup>259</sup> DUCH-BROWN, Néstor; MARTENS, Bertin. **The Economic Impact of Removing GeoBlocking Restrictions in the EU Digital Single Market**. Institute for Prospective Technological Studies, Joint Research Centre. Digital Economy Working Paper 2016/02. European Commission. p. 5. Disponível em <<https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC101100.pdf>>. Acesso em 23 maio 2020, tradução nossa, do original: “Hence, the geographical location of consumers and stores should be largely irrelevant in e-commerce, where administrative borders and similar frictions are likely to play a much more limited role.”

visualizar ou reproduzir o conteúdo digital, principalmente quando se almeja acessá-lo por meios legais. Quando um conteúdo que poderia ser legalmente acessado pelo usuário é bloqueado por razões triviais como a sua localização, não é incomum que os indivíduos tentem achar maneiras de contornar essa situação. O usuário pode obter os materiais de fontes pirateadas ou utilizar uma rede privada virtual (VPN)<sup>260</sup> para acessar *websites* bloqueados.<sup>261</sup>

Certamente o mérito dessa questão específica é muito mais complicado, uma vez que o próprio licenciamento de direito autorais é uma matéria vasta e extremamente complexa de ser pensada em nível global.<sup>262</sup> No entanto, por não ser o objetivo do presente trabalho, não cabe aprofundar a questão além do já realizado a título exemplificativo.

Um estudo elaborado para a Comissão Europeia em 2016 procurou estimar o potencial impacto econômico de remover restrições de geo-blocking. Os resultados alcançados indicam que os ganhos econômicos ficariam em torno de 500 milhões de euros para os consumidores, e 283 milhões de euros para os fornecedores, em um contexto no qual houvesse a eliminação total do geo-blocking no território europeu.<sup>263</sup>

Nesse sentido, com o intuito de restringir as práticas de geo-blocking e geo-pricing nos Estados-membros, a União Europeia aprovou, em 2018, o Regulamento de Geo-blocking (*Geo-blocking Regulation* ou *Regulation 2018/302*). O Regulamento aborda o problema da geodiscriminação, proibindo o bloqueio de acesso a conteúdos e o redirecionamento automático sem o consentimento do usuário, o que aumenta a

---

<sup>260</sup> VPN ou *Virtual Private Network*, em inglês, é um serviço de roteamento que permite ao usuário esconder ou alterar o seu verdadeiro endereço IP e, portanto, a sua localização para navegar anonimamente na internet ou contornar medidas de geo-blocking ou geo-pricing. Sobre o assunto: EUROPEAN COMMISSION. **Geo-blocking practices in e-commerce**. Commission staff working document issues paper presenting initial findings of the e-commerce sector inquiry conducted by the Directorate-General for Competition. Bruxelas, 2016. p. 67. Disponível em <[https://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce\\_swd\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce_swd_en.pdf)>. Acesso em 16 jun. 2020.

<sup>261</sup> EARLE, Sabrina. The Battle against Geo-Blocking: The Consumer Strikes Back. **Richmond Journal of Global Law and Business**, v. 15, n. 1, p. 1-20, 2016. Disponível em <<https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/rjnglbs15&i=9>>. Acesso em 01 jun. 2020.

<sup>262</sup> TRIMBLE, Marketa. Copyright and Geoblocking: The Consequences of Eliminating Geoblocking. **Boston University Journal of Science and Technology Law**, v. 25, n. 2, p. 476-502, 2019. Disponível em <<https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/jstl25&i=494>>. Acesso em 07 jun. 2020.

<sup>263</sup> DUCH-BROWN, Néstor; MARTENS, Bertin. **The Economic Impact of Removing GeoBlocking Restrictions in the EU Digital Single Market**. Institute for Prospective Technological Studies, Joint Research Centre. Digital Economy Working Paper 2016/02. European Commission. p. 18. Disponível em <<https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC101100.pdf>>. Acesso em 23 maio 2020.

transparência dos preços enquanto possibilita que os consumidores tenham acesso a diferentes versões nacionais de *websites*.<sup>264</sup>

Além disso, o Regulamento define situações específicas nas quais não há razão justificada para a realização de qualquer forma de discriminação com base na nacionalidade, residência ou estadia de clientes no mercado interno, quais sejam:

- a) a compra e venda de bens a serem entregues no Estado-membro em que se localiza o vendedor: se o fornecedor não viabiliza a entrega internacionalmente, os consumidores localizados em outros territórios têm o direito de requerer a entrega do produto no Estado-membro do vendedor nos mesmos termos e condições dos clientes locais;
- b) a venda de serviços providos eletronicamente: serviços como armazenamento de dados, hospedagem de *websites* e serviços de nuvem devem ser fornecidos nos mesmos termos para consumidores locais e consumidores que se encontram em Estados-membros diversos do fornecedor;
- c) e a venda de serviços oferecidos em um local físico específico: serviços prestados nas instalações do fornecedor, como aluguel de carros ou quartos de hotéis, devem ser ofertados nas mesmas condições para todos os consumidores localizados no território europeu, independentemente da sua origem.

Não estão sujeitos ao Regulamento os conteúdos protegidos por propriedade intelectual.<sup>265</sup>

No continente oceânico, dois provedores de serviço de internet já tentaram empreender a tarefa de contornar o geo-blocking. O primeiro, lançado na Nova Zelândia, em 2013, pelo provedor Slingshot, é o serviço chamado de “Global Mode”, o qual permitia aos usuários o acesso a qualquer *website* de qualquer lugar no mundo

---

<sup>264</sup> EUROPEAN UNION. **Regulation (EU) 2018/302** of The European Parliament and of The Council of 28 February 2018 on addressing unjustified geo-blocking and other forms of discrimination based on customers' nationality, place of residence or place of establishment within the internal market. Disponível em <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0302&from=EN>>. Acesso em 26 maio 2020.

<sup>265</sup> EUROPEAN COMMISSION. Geo-blocking Frequently Asked Questions, 27 jul. 2018. Site da European Commission. Disponível em <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/faq/geo-blocking-faq>>. Acesso em 26 maio 2020.

sem sofrer geo-blocking.<sup>266</sup> No entanto, em razão de uma ação proposta por quatro grandes companhias de mídia, o serviço foi indisponibilizado em 2015 por infringir direitos autorais.<sup>267</sup> Seguindo os passos do Slingshot, o provedor de serviço australiano Younet foi lançado em 2015 também com o objetivo de contornar o geo-blocking no território.<sup>268</sup> O seu fundador, Raj Bhuvra, afirmou que o “Younet é um ‘provedor de serviço de internet antipirataria’ destinado a dar aos seus clientes ‘a opção de pagar pelo conteúdo’ sem recorrer à pirataria.”<sup>269</sup>

A eliminação total das práticas de geo-blocking e geo-pricing no contexto internacional removeria completamente o equivalente digital das fronteiras físicas e possibilitaria a livre circulação de conteúdo entre fronteiras.<sup>270</sup> O debate acerca da viabilidade e potenciais consequências geradas por tal situação perpassa temas mais amplos, como a liberdade de contratar, livre iniciativa, livre mercado e autonomia privada dos fornecedores, os quais devem ser ponderados em relação aos direitos e à proteção do consumidor, e aos objetivos da sociedade em geral. Este é um interessante assunto de pesquisa, mas não se enquadra no objeto do presente trabalho, motivo pelo qual não será aprofundado.

Independentemente da maneira como são tratadas as práticas de geo-blocking e geo-pricing no contexto internacional - se úteis ou prejudiciais ao comércio eletrônico -, impende analisar a sua licitude em confronto ao ordenamento jurídico brasileiro.

---

<sup>266</sup> PHILIPSON, Graeme. Kiwi ISP gets around geoblocking. **ItWire**, 14 jul. 2014. Disponível em <<https://www.itwire.com/your-it-news/entertainment/64724-kiwi-isp-gets-aroundgeoblocking>>. Acesso em 07 out. 2020.

<sup>267</sup> GLOBAL MODE DROPPED AFTER LEGAL ACTION. **RNZ**, 24 jun. 2015. Disponível em <<https://www.rnz.co.nz/news/national/277042/global-mode-dropped-after-legal-action>>. Acesso em 07 out. 2020.

<sup>268</sup> ROSE, Derek. Bypass Network Services licenses Global Mode to Australian company. **Stuff**, 09 jul. 2015. Disponível em <<https://www.stuff.co.nz/technology/digital-living/70093073/bypass-network-services-licenses-global-mode-to-australian-company>>. Acesso em 07 out. 2020.

<sup>269</sup> EARLE, Sabrina. The Battle against Geo-Blocking: The Consumer Strikes Back. **Richmond Journal of Global Law and Business**, v. 15, n. 1, p. 1-20, 2016. Disponível em <<https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/rjnglbs15&i=9>>. Acesso em 01 jun. 2020, tradução nossa, do original: “*Raj Bhuvra, the founder of Younet, shares the same sentiment as Slingshot, arguing that Younet is “an anti-piracy ISP” meant to give its customers “the option to pay for content” rather than resorting to piracy.*”

<sup>270</sup> TRIMBLE, Marketa. Copyright and Geoblocking: The Consequences of Eliminating Geoblocking. **Boston University Journal of Science and Technology Law**, v. 25, n. 2, p. 476-502, 2019. Disponível em <<https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/jstl25&i=494>>. Acesso em 07 jun. 2020.

### 3.1.3 A (i)licitude das práticas de geo-pricing e geo-blocking em confronto com o ordenamento jurídico brasileiro

De plano, faz-se necessária uma análise de todos os princípios e normas insculpidos no ordenamento nacional que tenham relevância para a matéria. A ausência de marco legal específico sobre o assunto não prejudica a sua análise jurídica, enquanto as normas nacionais existentes permitem a sua compreensão e o enquadramento de casos concretos.<sup>271</sup>

Ainda que o escopo do presente trabalho seja o cotejo do geo-pricing e do geo-blocking frente à Lei Geral de Proteção de Dados, é imprescindível um breve exame dos fundamentos principiológicos da ordem jurídica brasileira, estabelecidos pela Constituição Federal de 1988. Ainda, cabe explorar outras legislações que possam auxiliar na compreensão do tema, uma vez que a própria LGPD, por meio do artigo 64,<sup>272</sup> não exclui outras normas da apreciação da matéria. O seu art. 2º, VI, ao prever a defesa do consumidor, a livre iniciativa e a livre concorrência como fundamentos da proteção de dados, promove o diálogo da LGPD com o Código de Defesa do Consumidor<sup>273</sup> e com a Lei 12.529,<sup>274</sup> firmando o entendimento de que os direitos dos titulares de dados e consumidores previstos nas respectivas normas devem ser cumulados pelo intérprete<sup>275</sup> e compatibilizados com os fundamentos do livre mercado. Da mesma forma, também incide o Marco Civil da Internet quando o tratamento de dados pessoais se realizar pela internet,<sup>276</sup> uma vez que, não tendo sido expressamente revogado pela LGPD, deve ser aplicado no que couber.

---

<sup>271</sup> FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>272</sup> “Art. 64. Os direitos e princípios expressos nesta Lei não excluem outros previstos no ordenamento jurídico pátrio relacionados à matéria ou nos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte.”

<sup>273</sup> MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo. Comentário à Nova Lei de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018): O Novo Paradigma da Proteção de Dados no Brasil. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 120, p. 555-587, Nov/Dez, 2018. *E-book*.

<sup>274</sup> A Lei 12.529, de 30 de novembro de 2011, estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica.

<sup>275</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>276</sup> *Ibidem*.

A Constituição Federal de 1988 consagrou a igualdade como um dos valores supremos da sociedade em seu preâmbulo e no *caput* do artigo 5º. Outrossim, estabeleceu, por meio do artigo 170, incisos V e VII, a defesa do consumidor e a redução da desigualdade como princípios da ordem econômica. Por outro lado, são consagrados constitucionalmente, também, os princípios da livre iniciativa e da liberdade de concorrência (art. 170, IV, CF).<sup>277</sup> Tais preceitos constitucionais podem entrar em conflito em razão realização de geo-pricing ou de geo-blocking. Contudo, somente mediante análise das normas infraconstitucionais, e diante de situações concretas, é possível atingir uma conclusão acerca da (i)lícitude das referidas práticas.

A Lei Geral de Proteção de Dados preocupou-se, no artigo 6º,<sup>278</sup> em elencar os princípios norteadores das atividades de tratamento de dados pessoais. No *caput* do referido artigo, já é firmada a importância da observação da boa-fé como dever de conduta nas atividades de tratamento de dados pessoais. Em um contexto de tratamento massificado de dados, cujas operações são intrinsecamente opacas, é fundamental a fixação da boa-fé como guia de atuação a fim de orientar as relações entre titulares e agentes de tratamento.<sup>279</sup>

Nas palavras de Judith Martins-Costa, embora seja impossível definir tecnicamente a boa-fé objetiva, é possível discernir funcionalmente a sua atuação e eficácia como

(i) fonte geradora de deveres jurídicos de cooperação, informação, proteção e consideração às legítimas expectativas do alter, copartícipe da relação obrigacional; (ii) baliza do modo de exercício de posições jurídicas, servindo como via de correção do conteúdo contratual, em certos casos, e como correção ao próprio exercício contratual; e (iii) como cânone hermenêutico dos negócios jurídicos obrigacionais.<sup>280</sup>

Já, conforme Cláudia Lima Marques, a boa-fé pode ser entendida como uma atuação pensando no parceiro contratual, “respeitando os seus interesses legítimos, suas expectativas razoáveis, seus direitos, agindo com lealdade, sem abuso, sem

---

<sup>277</sup> BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)>. Acesso em 08 out. 2020.

<sup>278</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

<sup>279</sup> MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo. Reflexões Iniciais Sobre a Nova Lei Geral de Proteção de Dados. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 120, p. 469-483, Nov/Dez, 2018. *E-book*.

<sup>280</sup> COSTA, Judith Martins. **A boa-fé no direito privado**: critérios para a sua aplicação. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2018. p. 45.

obstrução, sem causar lesão ou desvantagem excessiva, cooperando para atingir o bom fim das obrigações [...].”<sup>281</sup>

Para o tratamento de dados, a boa-fé se delinea mediante a tutela das legítimas expectativas do titular, “que confiou na postura, nas obrigações assumidas e no vínculo criado”<sup>282</sup> com o controlador. As legítimas expectativas do usuário, nesse sentido, são as circunstâncias concretas que devem fundamentar o tratamento adequado (art. 6º, II, LGPD<sup>283</sup>) em vinculação à finalidade de utilização originalmente informada.<sup>284</sup>

O princípio da finalidade (art. 6º, I, LGPD) informa que o tratamento deve ser realizado para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular. Segundo Danilo Doneda, este preceito permite a estruturação de um “critério para valorar a razoabilidade da utilização de determinados dados para uma certa finalidade (fora da qual haveria abusividade).”<sup>285</sup>

Qualquer que seja o fundamento do tratamento de dados (de acordo com o art. 7º da LGPD), deve ser respeitada a finalidade para a qual foram coletados. Tal afirmação fica mais clara e assume considerável relevo, quando o tratamento é realizado com base no consentimento do titular. Isso porque o “consentimento deve ser lido restritivamente em relação a sua finalidade: ele vale para certo tratamento, por um determinado agente, sob determinadas condições.”<sup>286</sup> Por isso, não é permitida a autorização genérica do consentimento (art. 8º, § 4º).

Além disso, no inciso VI do artigo 6º, está insculpido o princípio da transparência, o qual se consubstancia no dever dos controladores de fornecer

---

<sup>281</sup> MARQUES, Cláudia Lima, **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 9. ed. São Paulo, Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/100078314/v9/page/1>>. p. 1.14.

<sup>282</sup> *Ibidem*, p. 1.15.

<sup>283</sup> “Art. 6º As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios:

II - adequação: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento;”

<sup>284</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>285</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>>. p. 2.11.

<sup>286</sup> DONEDA, *op. cit.*, p. 4.10.

“informações claras, precisas e facilmente acessíveis”<sup>287</sup> sobre o tratamento dos dados. O tema do dever de informar deve ser compreendido à luz da boa-fé, e somente será efetivado quando a informação for divulgada da maneira adequada,<sup>288</sup> isto é, não só em relação ao conteúdo criado e fornecido, mas também os seus riscos, “inclusive e especialmente sobre aqueles que decorrem de sua configuração tecnológica (é preciso informar – alertar – também sobre aquilo que não se sabe).”<sup>289</sup> Transparência é fornecer, de maneira clara, correta, precisa e prévia, todas as informações necessárias, com lealdade e respeito entre as partes.<sup>290</sup>

O interessado deverá ter completa ciência do destino de seus dados pessoais, o que inclui informações acerca do destinatário dos dados, quem terá acesso a eles, a finalidade para qual serão utilizados, o tempo de tratamento, bem como quaisquer outros detalhes necessários para que o titular tenha plena noção da operação e possa exercer a sua autodeterminação de modo informado.<sup>291</sup> Esse é o sentido que se posiciona a LGPD, ao prever os termos do princípio da transparência no artigo 9º e incisos. O direito subjetivo do titular à transparência e informação relaciona-se ao princípio do livre acesso (art. 6º, IV, LGPD), e compreende a possibilidade de que a consulta sobre a forma e duração do tratamento seja facilitada e gratuita.<sup>292</sup> Além disso, o dever de informar está previsto também no CDC (art. 6º, III<sup>293</sup>) e no Marco Civil da Internet (art. 7º, VIII<sup>294</sup>).

<sup>287</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

<sup>288</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. O geoprincípio e geoblocking e seus efeitos nas relações de consumo. In: FRAZÃO, Ana; MULHOLLAND, Caitlin (coord.) **Inteligência Artificial e Direito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 640.

<sup>289</sup> BARBOSA, Fernanda Nunes. O Dano Informativo do Consumidor na Era Digital: uma Abordagem a partir do Reconhecimento do Direito do Consumidor como Direito Humano. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 122, p. 203-232, Mar/Abr, 2019. *E-book*.

<sup>290</sup> MARQUES, Cláudia Lima, **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 9. ed. São Paulo, Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/100078314/v9/page/1>>. p. 4.1.

<sup>291</sup> DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>>. p. 4.10.

<sup>292</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>293</sup> “Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.”

<sup>294</sup> “Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos:

Assim, é possível considerar abusivo o comportamento do controlador nos casos em que o titular não tem conhecimento de que sua localização está sendo computada pelos algoritmos do site (falha na transparência ou dever de informar), ou, tendo conhecimento da coleta, não foi informado de que ela seria utilizada para determinar os preços e as ofertas que serão disponibilizados - geo-pricing e geo-blocking<sup>295</sup> (desrespeito aos princípios da finalidade e adequação do tratamento de dados, bem como às legítimas expectativas do titular). Não estando ciente dessa condição, resta prejudicada a plena liberdade de escolha, pois o usuário acredita estar visualizando todas e as melhores ofertas, quando, na verdade, não lhe foram fornecidas todas as informações essenciais para a tomada da decisão de compra. O titular não tem “liberdade de optar pela oferta que mais lhe convém, seja pela completa ausência de possibilidade de escolhê-lo, seja pela elevação de seu preço a patamares irrazoáveis.”<sup>296</sup>

Ademais, dependendo do motivo pelo qual está sendo realizado o geo-pricing ou o geo-blocking, a prática pode ser considerada abusiva mesmo se o titular for informado da conduta e fornecer o seu consentimento. Isto porque, de acordo com Laura Schertel Mendes:

[...] a boa-fé, na sua função limitadora [...] restringe a liberdade de conduta das partes, ao considerar certas práticas e cláusulas como abusivas. A abusividade, nesse sentido, independe do consentimento do consumidor, pois a boa-fé impõe uma regra de conduta e um standard objetivo, de cunho imperativo e não dispositivo.<sup>297</sup>

A abusividade surge quando há discriminação ilícita dos usuários. Exatamente neste sentido, outro princípio previsto na LGPD é o da não discriminação pelo tratamento de dados (art. 6º, IX), que trata da “impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos.”<sup>298</sup> Tal dispositivo é um desdobramento do princípio constitucional da isonomia e do direito à igualdade (art.

---

VIII - informações claras e completas sobre coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de seus dados pessoais [...]

<sup>295</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. O geopring e geoblocking e seus efeitos nas relações de consumo. In: FRAZÃO, Ana; MULHOLLAND, Caitlin (coord.) **Inteligência Artificial e Direito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 640.

<sup>296</sup> FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>297</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 209-210.

<sup>298</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

5º, *caput*, CF)<sup>299</sup>, sendo extremamente importante, uma vez que reconhece e proíbe o potencial discriminatório do uso de dados.<sup>300</sup> Em verdade, a discriminação pode ser definida como o tratamento diferenciado para transações semelhantes, e vice-versa.<sup>301</sup> Conforme Roger Raupp Rion, discriminação é

*‘qualquer distinção, exclusão, restrição ou preferência que tenha o propósito ou o efeito de anular ou prejudicar o reconhecimento, gozo ou exercício em pé de igualdade de direitos humanos e liberdades fundamentais nos campos econômico, social, cultural ou em qualquer campo da vida pública’. Distinção, exclusão, restrição ou preferência são termos que almejam alcançar todas as formas de prejudicar indivíduos ou grupos por meio de distinções ilegítimas no gozo e exercício de direitos.*<sup>302</sup>

Portanto, a discriminação que se combate não é aquela no sentido de separação ou diferenciação, mas a abusiva, que se baseia em critérios ilícitos com o fim de realizar segmentação excludente e prejudicial ao usuário sem amparo legal. Vale destacar, é proibido não somente o tratamento que tenha finalidade discriminatória, mas também o tratamento cujos resultados possam dar causa à discriminação, sendo a intenção do controlador irrelevante para a configuração da abusividade da conduta.<sup>303</sup>

Nesse contexto, o processamento de dados não pode ser utilizado para segmentação prejudicial dos usuários.<sup>304</sup> Assim, o geo-blocking e o geo-pricing são abusivos quando utilizam a localização do indivíduo como critério único para, por exemplo, extrair pressupostos gerais sobre a sua condição financeira,

<sup>299</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. O geoprinc e geoblocking e seus efeitos nas relações de consumo. In: FRAZÃO, Ana; MULHOLLAND, Caitlin (coord.) **Inteligência Artificial e Direito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 638-639.

<sup>300</sup> MENDES, Laura Schertel; BIONI, Bruno R. O Regulamento Europeu de Proteção de Dados Pessoais e a Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira: Mapeando Convergências na Direção de um Nível de Equivalência. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 157-180, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>301</sup> ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 26-27. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

<sup>302</sup> RIOS, Roger Raupp. **Direito da antidiscriminação**: discriminação direta, indireta e ações afirmativas. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008, p. 20-21, grifos no original.

<sup>303</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>304</sup> *Ibidem*.

desconsiderando circunstâncias pessoais<sup>305</sup>, para fins de, discriminatoriamente, segmentar e excluir consumidores da possibilidade de acesso ao consumo.<sup>306</sup>

Reconhecido o potencial discriminatório dos dados, é extremamente importante que o tratamento seja pautado no princípio da prevenção (art. 6º, VIII, LGPD), isto é, devem ser adotadas “medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais.”<sup>307</sup> O CDC também acolhe o princípio da não-discriminação mediante a consagração da liberdade de escolha e da igualdade nas contratações como direitos básicos do consumidor no seu art. 6º, II.<sup>308</sup> De acordo com Flávio Tartuce, tal preceito institui que sejam oferecidas as mesmas condições e estendido tratamento igual a todos os consumidores.<sup>309</sup>

Já o Marco Civil da Internet, em seus artigos 3º, IV, e 9º, institui e qualifica o princípio da neutralidade da rede, isto é, o dever do responsável pela transmissão, comutação ou roteamento de tratar de forma isonômica quaisquer pacotes de dados, sem distinção por conteúdo, origem e destino, serviço, terminal ou aplicação. Em seu § 2º, o dispositivo vai além ao estipular que, em caso de discriminação, o responsável deve abster-se de causar danos aos usuários; agir com proporcionalidade, transparência e isonomia; informar previamente e de modo transparente aos seus usuários sobre as práticas de gerenciamento e mitigação de tráfego adotadas; oferecer serviços em condições comerciais não discriminatórias e abster-se de praticar condutas anticoncorrenciais.<sup>310</sup>

O princípio da neutralidade da internet, enquanto protege a liberdade de comunicação, assegura o direito do usuário de acessar a informação que desejar. O que se almeja é a preservação da internet descentralizada para que não surja uma

---

<sup>305</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 115.

<sup>306</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>307</sup> BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

<sup>308</sup> FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>309</sup> TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 88-89.

<sup>310</sup> BRASIL. **Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm)>. Acesso em 09 out. 2020.

autoridade central que ameace a autonomia do usuário na escolha do que será acessado, além de colocar em risco a oferta de produtos, serviços e aplicativos em igualdade de condições.<sup>311</sup> Na prática, “o princípio da neutralidade de rede serve como um mecanismo importante para impedir a restrição a uma série de direitos dos usuários, tais como a liberdade de informação e expressão.”<sup>312</sup>

Claro, não se pode olvidar que a Constituição, em seu artigo 170, constitui como fundamentos da ordem econômica a livre iniciativa e a livre concorrência, dando liberdade aos empreendedores para desempenhar seus negócios da maneira que lhes convier.<sup>313</sup> Nesse sentido, *a priori*, os fornecedores devem ter a possibilidade de alterar os preços de seus produtos e serviços conforme considerarem adequado, inclusive com o intuito de obter lucros.<sup>314</sup>

Contudo, liberdade de concorrer necessita de um modelo de mercado em que agentes econômicos possam competir “sem que nenhum deles goze de supremacia decorrente de privilégios jurídicos, ou situações econômicas derivadas do abuso do poder econômico ou da prática de condutas infratoras à ordem econômica.”<sup>315</sup> E, embora a livre concorrência seja um princípio que fundamenta a ordem econômica, não pode ser interpretada em dissonância dos demais princípios e normas do ordenamento jurídico, devendo coexistir com preceitos como a defesa do consumidor e a redução das desigualdades (art. 170, V, VII, CF). Assim, a proteção da ordem econômica possui dois aspectos: de um lado, protege-se o consumidor, e, de outro, protege-se o mercado como forma de garantir a livre concorrência. O desequilíbrio do mercado desgasta as relações de consumo e propicia a segregação econômico-

<sup>311</sup> FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>312</sup> MORASSUTTI, Bruno Schimitt. Responsabilidade Civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre as práticas de geoblocking e geoprising. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 124, p. 213-234, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>313</sup> ANDRADE, Sinara Lacerda; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Geo-pricing: Uma Análise Jurídica Das Relações De Consumo No E-commerce E Da Segregação Econômico-social Na Era Da Pós-modernidade. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**. CONPEDI: Salvador, v. 4, n. 1, p. 28, Jan/Jun, 2018. DOI: <<http://dx.doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0030/2018.v4i1.4024>>.

<sup>314</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 411.

<sup>315</sup> CAGGIANO, Monica Herman Salem apud ANDRADE, Sinara Lacerda; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Geo-pricing: Uma Análise Jurídica Das Relações De Consumo No E-commerce E Da Segregação Econômico-social Na Era Da Pós-modernidade. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**. CONPEDI: Salvador, v. 4, n. 1, p. 28, Jan/Jun, 2018. DOI: <<http://dx.doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0030/2018.v4i1.4024>>.

social, de modo que a regulamentação é imprescindível para estabelecer um ambiente regulado e competitivo.<sup>316</sup>

Nesse sentido, a Lei 12.529/11, que estrutura o Sistema Brasileiro da Concorrência, classifica como infração à ordem econômica os atos que tenham como objeto ou possam resultar em aumento arbitrário de lucros ou em discriminação de adquirentes por meio da fixação diferenciada de preços ou condições operacionais de venda de bens ou prestação de serviços (art. 36, III, § 3º, X).<sup>317</sup> Nesse contexto, dependendo do motivo pelo qual são realizados, o geo-pricing e o geo-blocking podem ser enquadrados como práticas discriminatórias e ratificadoras da segregação econômico-social, uma vez que somente uma parcela dos usuários, em razão de sua geolocalização, obteria benefícios patrimoniais em compras celebradas *online*, em detrimento dos demais consumidores, que não dispõem das mesmas condições.<sup>318</sup> Isso sem falar que tais práticas, além do aumento discricionário dos lucros, podem gerar domínio de mercado e limitação da concorrência<sup>319</sup>, as quais consistem em infrações à ordem econômica, de acordo com o artigo 36, incisos, I, II e III, da Lei 12.529. Nesse contexto, não há que se falar em livre iniciativa dos fornecedores, pois ela só pode ser invocada em um mercado capaz de se autorregular.<sup>320</sup> Não sendo o caso, são necessários a regulamentação e o controle estatais.

O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, veda a recusa injustificada à venda de bens ou prestação de serviços (art. 39, II, IX).<sup>321</sup> Nesse sentido, o bloqueio de ofertas com base, exclusivamente, na localização do titular (geo-blocking) pode ser considerado uma prática abusiva se não possuir um ulterior motivo que o justifique. A discriminação geográfica, por si só, não é causa legítima para a recusa de venda de bens ou prestação de serviços, a princípio.<sup>322</sup> Isso porque, o fornecedor, ao assumir

---

<sup>316</sup> ANDRADE, Sinara Lacerda; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Geo-pricing: Uma Análise Jurídica Das Relações De Consumo No E-commerce E Da Segregação Econômico-social Na Era Da Pós-modernidade. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**. CONPEDI: Salvador, v. 4, n. 1, p. 28, Jan/Jun, 2018. DOI: <<http://dx.doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0030/2018.v4i1.4024>>.

<sup>317</sup> BRASIL. **Lei n. 12.529, de 30 de novembro de 2011**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm)>. Acesso em 10 out. 2020.

<sup>318</sup> ANDRADE; SANTIAGO, *op. cit.*, p. 31-32.

<sup>319</sup> *Ibidem*, p. 35.

<sup>320</sup> *Ibidem*, p. 28.

<sup>321</sup> BRASIL. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)>. Acesso em 11 out. 2020.

<sup>322</sup> FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no

os riscos da atividade, não pode pretender selecionar de antemão os consumidores com os quais irá transacionar. Há uma obrigação inerente de fornecer os produtos ou serviços a quem se interessar, observados os usos e costumes comerciais.<sup>323</sup>

Além disso, o CDC, mediante o artigo 39, incisos V e X, qualifica como abusivas a exigência de vantagem manifestamente excessiva do consumidor e a elevação de preços de produtos ou serviços sem justa causa. Isto é, além da proibição de cobrança de preços excessivos, é vedada a alteração de valores arbitrária. Esses dispositivos podem ser interpretados no sentido de que não é permitida a elevação de preço somente para determinados consumidores sem justa causa para essa distinção.<sup>324</sup> Isto é, é considerado abusivo o oferecimento de preços diferentes para usuários - sendo que alguns pagarão quantias excessivas - por motivos puramente discriminatórios ou arbitrários, como a sua localização. Nesse sentido, aos consumidores em situação de igualdade, devem ser oferecidas condições equânimes. Por outro lado, é permitida a cobrança de “preços diferentes quando os consumidores estiverem em situação de desigualdade compatível com tal discriminação, ou seja, quando houver justa causa.”<sup>325</sup>

Logo, diante do exposto, e frente à colisão de direitos causada pelo geo-pricing e pelo geo-blocking, uma análise jurídica inicial aponta pela ilicitude das práticas, em razão da ponderação dos princípios em jogo - proteção dos titulares dos dados em oposição ao livre mercado.<sup>326</sup> Todavia, é somente diante de situações concretas que se pode concluir categoricamente pela abusividade das práticas, uma vez que nem sempre o tratamento diferenciado dos dados dará ensejo a práticas essencialmente discriminatórias.<sup>327</sup> Existem diversas situações em que a precificação diferenciada para o mesmo produto ou serviço e o bloqueio de ofertas em razão da localização do

---

Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>323</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 398-399.

<sup>324</sup> DIAS, Daniel; NOGUEIRA, Rafaela; QUIRINO, Carina de Castro. Vedação à Discriminação de Preços Sem Justa Causa: uma Interpretação Constitucional e Útil do art. 39, X, do CDC. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 121, p. 51-97, Jan/Fev, 2019. *E-book*.

<sup>325</sup> *Ibidem*.

<sup>326</sup> ANDRADE, Sinara Lacerda; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Geo-pricing: Uma Análise Jurídica Das Relações De Consumo No E-commerce E Da Segregação Econômico-social Na Era Da Pós-modernidade. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**. CONPEDI: Salvador, v. 4, n. 1, p. 28, Jan/Jun, 2018. DOI: <<http://dx.doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0030/2018.v4i1.4024>>.

<sup>327</sup> FÁVARO, Heitor Tales de Lima. E-commerce vs geodiscriminação: o que é geoblocking e geopricing? **Jota**, 28 abril 2018. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/geoblocking-geopricing-28042018>>. Acesso em 02 out. 2020.

usuário são justificados. Portanto, as práticas são consideradas abusivas somente quando realizadas sem um motivo juridicamente relevante, critério legítimo ou sem “justa causa”.<sup>328</sup>

*A priori*, a localização do consumidor não é considerada um critério legítimo ou uma justa causa para a diferenciação de preços ou bloqueio de ofertas, porque o espaço geográfico não parece ter pertinência em relação ao estabelecimento dos valores ou disponibilidade de produtos/serviços.<sup>329</sup> Dentro de cada território ou país, existem os mais variados tipos de consumidores, com diferentes padrões econômico-sociais e preferências, o que dificulta a justificação de segmentação dos usuários pelo critério da localização.<sup>330</sup> No entanto, se considerarmos hipóteses em que as condições diferenciadas são oferecidas com bases não discriminatórias (fundamentadas em motivos relevantes/critérios legítimos), não seria razoável impedir a liberdade dos fornecedores de praticar geo-pricing ou geo-blocking. Por exemplo, se um comerciante disponibilizar preços mais baixos ou ofertas diversas para os moradores de uma determinada cidade, com o intuito de comemorar o aniversário deste município, não se vislumbra abusividade na conduta, a princípio.<sup>331</sup>

O que importa, além do motivo juridicamente legítimo que justifique o geo-pricing ou geo-blocking no caso concreto, é que os usuários sejam devidamente informados da coleta dos seus dados de localização e da finalidade para qual serão utilizados,<sup>332</sup> dentro dos parâmetros da boa-fé.<sup>333</sup> Isto é, deve haver transparência na realização das práticas. Vale reiterar: havendo discriminação ilícita dos titulares, a prática é abusiva, independentemente de consentimento ou cumprimento do dever de informar, por violação ao princípio constitucional da igualdade.<sup>334</sup>

---

<sup>328</sup> DIAS, Daniel; NOGUEIRA, Rafaela; QUIRINO, Carina de Castro. Vedação à Discriminação de Preços Sem Justa Causa: uma Interpretação Constitucional e Útil do art. 39, X, do CDC. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 121, p. 51-97, Jan/Fev, 2019. *E-book*.

<sup>329</sup> *Ibidem*.

<sup>330</sup> FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>331</sup> DIAS; NOGUEIRA; QUIRINO, *op. cit.*

<sup>332</sup> *Ibidem*.

<sup>333</sup> VAINZOF, Rony. Geopricing é ilegal? **Jota**, 11 jan. 2017. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/geopricing-e-ilegal-11012017>>. Acesso em 02 out. 2020.

<sup>334</sup> MENDES, Laura Schertel. O Direito Básico do Consumidor à Proteção de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 95, p. 53-75, Set-Out, 2014. *E-book*.

Quando utilizado para fins discriminatórios, o atributo aparentemente inofensivo<sup>335</sup> da localização pode gerar concorrência desleal (pois causa prejuízo aos concorrentes que não se beneficiam da ilicitude), domínio de mercado,<sup>336</sup> “limitação ao livre trânsito de pessoas, com repercussão em outros direitos e garantias fundamentais, como o direito ao lazer e à cultura, sem falar do fortalecimento de preconceitos como resultado indireto.”<sup>337</sup> De fato, essas práticas, quando conduzidas com fins abusivos, devem ser combatidas tal qual qualquer tipo de discriminação injustificada.<sup>338</sup> E conforme supra analisado, a discriminação abusiva é censurada pela Lei Geral de Proteção de Dados (art. 6º, IX) e pelo Código de Defesa do Consumidor (art. 6º, II). De acordo com Bruno Miragem:

No âmbito do mercado de consumo, a proibição à discriminação injusta tem efeito na rejeição de diferenciação entre consumidores em razão de critérios inidôneos ou ilegítimos que tenham por resultado a recusa do fornecimento de produto ou serviço ou a imposição de condições diferenciadas, em violação ao princípio da igualdade. [...] A rigor, o problema da discriminação se estabelece, sobretudo, nas situações em que a distinção por critérios proibidos se dá para impor diferenciação desvantajosa para um determinado grupo, que tanto pode ser uma condição mais onerosa do que a dos demais que não pertencem àquele grupo, quanto restrições de acesso ou de realização de determinados interesses legítimos, infirmando uma desigualdade de tratamento.<sup>339</sup>

É o caso da geodiscriminação abusiva, praticada mediante a segmentação artificial do mercado. A conduta é danosa pois coloca os consumidores em desvantagem competitiva em razão de sua localização.<sup>340</sup> Quando há geodiscriminação, os algoritmos são programados para considerar situações “que

<sup>335</sup> MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**: linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 92-93.

<sup>336</sup> FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>337</sup> BARBOSA, Fernanda Nunes. O Dano Informativo do Consumidor na Era Digital: uma Abordagem a partir do Reconhecimento do Direito do Consumidor como Direito Humano. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 122, p. 203-232, Mar/Abr, 2019. *E-book*.

<sup>338</sup> FORTES; MARTINS; OLIVEIRA, *op. cit.*

<sup>339</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>340</sup> ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 35. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

não guardam relação com o custo do produto ou serviço.”<sup>341</sup> Tratando-se de uma reserva de um quarto de hotel, por exemplo, não existe justificativa plausível para cobrar preços diferentes ou disponibilizar ofertas somente com base na localização do consumidor, que em nada influencia o serviço prestado.<sup>342</sup>

Quando devidamente informados ao titular e justificados com base em critérios objetivos,<sup>343</sup> juridicamente idôneos e legítimos<sup>344</sup> o geo-pricing e o geo-blocking constituem práticas regulares do livre mercado, marcado pela livre iniciativa e liberdade de concorrência.<sup>345</sup> E, de fato, não sendo demonstrada a abusividade da prática, a proibição da diferenciação de preços ou do bloqueio de ofertas em razão da localização implica o risco de que efeitos favoráveis à competitividade sejam indevidamente restringidos.<sup>346</sup> Isto porque, em determinadas situações, a diferenciação de preço é natural e confirma a “necessidade de conferir tratamento isonômico aos consumidores”,<sup>347</sup> visando onerá-los “de maneira proporcional, na exata medida de suas limitações geográficas.”<sup>348</sup>

Para exemplificar essa diferença, faz-se uso de exemplos de geo-pricing que se passam fora do contexto virtual: o McDonald’s, por exemplo, cobra preços diferentes pelos seus lanches ao redor do mundo, em razão do critério legítimo da diferença de custos de mão-de-obra, insumos, tributos, locação, e etc., para cada

---

<sup>341</sup> FÁVARO, Heitor Tales de Lima. E-commerce vs geodiscriminação: o que é geoblocking e geopricing? **Jota**, 28 abril 2018. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/geoblocking-geopricing-28042018>>. Acesso em 02 out. 2020.

<sup>342</sup> FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>343</sup> ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 52. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

<sup>344</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>345</sup> VAINZOF, Rony. Geopricing é ilegal? **Jota**, 11 jan. 2017. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/geopricing-e-ilegal-11012017>>. Acesso em 02 out. 2020.

<sup>346</sup> ZARRA, *op. cit.*, pg. 35-36.

<sup>347</sup> FÁVARO, *op. cit.*

<sup>348</sup> *Ibidem*.

localidade.<sup>349</sup> Por outro lado, é inidôneo que a geolocalização do indivíduo seja utilizada para cobrança de juros mais altos em empréstimos bancários, ou ainda para a negativa de contratação.<sup>350</sup>

Não existe consenso em torno de um rol de justificativas plausíveis para a realização de geo-pricing ou geo-blocking,<sup>351</sup> pois essa averiguação é possível somente no caso concreto. Todavia, os preceitos normativos já analisados podem auxiliar a retirar a subjetividade da interpretação dos conceitos de “justificativas plausíveis”, “critérios legítimos e idôneos” e “motivos juridicamente relevantes”. A realidade é que, a fim de averiguar a idoneidade do critério utilizado como justificativa para a diferenciação, não basta analisá-lo isoladamente - ele deve ser legítimo dentro da sua contextualização.<sup>352</sup> As diferenciações de preço ou disponibilidades de oferta em razão da localização do usuário podem ser lícitas:

- a) quando os custos de fabricação de um produto ou prestação de um serviço variam a depender do espaço geográfico em que são fornecidos;<sup>353</sup>
- b) se são devidas a diferenças no valor, qualidade ou disponibilidade do transporte, que encarece ou inviabiliza o envio de um produto ou desempenho de um serviço para determinada localidade;<sup>354</sup>
- c) nos casos em que há obrigação legal ou contratual, como:
  - i. restrições e particularidades territoriais devidas a direitos de propriedade intelectual<sup>355</sup> ou alcance de direitos de transmissão;

<sup>349</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. O geoprinc e geoblocking e seus efeitos nas relações de consumo. In: FRAZÃO, Ana; MULHOLLAND, Caitlin (coord.) **Inteligência Artificial e Direito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 638-639.

<sup>350</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>351</sup> ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 52. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

<sup>352</sup> MIRAGEM, *op. cit.*

<sup>353</sup> SIMONELLI, Felice. **Combating Consumer Discrimination in the Digital Single Marketing: Preventing Geo-Blocking and other forms of Geo-Discrimination**. Study for the IMCO Committee. Brussels: European Parliament, 2016. p. 13-14. Disponível em <[https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL\\_STU%282016%29587315](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU%282016%29587315)>. Acesso em 20 maio 2020.

<sup>354</sup> FÁVARO, Heitor Tales de Lima. E-commerce vs geodiscriminação: o que é geoblocking e geopricing? **Jota**, 28 abril 2018. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/geoblocking-geopricing-28042018>>. Acesso em 02 out. 2020.

<sup>355</sup> ZARRA, *op. cit.*, pg. 66.

- ii. necessidade de adequação a regras consumeristas locais quanto à disponibilização de ofertas ou publicidade;<sup>356</sup>
  - iii. peculiaridades fiscais ou diferenças em regimes tributários;<sup>357</sup>
  - iv. regulamentos setoriais que restringem “determinadas atividades a uma base territorial específica ou impõem obrigações específicas ao exercício de certas atividades de acordo com a base territorial;”<sup>358</sup>
  - v. proibição ou controle de comercialização de certo produto/serviço (como álcool, tabaco, jogos de azar, entre outros) em determinado espaço geográfico;<sup>359</sup>
- d) quando se tratar de promoção ou desconto comemorativo;<sup>360</sup>
- e) se viabiliza o fornecimento de produtos ou serviços a mercados que, de modo contrário, não seriam servidos<sup>361</sup> - nesses casos, o efeito da diferenciação é positivo, pois permite que mais usuários tenham acesso ao conteúdo.<sup>362</sup>

Se a diferenciação de preço ou o bloqueio de ofertas em razão da localização não se baseiam em diferenças de custo, adequação a direitos legal ou contratualmente estabelecidos, ou demais causas justificadoras de geo-pricing e geo-blocking, são enquadradas como condutas abusivas.<sup>363</sup> Em suma, diz-se que o geo-pricing e o geo-blocking são abusivos e, portanto, ilícitos, quando a localização do

<sup>356</sup> SIMONELLI, Felice. **Combating Consumer Discrimination in the Digital Single Marketing: Preventing Geo-Blocking and other forms of Geo-Discrimination.** Study for the IMCO Committee. Brussels: European Parliament, 2016. p. 13-14. Disponível em <[https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL\\_STU%282016%29587315](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU%282016%29587315)>. Acesso em 20 maio 2020.

<sup>357</sup> MORASSUTTI, Bruno Schmitt. Responsabilidade Civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre as práticas de geoblocking e geopricing. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 124, p. 213-234, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>358</sup> *Ibidem*.

<sup>359</sup> SIMONELLI, *op. cit.*

<sup>360</sup> DIAS, Daniel; NOGUEIRA, Rafaela; QUIRINO, Carina de Castro. Vedação à Discriminação de Preços Sem Justa Causa: uma Interpretação Constitucional e Útil do art. 39, X, do CDC. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 121, p. 51-97, Jan/Fev, 2019. *E-book*.

<sup>361</sup> EUROPEAN COMMISSION. **Geo-blocking practices in e-commerce.** Commission staff working document issues paper presenting initial findings of the e-commerce sector inquiry conducted by the Directorate-General for Competition. Bruxelas, 2016. p. 34-35. Disponível em <[https://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce\\_sw\\_d\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce_sw_d_en.pdf)>. Acesso em 16 jun. 2020.

<sup>362</sup> ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU.** 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 45. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.

<sup>363</sup> *Ibidem*, pg. 35-36.

usuário não influencia - ou não deveria influenciar - diretamente a venda do produto ou a prestação do serviço.<sup>364</sup> Se os titulares estão em idêntica condição enquanto consumidores, a sua localização não deve ser um fator para diferenciar preços ou disponibilizar ofertas, sob pena de configurar-se prática discriminatória.<sup>365</sup>

O tratamento de dados deve ser pautado na segurança, isto é, deve ser assegurada a integridade dos dados e a preservação da privacidade de seus titulares,<sup>366</sup> de acordo com o art. 46 da Lei Geral de Proteção de Dados. Nesse sentido, constatada a abusividade, é possível cogitar a responsabilização solidária dos agentes envolvidos (tanto o agente da prática do geo-pricing ou geo-blocking, como também os provedores de conteúdo)<sup>367</sup> em indenizar os danos ocasionados - morais e/ou patrimoniais -, sendo deles o ônus de demonstrar a existência de justa causa para a realização de geo-pricing ou geo-blocking, isto é, a inexistência de abusividade.<sup>368</sup> Assim se depreende do artigo 42, § 1º, I, II, artigo 43, II, e artigo 44 da Lei Geral de Proteção de Dados, bem como dos artigos 12 e 14 do Código de Defesa do Consumidor, e artigo 187 do Código Civil.

A despeito da inexistência de regulação específica acerca da matéria, percebe-se que o ordenamento jurídico brasileiro permite a condução de casos concretos de geo-pricing e geo-blocking,<sup>369</sup> inclusive no que diz respeito ao regime de

---

<sup>364</sup> FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>365</sup> *Ibidem*.

<sup>366</sup> MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

<sup>367</sup> ANDRADE, Sinara Lacerda; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Geo-pricing: Uma Análise Jurídica Das Relações De Consumo No E-commerce E Da Segregação Econômico-social Na Era Da Pós-modernidade. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**. CONPEDI: Salvador, v. 4, n. 1, p. 28-29, Jan/Jun, 2018. DOI: <<http://dx.doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0030/2018.v4i1.4024>>.

<sup>368</sup> MORASSUTTI, Bruno Schimitt. Responsabilidade Civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre as práticas de geoblocking e geopricing. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 124, p. 213-234, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>369</sup> À título ilustrativo, vale confrontar, brevemente, as práticas do geo-pricing e do geo-blocking em face das normas de integração e de liberalização do comércio do Mercosul. O bloco tem como objetivo alcançar um mercado comum, o que não se sustenta sem a eliminação de barreiras comerciais físicas e digitais, como a geodiscriminação. *A priori*, não se vislumbra situações as quais justifiquem a cobrança de preços diversos ou o bloqueio de ofertas em razão da nacionalidade, uma vez que isso, além de desrespeitar a igualdade entre os cidadãos dos diferentes países do bloco, prejudica a almejada integração do mercado. Portanto, preliminarmente, pode ser depreendida a abusividade das condutas de geo-pricing e geo-blocking também no contexto do Mercosul, ressalvadas as hipóteses baseadas em condições legítimas e idôneas, conforme já analisado. Sobre

responsabilidade civil aplicável.<sup>370</sup> Todavia, é necessário que haja regulamentação da matéria, bem como coibição das práticas em casos nos quais se vislumbrem condutas ilícitas e abusivas. Caso contrário, os controladores sentir-se-ão compelidos a praticá-las para potencializar seus lucros. Quando não há intervenção do direito, práticas discriminatórias e anticompetitivas tendem a tornar-se regra no comércio eletrônico.<sup>371</sup> Nesse sentido, a regulação do assunto é fundamental não somente para a proteção dos consumidores e titulares dos dados, mas também para a proteção do ambiente regular do mercado, livre do controle absoluto da mão digital das empresas de tecnologia.<sup>372</sup> Frisa-se que a ordem econômica somente pode ser integralmente preservada quando observados todos os princípios elencados nos incisos do artigo 170 da Constituição.<sup>373</sup>

### 3.1.4 Caso Decolar.com

Talvez o caso mais emblemático no Brasil acerca das problemáticas seja o da empresa Decolar.com. O Ministério Público do Rio de Janeiro ajuizou, em janeiro de 2018, ação civil pública contra a sociedade pelas práticas de geo-pricing e geo-blocking com o fundamento de que a Decolar teria se utilizado “de tecnologia de informação para ativamente discriminar consumidores com base em sua origem geográfica e/ou nacionalidade para manipular as ofertas de hospedagem em hotéis, alterando o preço e a disponibilidade de ofertas conforme a origem do consumidor.”<sup>374</sup>

A ação, que tramita sob o número 0018051-27.2018.8.19.0001, foi baseada no inquérito civil instaurado a partir de representação do Booking.com. O concorrente apresentou provas de que a Decolar estaria privilegiando consumidores estrangeiros,

---

o assunto, ver: FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019.

<sup>370</sup> MORASSUTTI, Bruno Schmitt. Responsabilidade Civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre as práticas de geoblocking e geopricing. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 124, p. 213-234, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

<sup>371</sup> FORTES; MARTINS; OLIVEIRA, *op. cit.*

<sup>372</sup> A Autoridade Nacional de Proteção de Dados poderá e deverá ter relevante atuação nesse sentido, regulando e colocando balizas, *a priori*, às condutas dos controladores e operadores de dados.

<sup>373</sup> *Ibidem*.

<sup>374</sup> MPRJ AJUÍZA AÇÃO INÉDITA CONTRA EMPRESA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO - DECOLAR.COM. **MPRJ**, 04 fev. 2018. Disponível em <<http://www.mprj.mp.br/home/-/detalhe-noticia/visualizar/54503>>. Acesso em 01 out. 2020.

em detrimento dos brasileiros, “através do bloqueio de ofertas em determinados hotéis e da cobrança de preços superiores em hotéis que estavam disponíveis.”<sup>375</sup> Foram efetuadas buscas por hospedagem, simultaneamente, por tabeliões de cartórios de notas situados no Rio de Janeiro e em Buenos Aires, as quais demonstraram que diversas ofertas foram bloqueadas no território brasileiro e liberadas na Argentina. Ao passo que, quando as ofertas eram disponibilizadas para ambos, os preços oferecidos ao oficial brasileiro eram significativamente superiores aos preços ofertados ao argentino para hotéis e períodos de hospedagem idênticos. Além disso, peritos do MPRJ também coletaram evidências de diferenciação de preço discriminatória entre consumidores estadunidenses e brasileiros em relação a hotéis localizados na Europa.<sup>376</sup>

De acordo com as investigações realizadas, a discriminação era realizada mediante a coleta e registro da localização do consumidor, a partir do endereço IP do dispositivo, como um elemento representativo para precificação diferenciada ou disponibilização de ofertas. Além disso, a empresa fornecia, em sua plataforma digital, uma ferramenta que possibilitava aos próprios hotéis a elaboração diferenciada de ofertas por nacionalidade do usuário, permitindo escolher a quem oferecer descontos dependendo do IP utilizado, em detrimento de consumidores brasileiros.<sup>377</sup>

Em razão disso, na inicial da ação civil pública, o MPRJ alegou que a Decolar desrespeitou os direitos básicos à não-discriminação e à informação (art. 6º, II, III, CDC e art. 7º do Marco Civil da Internet), uma vez que os consumidores não foram informados sobre a captação de informações relativas ao seu endereço IP, e nem sobre “o fato de que a informação relativa à localização geográfica seria utilizada para a precificação de serviços, nem para a disponibilização e bloqueio de ofertas.”<sup>378</sup> Foi imputada, também, violação às regras de vedação à discriminação de preços entre consumidores nacionais e estrangeiros (art. 6º, II, IV, e art. 39, V, X, ambos do CDC)

---

<sup>375</sup> MUNIZ, Mariana. Decolar.com é acusado pelo MPRJ de priorizar clientes estrangeiros. **Jota**, 06 fev. 2018. Disponível em <<https://www.jota.info/justica/decolar-com-e-acusado-pelo-mprij-de-priorizar-clientes-estrangeiros-06022018>>. Acesso em 15 maio 2020.

<sup>376</sup> MPRJ AJUIZA AÇÃO INÉDITA CONTRA EMPRESA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO - DECOLAR.COM. **MPRJ**, 04 fev. 2018. Disponível em <<http://www.mprj.mp.br/home/-/detalhe-noticia/visualizar/54503>>. Acesso em 01 out. 2020.

<sup>377</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. O geoprinc e geoblocking e seus efeitos nas relações de consumo. In: FRAZÃO, Ana; MULHOLLAND, Caitlin (coord.) **Inteligência Artificial e Direito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 636-637.

<sup>378</sup> BARBOSA, Fernanda Nunes. O Dano Informativo do Consumidor na Era Digital: uma Abordagem a partir do Reconhecimento do Direito do Consumidor como Direito Humano. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 122, p. 203-232, Mar/Abr, 2019. *E-book*.

e de vedação à recusa de oferta de serviços aos consumidores brasileiros (art. 6º, II, IV, e art. 39, II, IX, ambos do CDC). O Ministério Público apontou, ainda, infração ao princípio da neutralidade da rede (art. 9º do Marco Civil da Internet), porquanto não houve tratamento isonômico dos dados, bem como o cometimento de publicidade enganosa, visto que a empresa promete “a garantia de menor preço, mas manipula as ofertas conforme a origem geográfica do consumidor através de sua mão digital.”<sup>379</sup>

O MPRJ registrou que a empresa atua como intermediária processando os dados dos consumidores, e aproximando-os de fornecedores para a celebração de negócios jurídicos *online*, assumindo o dever de minimizar os riscos dessas operações por meio da elaboração de mecanismos de proteção aos usuários que utilizam seus serviços. Assim, deve responder objetivamente pela prática abusiva constatada e pelas falhas na prestação do serviço. Nesse sentido, foi pedido, liminarmente, que a Decolar.com se abstinhasse de discriminar injustificadamente os consumidores brasileiros por meio de geo-pricing e geo-blocking; e mantivesse cadastro dos clientes que sofreram geodiscriminação para assegurar o cumprimento da ordem judicial. Por fim, foi requerida a condenação da empresa ao pagamento de danos morais e materiais aos consumidores lesados individualmente considerados; e à reparação de danos morais coletivos no valor de R\$ 57 milhões.<sup>380</sup>

Até o momento, a liminar foi indeferida pela Vara Empresarial da Comarca do Rio de Janeiro, decisão mantida pela Vigésima Sétima Câmara Cível do TJRJ no julgamento do Agravo de Instrumento interposto pelo Ministério Público.<sup>381</sup> A ação tramita em segredo de justiça,<sup>382</sup> estando o mérito do caso pendente de julgamento.<sup>383</sup>

<sup>379</sup> MPRJ AJUÍZA AÇÃO INÉDITA CONTRA EMPRESA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO - DECOLAR.COM. **MPRJ**, 04 fev. 2018. Disponível em <<http://www.mprj.mp.br/home/-/detalhe-noticia/visualizar/54503>>. Acesso em 01 out. 2020.

<sup>380</sup> *Ibidem*.

<sup>381</sup> RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. Agravo de Instrumento 008914-24.2018.8.19.0000. Agravante: Ministério Público do Estado do Rio De Janeiro/MPRJ. Agravado: Decolar.com LTDA. Relator: Des. João Batista Damasceno. Rio de Janeiro, 12 dez. 2018. Disponível em <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=000406C2CABE150B1E5E887CF20609CD30D0C5093840500D&USER=>>>. Acesso em 01 out. 2020.

<sup>382</sup> A fim de anular a decisão que decretou o sigilo, o MPRJ impetrou Mandado de Segurança, o qual foi denegado pela Vigésima Sétima Câmara Cível do TJRJ. Contra o acórdão denegatório, o MP interpôs o Recurso em MS n. 61.306, pendente de julgamento no STJ. Ver: MPRJ ENTRA COM MANDADO DE SEGURANÇA PARA ANULAR SEGREDO DE JUSTIÇA EM AÇÃO CONTRA DECOLAR.COM. **MPRJ**, 03 jul. 2018. Disponível em <<http://www.mprj.mp.br/home/-/detalhe-noticia/visualizar/61905>>. Acesso em 01 out. 2020.

<sup>383</sup> MUNIZ, Mariana. Decolar.com é acusado pelo MPRJ de priorizar clientes estrangeiros. **Jota**, 06 fev. 2018. Disponível em <<https://www.jota.info/justica/decolar-com-e-acusado-pelo-mprj-de-priorizar-clientes-estrangeiros-06022018>>. Acesso em 15 maio 2020.

O Booking.com afirmou que seu interesse ao denunciar as práticas é em combater as práticas discriminatórias anticompetitivas, a fim de regular o mercado. A empresa comunicou, ainda, que seus demais concorrentes também praticam geo-pricing e geo-blocking, comprometendo-se a apresentar evidências a respeito dos *websites* Expedia, Submarino, Hotel Urbano e Hoteis.com.<sup>384</sup> Foram instauradas investigações em relação as demais empresas, sendo certo que o MPRJ já ajuizou, em dezembro de 2018, uma ação civil pública contra o Hotel Urbano pela discriminação de consumidores brasileiros através da cobrança de preços superiores em comparação aos demais usuários com base na localização (geo-pricing).<sup>385</sup>

Essas ações, notadamente a ajuizada em face da Decolar.com, podem ser consideradas *leading cases*. Isto é, consistindo na primeira vez que a justiça brasileira pronunciar-se-á sobre o tema, esses casos servirão de parâmetro e referência acerca do entendimento do geo-pricing e do geo-blocking no Brasil.<sup>386</sup>

Vale referir que, em junho de 2018, a Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), órgão do Ministério da Justiça, aplicou uma multa de R\$ 7,5 milhões à Decolar.com pela prática abusiva e discriminatória de “diferenciação de preço de acomodações e negativa de oferta de vagas, quando existentes, de acordo com a localização geográfica do consumidor.”<sup>387</sup> Pela violação aos artigos 4º, *caput*, I, III; 6º, II, III, IV; e 39, II, IX, X, do Código de Defesa do Consumidor, foi determinado que a empresa cessasse imediatamente a prática, sob pena de suspensão da atividade e retirada do *website* do ar.<sup>388</sup>

No relatório que acompanhou a imposição da sanção, foi concluído que

ao precificar – ou permitir que se precifique – o serviço de acomodação de acordo com a localização geográfica do usuário, a Decolar.com se conduz de forma a extrapolar o direito de precificar (ou permitir que serviço por ele

<sup>384</sup> MP/RJ ACUSA DECOLAR.COM DE MANIPULAR PREÇOS PARA DISCRIMINAR BRASILEIROS. **Migalhas**, 7 fev. 2018. Disponível em <[migalhas.com.br/quentes/273955/mp-rj-acusa-decolarcom-de-manipular-precos-para-discriminar-brasileiros](http://migalhas.com.br/quentes/273955/mp-rj-acusa-decolarcom-de-manipular-precos-para-discriminar-brasileiros)>. Acesso em 15 maio 2020.

<sup>385</sup> MPRJ OBTÉM DEFERIMENTO PARCIAL DE ANTECIPAÇÃO DE TUTELA EM AÇÃO AJUIZADA CONTRA A HOTEL URBANO PELA PRÁTICA DE 'GEO-PRICING'. **MPRJ**, 25 jul. 2019. Disponível em <<https://www.mprj.mp.br/home/-/detalhe-noticia/visualizar/74717>>. Acesso em 15 out. 2020.

<sup>386</sup> DECOLAR.COM É MULTADA EM R\$ 7,5 MILHÕES POR DIFERENCIAÇÃO DE PREÇO. **O Globo**, Rio de Janeiro, 18 jun. 2018. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/economia/defesa-do-consumidor/decolarcom-multada-em-75-milhoes-por-diferenciacao-de-preco-22794582>>. Acesso em 15 maio 2020.

<sup>387</sup> BRASIL. Ministério da Justiça, Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. Despacho n. 299/2018. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 jun. 2018, ed. 115, seção 1, página 73. Disponível em <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=18/06/2018&jornal=515&pagina=73>>. Acesso em 15 maio 2020.

<sup>388</sup> *Ibidem*.

anunciado seja precificado) de acordo com as práticas do mercado. Com efeito, não se justifica, e nem é prática usual, o estabelecimento de preços diferentes de serviços que são prestados no mesmo local e nas mesmas condições a qualquer consumidor que esteja disposto a pagar por esses serviços. Quanto à não exibição da disponibilidade total de acomodações, a infração à ordem jurídica é ainda mais evidente: a Decolar.com extrapola de seu direito de praticar o comércio e de ofertar o produto, prejudicando o consumidor brasileiro, ao não mostrar serviço que não queira vender a determinado consumidor (no caso, o consumidor brasileiro). Isso porque o favorecimento (ou desfavorecimento), bem como a discriminação por conta de etnia, localização geográfica ou qualquer outra característica extrínseca ao ato comercial causa desequilíbrio no mercado e nas relações de consumo.<sup>389</sup>

A Decolar.com, em sua defesa, negou a prática de condutas abusivas. A empresa afirmou que foram “comparados mercados distintos [Argentina e Brasil], sujeitos a legislações, regulamentos e precificação diferentes.”<sup>390</sup> Ressaltou, ainda, que está contribuindo para o deslinde da questão, fornecendo todas as informações solicitadas pelas autoridades administrativas e judiciárias, e que “irá recorrer nas etapas cabíveis, a fim de provar, inclusive no Judiciário, que não pratica geopricing.”<sup>391</sup>

---

<sup>389</sup> DECOLAR.COM É MULTADA POR PRÁTICA DE GEO PRICING E GEO BLOCKING. **Ministério da Justiça e Segurança Pública**, Governo Federal do Brasil. Brasília, 18 jun. 2018. Disponível em <<https://www.justica.gov.br/news/collective-nitf-content-51>>. Acesso em 15 maio 2020.

<sup>390</sup> DECOLAR.COM É MULTADA EM R\$ 7,5 MILHÕES POR DIFERENCIAÇÃO DE PREÇO. **O Globo**, Rio de Janeiro, 18 jun. 2018. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/economia/defesa-do-consumidor/decolarcom-multada-em-75-milhoes-por-diferenciacao-de-preco-22794582>>. Acesso em 15 maio 2020.

<sup>391</sup> *Ibidem*.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o presente trabalho, objetivou-se analisar, à luz da disciplina da proteção de dados pessoais, as práticas de geo-pricing e geo-blocking e o seu enquadramento no ordenamento jurídico nacional. A pesquisa, embasada na doutrina e na legislação pertinentes ao tema, foi dividida em dois capítulos.

Na primeira parte, foi abordada a disciplina da proteção de dados pessoais. A partir de uma breve exposição acerca da evolução das tecnologias da informação e da comunicação, examinou-se a construção do direito fundamental à proteção de dados. O direito à proteção de dados surgiu como uma extensão do direito à privacidade e desenvolveu-se até originar um direito fundamental autônomo, o qual concede ao titular o poder de controlar o fluxo de seus dados, ao mesmo tempo em que o protege contra os riscos do tratamento.

Na sequência, foi apresentada a evolução das bases normativas acerca da matéria, tanto no contexto global, quanto no brasileiro. No que diz respeito ao Brasil, identificaram-se as normas pertinentes à proteção de dados pessoais, culminando em uma análise dos principais aspectos da Lei Geral de Proteção de Dados: seus fundamentos, princípios e preceitos elementares. Neste ponto, demonstrou-se, ainda, que a sofisticação da coleta e do tratamento das informações originada pelo progresso tecnológico das últimas décadas viabiliza a utilização de dados pessoais para a discriminação de seus titulares.

O segundo capítulo investigou a geolocalização e como ela pode ser utilizada para segmentar e/ou discriminar usuários, por meio das condutas de geo-pricing e geo-blocking. As práticas, que consistem, respectivamente, na diferenciação de preços e bloqueio de ofertas em razão da localização do titular, foram analisadas a partir de seu conceito e de sua aceção global. Internacionalmente, a tendência é pela restrição ou eliminação das práticas, o que é ilustrado a partir da promulgação do Regulamento de Geo-blocking europeu.

No contexto brasileiro, a partir do cotejo da legislação e da doutrina pertinentes, concluiu-se pela ilicitude, *a priori*, das práticas. Isto porque, quando o espaço geográfico do titular não tem pertinência em relação ao estabelecimento dos valores ou disponibilidade de produtos/serviços, a discriminação é abusiva, por infração à ordem econômica (art. 170, CF; e art. 36, III, § 3º, X, Lei 12.529), bem como por violação do princípio constitucional da igualdade (art. 5º, *caput*, CF) e dos princípios

infraconstitucionais da boa-fé (art. 6º, *caput*, LGPD), da finalidade (art. 6º, I, LGPD), transparência (art. 6º, VI, LGPD; art. 6º, III, CDC; e art. 7º, VIII, Marco Civil da Internet), não discriminação (art. 6º, IX, LGPD; e art. 6º, II, CDC) e neutralidade da rede (artigos 3º, IV, e 9º, Marco Civil da Internet).

No entanto, quando as condutas não têm bases discriminatórias, isto é, quando são alicerçadas em motivos juridicamente relevantes/idôneos, e são realizadas com transparência, de modo que o titular seja plenamente informado acerca de todas as circunstâncias do tratamento, podem ser consideradas lícitas. É impossível elaborar um rol exaustivo de justas causas para a realização de geo-pricing e geo-blocking, pois a ausência de abusividade da conduta somente pode ser aferida no caso concreto. No entanto, exemplificativamente, alguns dos critérios legítimos para a realização de geo-pricing e geo-blocking consistem em quando os custos de fabricação ou transporte de um produto ou prestação de um serviço variam ou inviabilizam o seu fornecimento dependendo da localização do titular; nos casos em que há obrigação legal ou contratual (restrições devidas a direitos de propriedade intelectual; alcance de direitos de transmissão; necessidade de adequação a regras consumeristas, regimes tributários ou regulamentos setoriais diversos; proibição ou controle de comercialização de certo produto/serviço em determinado território); quando se tratar de promoção ou desconto comemorativo; ou se é viabilizado o fornecimento de produtos ou serviços a mercados que, de modo contrário, não seriam servidos.

Ainda que a matéria não tenha sido regulamentada especificamente, constatou-se que o ordenamento jurídico nacional oferece orientações adequadas, mesmo que perfunctórias, para a resolução de casos concretos, inclusive no que diz respeito ao regime jurídico de responsabilidade civil aplicável. No entanto, a fim de delimitar concretamente as balizas interpretativas acerca do assunto e combater adequadamente as modalidades abusivas de geo-pricing e geo-blocking, é necessário, ao exemplo da União Europeia, que se regule a matéria.

Nesse sentido, extremamente relevante é o caso da Decolar.com, analisado ao final do segundo capítulo. O julgamento da ação civil pública ajuizada pelo Ministério Público do Rio de Janeiro contra a empresa pela realização abusiva de geo-pricing e geo-blocking certamente servirá de parâmetro para a interpretação da matéria no âmbito nacional, porquanto consiste na primeira vez em que a justiça brasileira pronunciar-se-á sobre o tema.

## REFERÊNCIAS

- ABOUT THE ACM ORGANIZATION. **ACM**, Disponível em <<https://www.acm.org/about-acm/about-the-acm-organization>>. Acesso em 06 out. 2020.
- ANDRADE, Sinara Lacerda; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Geo-pricing: uma Análise Jurídica das Relações de Consumo no E-commerce e da Segregação Econômico-social na Era da Pós-modernidade. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Salvador, v. 4, n. 1, p. 21-38, Jan/Jun, 2018. DOI: <<http://dx.doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0030/2018.v4i1.4024>>.
- BANERJEE, Syagnik; DHOLAKIA, Ruby Roy. Mobile Advertising: Does Location Based Advertising Work? **International Journal of Mobile Marketing**, Dec. 2008. Disponível em <<http://ssrn.com/abstract=2135087>>. Acesso em 14 maio 2020.
- BARBOSA, Fernanda Nunes. O Dano Informativo do Consumidor na Era Digital: uma Abordagem a Partir do Reconhecimento do Direito do Consumidor como Direito Humano. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 122, p. 203-232, Mar/Abr, 2019. *E-book*.
- BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Reimpr. Rio de Janeiro: Forense, 2019.
- BIONI, Bruno Ricardo; ALVES, Fabrício da Mota. A importância da PEC de proteção de dados mesmo após o histórico julgamento do STF. **Jota**, 16 jun. 2020. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/a-importancia-da-pec-de-protecao-de-dados-mesmo-apos-o-historico-julgamento-do-stf-16062020>>. Acesso em 16 out. 2020.
- BOCARD, Taysa. O Que É Geolocalização? Saiba Porque Usar no Seu Aplicativo. **Usemobile**, 04 nov. 2019. Disponível em <<https://usemobile.com.br/geolocalizacao-guia/#:~:text=Em%20suma%2C%20geolocaliza%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20a,a%20partir%20de%20coordenadas%20geogr%C3%A1ficas.>>. Acesso em 03 out. 2020.
- BRANDÃO, Bruna. O que é geolocalização: como essa tecnologia revolucionou o cotidiano de tantas pessoas e empresas? **Maplink**, 04 mar. 2020. Disponível em <<https://maplink.global/blog/o-que-e-geolocalizacao/>>. Acesso em 03 out. 2020.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)>. Acesso em 08 out. 2020.
- BRASIL. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)>. Acesso em 11 out. 2020.

BRASIL. **Lei 12.414, de 9 de junho de 2011**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12414.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12414.htm)>. Acesso em 11 out. 2020.

BRASIL. **Lei n. 12.529, de 30 de novembro de 2011**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm)>. Acesso em 10 out. 2020.

BRASIL. **Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm)>. Acesso em 09 out. 2020.

BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. 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 09 out. 2020.

BRASIL. Ministério da Justiça, Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. Despacho n. 299/2018. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 de jun. de 2018, ed. 115, seção 1, página 73. Disponível em <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=18/06/2018&jornal=515&pagina=73>>. Acesso em 15 maio 2020.

BRASÍLIA. Supremo Tribunal Federal. Referendo na Medida Cautelar na Ação Direta de Inconstitucionalidade 6.389. Requerente: Partido Socialista Brasileiro. Intdo.: Presidente da República. Relatora: Ministra Rosa Weber. Voto Vogal do Ministro Gilmar Mendes. Brasília, 06-07 maio 2020. Disponível em <<https://www.conjur.com.br/dl/pandemia-reforca-necessidade-protecao.pdf>>. Acesso em 10 out. 2020.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. TIC Domicílios 2019: pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros. **Cetic.br**, 26 maio 2020. Disponível em <[https://cetic.br/media/analises/tic\\_domicilios\\_2019\\_coletiva\\_imprensa.pdf](https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf)>. Acesso em 16 set. 2020.

COMO O GOOGLE USA AS INFORMAÇÕES DE LOCALIZAÇÃO. **Google Privacidade & Termos**. Disponível em <<https://policies.google.com/technologies/location-data?hl=pt-BR>>. Acesso em 16 set. 2020.

COSTA, Judith Martins. **A boa-fé no direito privado**: critérios para a sua aplicação. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

CRESPO, Danilo Leme; FILHO, Dalmo Ribeiro. A Evolução Legislativa Brasileira Sobre a Proteção de Dados Pessoais: a importância da promulgação da Lei Geral De Proteção De Dados Pessoais. **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 98, Mar/Abr, 2019. p. 161-186. *E-book*.

DECOLAR.COM É MULTADA EM R\$ 7,5 MILHÕES POR DIFERENCIAÇÃO DE PREÇO. **O Globo**, Rio de Janeiro, 18 jun. 2018. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/economia/defesa-do-consumidor/decolarcom-multada-em-75-milhoes-por-diferenciacao-de-preco-22794582>>. Acesso em 15 maio 2020.

DECOLAR.COM É MULTADA POR PRÁTICA DE GEO PRICING E GEO BLOCKING. **Ministério da Justiça e Segurança Pública**, Governo Federal do Brasil. Brasília, 18 jun. 2018. Disponível em <<https://www.justica.gov.br/news/collective-nitf-content-51>>. Acesso em 15 maio 2020.

DENÚNCIAS DE SNOWDEN REVELAM AMPLO MONITORAMENTO. **Em Discussão – Senado Federal**. Ano 5, n. 21, Jul 2014. Disponível em <[www12.senado.leg.br/emdiscussao/edicoes/espionagem-cibernetica/contexto-a-guerra-nao-declarada/denuncias-de-snowden-revelam-amplo-monitoramento](http://www12.senado.leg.br/emdiscussao/edicoes/espionagem-cibernetica/contexto-a-guerra-nao-declarada/denuncias-de-snowden-revelam-amplo-monitoramento)>. Acesso em 23 nov. 2020.

DIAS, Daniel; NOGUEIRA, Rafaela; QUIRINO, Carina de Castro. Vedação à Discriminação de Preços Sem Justa Causa: uma Interpretação Constitucional e Útil do art. 39, X, do CDC. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 121, p. 51-97, Jan/Fev, 2019. *E-book*.

DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* Disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/215543393/v2/page/1>>.

DUCH-BROWN, Néstor; MARTENS, Bertin. **The Economic Impact of Removing GeoBlocking Restrictions in the EU Digital Single Market**. Institute for Prospective Technological Studies, Joint Research Centre. Digital Economy Working Paper 2016/02. European Commission. Disponível em <<https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC101100.pdf>>. Acesso em 23 maio 2020.

EARLE, Sabrina. The Battle against Geo-Blocking: The Consumer Strikes Back. **Richmond Journal of Global Law and Business**, v. 15, n. 1, p. 1-20, 2016. Disponível em <<https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/rjnglbs15&i=9>>. Acesso em 01 jun. 2020.

EUROPEAN COMMISSION. Geo-blocking Frequently Asked Questions, 27 de jul. de 2018. Site da European Commission. Disponível em <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/faq/geo-blocking-faq>>. Acesso em 26 maio 2020.

EUROPEAN COMMISSION. **Geo-blocking practices in e-commerce**. Commission staff working document issues paper presenting initial findings of the e-commerce sector inquiry conducted by the Directorate-General for Competition. Bruxelas, 2016. Disponível em <[https://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce\\_swd\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce_swd_en.pdf)>. Acesso em 16 jun. 2020.

EUROPEAN UNION. **Convention 108** of the Council of Europe for the protection of individuals with regard to the processing of personal data. Disponível em

<[https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014\\_2019/plmrep/COMMITTEES/LIBE/DV/2018/09-10/Convention\\_108\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/COMMITTEES/LIBE/DV/2018/09-10/Convention_108_EN.pdf)>. Acesso em 09 out. 2020.

EUROPEAN UNION. **Directive 95/46/EC** of the European Parliament and of the The Council of 24 October 1995 on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data. Disponível em <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:31995L0046&from=EN>>. Acesso em 09 out. 2020.

EUROPEAN UNION. **Regulation (EU) 2016/679** of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). Disponível em <<https://gdpr-info.eu/>>. Acesso em 15 jul. 2020.

EUROPEAN UNION. **Regulation (EU) 2018/302** of the European Parliament and of the Council of 28 February 2018 on addressing unjustified geo-blocking and other forms of discrimination based on customers' nationality, place of residence or place of establishment within the internal market. Disponível em <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0302&from=EN>>. Acesso em 26 maio 2020.

EZRACHI, Ariel; STUCKE, Maurice E. **Virtual Competition: The Promise and Perils of Algorithm-Driven Economy**. Cambridge, EUA: Harvard University Press, 2016. *E-book*.

FANJUL, Sergio C. Na verdade, o que [...] é exatamente um algoritmo? **El País**, 20 mar. 2018. Disponível em <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/30/tecnologia/1522424604\\_741609.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/30/tecnologia/1522424604_741609.html)>. Acesso em 19 out. 2020.

FÁVARO, Heitor Tales de Lima. E-commerce vs geodiscriminação: o que é geoblocking e geopricing? **Jota**, 28 abril 2018. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/geoblocking-geopricing-28042018>>. Acesso em 02 out. 2020.

FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O Consumidor Contemporâneo no Show de Truman: a Geodiscriminação Digital como Prática Ilícita no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 235-260, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

FRAZÃO, Ana. Algoritmos e inteligência artificial. **Jota**, 15 maio 2018. Disponível em <[https://www.jota.info/paywall?redirect\\_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018](https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018)>. Acesso em 13 out. 2020.

FRAZÃO, Ana. Data-driven economy e seus impactos sobre os direitos de personalidade. **Jota**, 17 jul. 2018. Disponível em <[https://www.jota.info/paywall?redirect\\_to=//www.jota.info/opiniao-e](https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e)>

analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/data-driven-economy-e-seus-impactos-sobre-os-direitos-de-personalidade-17072018>. Acesso em 14 out. 2020.

FRAZÃO, Ana. Fundamentos da proteção de dados pessoais: noções introdutórias para a compreensão da importância da lei geral de proteção de dados. In: TEPEDINO, Gustavo; FRAZÃO, Ana; OLIVA, Milena Donato (coord.). **Lei Geral de proteção de dados pessoais e suas repercussões no direito brasileiro**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 23-52.

GEOLOCALIZAÇÃO. In: **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa**, 2008-2020. Disponível em <<https://dicionario.priberam.org/geolocalizacao>>. Acesso em 03 out. 2020.

GLOBAL MODE DROPPED AFTER LEGAL ACTION. **RNZ**, 24 jun. 2015. Disponível em <<https://www.rnz.co.nz/news/national/277042/global-mode-dropped-after-legal-action>>. Acesso em 07 out. 2020.

GOGONI, Ronaldo. O que é GPS? **Tecnoblog**. Disponível em <<https://tecnoblog.net/312677/o-que-e-gps/>>. Acesso em 03 out. 2020.

GOGONI, Ronaldo. Qual a diferença entre GPS, A-GPS e GLONASS? **Tecnoblog**. Disponível em <<https://tecnoblog.net/265818/qual-a-diferenca-entre-gps-a-gps-e-glonass/>>. Acesso em 03 out. 2020.

GOOGLE CONFIRMA COMPRA DO WAZE POR US\$ 1,3 BILHÃO. **Gaúcha ZH**, 11 jun. 2013. Disponível em <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2013/06/google-confirma-compra-do-waze-por-us-1-3-bilhao-4166532.html>>. Acesso em 04 out. 2020.

KSHETRI, Nir. Big Data's Impact on Privacy, Security, and Consumer Welfare. **Telecommunications Policy**, v. 38, n. 11, 2014. DOI: <<https://doi.org/10.1016/j.telpol.2014.10.002>>.

MARQUES, Cláudia Lima, **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 9. ed. São Paulo, Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book* Disponível em <<https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/title/rt/monografias/100078314/v9/page/1>>.

MARTINS, Guilherme Magalhães. O geoprincípio e geoblocking e seus efeitos nas relações de consumo. In: FRAZÃO, Ana; MULHOLLAND, Caitlin (coord.) **Inteligência Artificial e Direito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 633-650.

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor. Generational development of data protection in Europe. In: AGRE, Phillip E.; ROTENBERG, Marc (orgs). **Technology and Privacy: The New Landscape**. Cambridge: The MIT Press, 1997. p. 219-242. *E-book*.

MENDES, Laura Schertel. A Vulnerabilidade do Consumidor quanto ao Tratamento de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 102, p. 19-43, Nov/Dez, 2015. *E-book*.

MENDES, Laura Schertel. Decisão histórica do STF reconhece direito fundamental à proteção de dados pessoais. **Jota**, 10 maio 2020. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/decisao-historica-do-stf-reconhece-direito-fundamental-a-protecao-de-dados-pessoais-10052020>>. Acesso em 15 out. 2020.

MENDES, Laura Schertel. O Diálogo Entre o Marco Civil da Internet e o Código de Defesa do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 106, p. 37-69, Jul/Ago, 2016. *E-book*.

MENDES, Laura Schertel. O Direito Básico do Consumidor à Proteção de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 95, p. 53-75, Set/Out, 2014. *E-book*.

MENDES, Laura Schertel. O Direito Fundamental à Proteção de Dados Pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 79, p. 45-81, Jul/Set, 2011. *E-book*.

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

MENDES, Laura Schertel; BIONI, Bruno R. O Regulamento Europeu de Proteção de Dados Pessoais e a Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira: Mapeando Convergências na Direção de um Nível de Equivalência. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 124, p. 157-180, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo. Comentário à Nova Lei de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018): O Novo Paradigma da Proteção de Dados no Brasil. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 120, p. 555-587, Nov/Dez, 2018. *E-book*.

MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo. Reflexões Iniciais Sobre a Nova Lei Geral de Proteção de Dados. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 120, p. 469-483, Nov/Dez, 2018. *E-book*.

MIKIANS, Jakub; et al. Detecting Price and Search Discrimination on the Internet. In: ASSOCIATION FOR COMPUTING MACHINERY (org.). **Proceedings of the 11th ACM Workshop on Hot Topics in Networks**. Nova Iorque, 2012. p. 79-84. Disponível em <<https://doi.org/10.1145/2390231.2390245>>. Acesso em 25 maio 2020.

MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais Online**, vol. 1009, p. 173-222, Nov, 2019. Disponível em <<http://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2020.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

MORASSUTTI, Bruno Schimitt. Responsabilidade Civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre as práticas de geoblocking e geopricing. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 124, p. 213-234, Jul/Ago, 2019. *E-book*.

MP/RJ ACUSA DECOLAR.COM DE MANIPULAR PREÇOS PARA DISCRIMINAR BRASILEIROS. **Migalhas**, 07 fev. 2018. Disponível em <[migalhas.com.br/quentes/273955/mp-rj-acusa-decolarcom-de-manipular-precos-para-discriminar-brasileiros](http://migalhas.com.br/quentes/273955/mp-rj-acusa-decolarcom-de-manipular-precos-para-discriminar-brasileiros)>. Acesso em 15 maio 2020.

MPRJ AJUIZA AÇÃO INÉDITA CONTRA EMPRESA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO - DECOLAR.COM. **MPRJ**, 04 fev. 2018. Disponível em <<http://www.mprj.mp.br/home/-/detalhe-noticia/visualizar/54503>>. Acesso em 01 out. 2020.

MPRJ ENTRA COM MANDADO DE SEGURANÇA PARA ANULAR SEGREDO DE JUSTIÇA EM AÇÃO CONTRA DECOLAR.COM. **MPRJ**, 03 jul. 2018. Disponível em <<http://www.mprj.mp.br/home/-/detalhe-noticia/visualizar/61905>>. Acesso em 01 out. 2020.

MPRJ OBTÉM DEFERIMENTO PARCIAL DE ANTECIPAÇÃO DE TUTELA EM AÇÃO AJUIZADA CONTRA A HOTEL URBANO PELA PRÁTICA DE 'GEO-PRICING'. **MPRJ**, 25 jul. 2019. Disponível em <<https://www.mprj.mp.br/home/-/detalhe-noticia/visualizar/74717>>. Acesso em 15 out. 2020.

MUNIZ, Mariana. Decolar.com é acusado pelo MPRJ de priorizar clientes estrangeiros. **Jota**, 06 fev. 2018. Disponível em <<https://www.jota.info/justica/decolar-com-e-acusado-pelo-mprj-de-priorizar-clientes-estrangeiros-06022018>>. Acesso em 15 maio 2020.

O QUE SÃO DADOS DE LOCALIZAÇÃO E COMO ELES ESTÃO RELACIONADOS À VISUALIZAÇÃO E À ANÁLISE DE DADOS. **Tableau**. Disponível em <<https://www.tableau.com/pt-br/learn/articles/location-data-types#:~:text=Tamb%C3%A9m%20conhecidos%20como%20informa%C3%A7%C3%B5es%20geogr%C3%A1ficas,dados%20vetoriais%20e%20dados%20raster.>> Acesso em 16 set. 2020.

O'NEIL, Cathy. **Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy**. London: Penguin Books, 2017.

PEC 17/2019. **Câmara dos Deputados**. Disponível em <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2210757>>. Acesso em 16 out. 2020.

PHILIPSON, Graeme. Kiwi ISP gets around geoblocking. **ItWire**, 14 jul. 2014. Disponível em <<https://www.itwire.com/your-it-news/entertainment/64724-kiwi-isp-gets-aroundgeoblocking>>. Acesso em 07 out. 2020.

REGIS, Erick da Silva. Linhas Gerais Sobre a Lei 13.709/2018 (LGPD): Objetivos, Fundamentos e Axiologia da Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira e a Tutela de Personalidade/Privacidade. **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais. v. 103, p. 63-100, Jan/Fev, 2020. *E-book*.

RIEFA, Christine. Beyond E-Commerce: Some Thoughts On Regulating The Disruptive Effect Of Social (Media) Commerce. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais. vol. 127, p. 281-303, Jan-Fev, 2020. *E-book*.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. Agravo de Instrumento 008914-24.2018.8.19.0000. Agravante: Ministério Público do Estado do Rio De Janeiro/MPRJ. Agravado: Decolar.com LTDA. Relator: Des. João Batista Damasceno. Rio de Janeiro, 12 de dez. de 2018. Disponível em <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=000406C2CABE150B1E5E887CF20609CD30D0C5093840500D&USER=>>>. Acesso em 01 out. 2020.

RIOS, Roger Raupp. **Direito da antidiscriminação**: discriminação direta, indireta e ações afirmativas. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008.

RODOTÀ, Stefano. **Elaboratori elettronici e controllo sociale**. Bologna: Il Mulino, 1973, p. 14.

ROSE, Derek. Bypass Network Services licenses Global Mode to Australian company. **Stuff**, 09 jul. 2015. Disponível em <<https://www.stuff.co.nz/technology/digital-living/70093073/bypass-network-services-licenses-global-mode-to-australian-company>>. Acesso em 07 out. 2020.

SAIBA COMO FUNCIONA UM ALGORITMO E CONHEÇA OS PRINCIPAIS EXEMPLOS EXISTENTES NO MERCADO. **Rock Content**, 7 fev. 2019. Disponível em <<https://rockcontent.com/br/blog/algoritmo/>>. Acesso em 06 out. 2020.

SARLET, Ingo Wolfgang. Precisamos da previsão de um direito fundamental à proteção de dados no texto da CF? **ConJur**, 04 set. 2020. Disponível em <[https://www.conjur.com.br/2020-set-04/direitos-fundamentais-precisamos-previsao-direito-fundamental-protacao-dados-cf#\\_ftn5](https://www.conjur.com.br/2020-set-04/direitos-fundamentais-precisamos-previsao-direito-fundamental-protacao-dados-cf#_ftn5)>. Acesso em 10 out. 2020.

SIMONELLI, Felice. **Combating Consumer Discrimination in the Digital Single Marketing**: Preventing Geo-Blocking and other forms of Geo-Discrimination. Study for the IMCO Committee. Brussels: European Parliament, 2016. Disponível em <[https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL\\_STU%282016%29587315](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU%282016%29587315)>. Acesso em 20 maio 2020.

SUPREMO COMEÇA A JULGAR COMPARTILHAMENTO DE DADOS DE USUÁRIOS DE TELEFONIA COM O IBGE. **Supremo Tribunal Federal**, 06 maio 2020. Disponível em <<https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=442823&ori=1>>. Acesso em 15 out. 2020.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016

TRIMBLE, Marketa. Copyright and Geoblocking: The Consequences of Eliminating Geoblocking. **Boston University Journal of Science and Technology Law**, v. 25, n. 2, p. 476-502, 2019. Disponível em <<https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/jstl25&i=494>>. Acesso em 07 jun. 2020.

VAINZOF, Rony. Geopricing é ilegal? **Jota**, 11 de jan. de 2017. Disponível em <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/geopricing-e-ilegal-11012017>>. Acesso em 02 out. 2020.

VALENTINO-DeVRIES, Jennifer; SINGER-VINE, Jeremy; SOLTANI, Ashkan. Websites Vary Prices, Deals Based on User's Information. **The Wall Street Journal**, 24 dez. 2012. Disponível em <<https://online.wsj.com/article/SB10001424127887323777204578189391813881534.html>>. Acesso em 05 out. 2020.

ZARRA, Antonella. **GeoBlocking and Price Discrimination by online marketplaces in the EU**. 2016. Dissertação (Mestrado em *Economics and Management of Public Administration and International Institutions*) - Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão, Itália, 2016. pg. 54-55. Disponível em <[https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking\\_and\\_price\\_discrimination\\_by\\_online\\_marketplaces\\_in\\_the\\_EU](https://www.academia.edu/29067484/Geo-blocking_and_price_discrimination_by_online_marketplaces_in_the_EU)>. Acesso em 23 maio 2020.