

O DIREITO À TRANSPARÊNCIA ALGORÍTMICA COMO EXTENSÃO DO DIREITO À INFORMAÇÃO DO CONSUMIDOR

Thalia Elias Caçula Ponte ¹

Deyse Kelly Ribeiro Santiago ²

Taynara Senhoria Paiva Soares ³

Maria Eduarda Pedrosa Barbosa ⁴

Prof^a. Ma. Stefani Clara Da Silva Bezerra ⁵

Introdução: O texto analisa o direito à transparência algorítmica como uma extensão do direito à informação do consumidor, diante do avanço das tecnologias e do uso crescente de sistemas automatizados nas relações de consumo. Destaca-se a importância de o consumidor compreender como decisões automatizadas são tomadas por algoritmos, relacionando o tema à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Brasil, 2018), que assegura o controle sobre os dados pessoais, conforme seus arts. 6º e 20, e ao Código de Defesa do Consumidor (Brasil, 1990), que garante acesso claro às informações sobre produtos e serviços, nos termos do art. 6º, III.

Objetivo: analisar como o direito à transparência algorítmica pode ser compreendido como uma extensão do direito à informação do consumidor, considerando os impactos dos sistemas automatizados nas relações de consumo. **Metodologia:** A presente pesquisa adota o método hipotético-dedutivo, com abordagem qualitativa e descritiva, voltada à análise teórica. Segundo Lakatos e Marconi (2021, p. 221), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Neste estudo, utilizou-se como principal referência metodológica a obra Fundamentos de metodologia científica, de Lakatos e Marconi, que orienta a estruturação da pesquisa bibliográfica e a análise teórica dos conceitos jurídicos envolvidos. Foram consultadas obras de referência nas áreas do Direito do Consumidor, Direito Digital e Proteção de Dados Pessoais, com destaque para Danilo Doneda (2021), Bruno Bioni (2019), além de relatórios da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD, 2024).

Resultados: A pesquisa identificou que consumidores não têm acesso claro às

¹ Estudante de Direito da Faculdade Princesa do Oeste (FPO). E-mail: thalia.ponte@alu.fpo.edu.br

² Estudante de Direito da Faculdade Princesa do Oeste (FPO). E-mail: deyse.kelly@alu.fpo.edu.br

³ Estudante de Direito da Faculdade Princesa do Oeste (FPO). E-mail: maria.barbosa@alu.fpo.edu.br

⁴ Estudante de Direito da Faculdade Princesa do Oeste (FPO). E-mail: taynara.paiva@alu.fpo.edu.br

⁵ Professora orientadora. Faculdade Princesa do Oeste (FPO). E-mail: stefani.clara@fpo.edu.br

decisões tomadas por algoritmos. As empresas não explicam os critérios usados, e os mecanismos legais existentes ainda são insuficientes. Conforme Doneda (2021), a ausência de transparência nos processos automatizados compromete a autodeterminação informativa do titular dos dados, e os instrumentos jurídicos atuais ainda não oferecem meios eficazes para garantir esse direito nas relações de consumo. Há necessidade de regulamentação específica e maior responsabilização no uso de sistemas automatizados. **Discussão:** Aponta-se que a falta de transparência algorítmica ameaça direitos fundamentais como privacidade, autonomia e liberdade de escolha. Segundo Doneda (2021), a ausência de mecanismos claros para revisão e explicação das decisões automatizadas pode comprometer a autodeterminação informativa e a liberdade dos titulares de dados, especialmente em relações de consumo mediadas por algoritmos. Essa análise se alinha à abordagem teórica adotada por Lakatos e Marconi (2021), que destacam a importância da pesquisa bibliográfica na compreensão crítica dos impactos sociais e jurídicos das tecnologias emergentes. A LGPD, ao garantir o direito à revisão de decisões automatizadas (art. 20), reforça a proteção do consumidor digital, cuja vulnerabilidade cresce diante da opacidade dos algoritmos, demandando novos instrumentos de transparência e responsabilidade (Brasil, 2018). **Considerações Finais:** Conclui-se que a transparência algorítmica representa um novo paradigma jurídico, que amplia o alcance do direito à informação e exige práticas responsáveis por parte das empresas. A interseção entre direito, ética e tecnologia demanda uma interpretação integrada entre o CDC e a LGPD, visando garantir clareza, previsibilidade e responsabilidade no uso de algoritmos.

Palavras-chave: Consumidor digital. Direito à informação. Ética digital. Proteção de dados. Transparência algorítmica.

Referências:

AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (ANPD). **Relatório de Atividades 2023**. Brasília: ANPD, 2024.

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Brasília: Presidência da República, [2025]. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 30 out. 2025.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília: Presidência da República, [2025]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 30 out. 2025.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**: elementos da formação da Lei Geral de Proteção de Dados. 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2021.