

III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

MARIANA RIBEIRO SANTIAGO

SINARA LACERDA ANDRADE CALOCHE

ROBERTO CORREIA DA SILVA GOMES CALDAS

CLAUDIA LIMA MARQUES

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente:

Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Claudia Lima Marques; Mariana Ribeiro Santiago; Roberto Correia da Silva Gomes Caldas

Sinara Lacerda Andrade Caloche – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-322-1

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Saúde: segurança humana para a democracia

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Globalização. 3. Relações de consumo. III Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2021 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

É com imensa satisfação que introduzimos o grande público na presente obra coletiva, composta por artigos criteriosamente selecionados, para apresentação e debates no Grupo de Trabalho intitulado “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo”, durante o III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI, realizado por meio de plataformas digitais, entre os dias 23 a 28 de junho de 2021, com a temática “SAÚDE: SEGURANÇA HUMANA PARA A DEMOCRACIA”.

Os aludidos trabalhos, de incontestável relevância para a pesquisa jurídica no Brasil, demonstram notável rigor técnico, sensibilidade e originalidade, com reflexões sobre as relações de consumo, abordando temas relevantíssimos no que concerne a: hipervulnerabilidade do consumidor; desdobramentos do mercado digital; direito do consumidor e pandemia SARS-COV-2; proteção de dados; relação de consumo na sociedade da informação; publicidade infantil; consumo e relações de poder, direito do consumidor na telemedicina; globalização e comércio internacional; capitalismo de vigilância e privacidade; comércio eletrônico e isolamento social; meio ambiente e sociedade de risco; superendividamento; termo de consentimento e relação médico-paciente; ações civis públicas e planos de saúde e, por fim, rotulagem nutricional sob a perspectiva dos direitos à informação, da personalidade e fundamentais.

Evidente que questões da contemporaneidade implicam um olhar atento para o direito das relações de consumo, mas, ainda, extrapolam tal viés, com claro impacto nos segmentos ambiental, social, econômico, político e sanitário, envolvendo as figuras do Estado, do consumidor e da empresa, demandando uma análise integrada e interdisciplinar. De tal modo, os temas tratados são de extremo valor e muito contribuem para a pesquisa científica jurídica.

Nesta obra, os autores Mariana Silva Porfírio, Jonatas Miguel de Matos e Tereza Serrate de Campos dedicaram-se à análise da “HIPERVULNERABILIDADE DO REFUGIADO NA CONDIÇÃO DE CONSUMIDOR”. Com uma temática inovadora, os autores Leonardo Rabeti Venâncio, Marcos Vinícius de Jesus Miotto e Daniel Barile da Silveira investigaram “A INEVITABILIDADE DE UPGRADE DO CDC À NOVA PERSPECTIVA DO

MERCADO DIGITAL”. O autor Archimedes Serra Pedreira Franco debruçou-se sobre “A NECESSÁRIA ROTULAGEM DOS ALIMENTOS TRANSGÊNICOS COMO UM PRESSUPOSTO DA GARANTIA DO DIREITO À INFORMAÇÃO”. O objeto de pesquisa do autor Vitor Greijal Sardas foi “A PANDEMIA SARS-COV-2 E SEUS IMPACTOS NO DIREITO DO CONSUMIDOR”. A temática escolhida pelos autores Duarte Moura e Danúbia Patrícia De Paiva foi “A PROTEÇÃO DOS DADOS PESSOAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO”. A autora Danúbia Patrícia de Paiva investigou “AS DIFICULDADES DE SE GARANTIR UMA ESCOLHA RACIONAL E CONSCIENTE DO CONSUMIDOR NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO”. A autora Jaqueline Bezerra da Silva discorreu sobre “AS NORMAS E REGULAMENTAÇÕES DE PROTEÇÃO À PUBLICIDADE DIRIGIDA AO PÚBLICO INFANTIL NO DIREITO BRASILEIRO: ANÁLISE DO LEADING CASE “É A HORA DO SHREK” (RESP 1.588.56/SP).” As autoras Antonia Georgelia Carvalho Frota e Renata Albuquerque Lima examinaram o instigante universo das “RELAÇÕES DE PODER E A VIDA HUMANA TRANSFORMADA EM OBJETO DE CONSUMO”. A dupla de autores Franco Scortegagna e Hellen Sudbrack trataram da relação entre o “CONSUMIDOR: (IN)EFICIÊNCIA NA CONCRETIZAÇÃO DE DIREITOS”. Os autores Cristina Anita Schumann Lerenio Terzidis e Devanildo de Amorim Souza trouxeram luz à temática da “SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO: DO COMÉRCIO TRADICIONAL AO E-COMERCE E À RELAÇÃO CONSUMERISTA”. Os autores Pamilhan Araújo Fortaleza da Silva, Augusto Martinez Perez Filho e Edmundo Alves De Oliveira inquiriram os desdobramentos do “DIREITO DO CONSUMIDOR NA TELEMEDICINA À LUZ DA GESTÃO DE CONFLITOS”. Já as autoras Monique de Medeiros Fidelis e Michelle de Medeiros Fidélis investigaram o universo da “FAIR TRADE E OS EFEITOS NEGATIVOS DA GLOBALIZAÇÃO: UM BREVE RELATO SOBRE OS DESAFIOS ENFRENTADOS NO ÂMBITO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL”. As pesquisadoras Suzy Elizabeth Cavalcante Koury e Lis Arrais Oliveira indagaram sobre as consequências de “O CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA E A MODULAÇÃO DO COMPORTAMENTO HUMANO: HÁ LIBERDADE DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR NO ESPAÇO VIRTUAL?” Os autores James Silva Zagato e Jean de Melo Vaz analisaram “O INCREMENTO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO DECORRENTE DA NECESSIDADE DE ISOLAMENTO SOCIAL E A IMPORTÂNCIA DO SISTEMA JURÍDICO NORMATIVO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR”. Sob uma perspectiva ambiental, a pesquisadora Joana D’Arc Dias Martins experienciou “O MEIO AMBIENTE NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DE RISCO: DANOS PROVOCADOS PELO HIPERCONSUMO E A EFICIÊNCIA DA TRIBUTAÇÃO ECOLÓGICAMENTE DIRIGIDA”. Os autores Paulo Sergio Velten Pereira e Clayrtha Raissa Nascimento Goncalves elegeram a temática do “SUPERENDIVIDAMENTO NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO”. Inseridos no contexto da pandemia, os pesquisadores Paula Susana de Carvalho Viana e Fabrício

Vasconcelos de Oliveira investigaram “O TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO NA CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA: UMA FERRAMENTA ESSENCIAL NA PROTEÇÃO DE DIREITOS NA RELAÇÃO MÉDICO-PACIENTE”. Ainda sob o mesmo contexto social, os autores Andréa Dyane Nogueira Mendes e Fabrício Vasconcelos de Oliveira pesquisaram a “PANDEMIA E DIREITO DO CONSUMIDOR: ANÁLISE DAS AÇÕES CIVIS PÚBLICAS CONTRA OS PLANOS DE SAÚDE E COOPERATIVAS EM BELÉM”. A pesquisadora Náina Ariana Souza Tumelero debruçou seus esforços na observação da “PERFILIZAÇÃO E COLETA DE DADOS COMPORTAMENTAIS: AS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE DA GOOGLE PELA ÓTICA CONSUMERISTA NO CAPITALISMO DA VIGILÂNCIA”. Sob uma temática atemporal, as autoras Ana Luiza Colzani e Thais Costa de Magalhães exploraram a “PUBLICIDADE, DESENVOLVIMENTO E HIPERVULNERABILIDADE INFANTIL” e, encerrando os debates do nosso Grupo de Trabalho, os autores, Marina Weiss Gonçalves e Oscar Ivan Prux estruturaram a temática da “ROTULAGEM NUTRICIONAL DE ALIMENTOS E SUA RELAÇÃO COM OS DIREITOS DA PERSONALIDADE E COM OS DIREITOS FUNDAMENTAIS”.

Em suas abordagens, observa-se que os autores e autoras utilizaram referenciais teóricos refinados sobre sociedade de consumo, sociedade de risco, sociedade da informação, sociedade em rede, globalização e capitalismo de vigilância, o que realça o aspecto acadêmico e técnico do evento e o comprometimento dos pesquisadores e pesquisadoras com a valorização da pesquisa científica jurídica nacional.

Nesse prisma, a presente obra coletiva, de inegável valor científico, demonstra tecnicidade, por meio de uma visão lúcida e avançada sobre questões do direito das relações de consumo, suas problemáticas, sutilezas e importância para a defesa de uma sociedade mais igualitária e justa às futuras gerações, pelo que certamente logrará êxito junto à comunidade acadêmica.

Boa leitura!

Profª Drª Claudia Lima Marques

Profª Drª Mariana Ribeiro Santiago

Prof. Dr. Roberto Correia da Silva Gomes Caldas

Profª Drª. Sinara Lacerda Andrade Caloche

O CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA E A MODULAÇÃO DO COMPORTAMENTO HUMANO: HÁ LIBERDADE DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR NO ESPAÇO VIRTUAL?

SURVEILLANCE CAPITALISM AND BEHAVIOR MODULATION: DO CONSUMERS HAVE FREEDOM OF CHOICE AT THE VIRTUAL SPACE?

Suzy Elizabeth Cavalcante Koury ¹
Lis Arrais Oliveira ²

Resumo

O presente artigo visa apresentar a modulação comportamental de consumidores no espaço virtual. Para tanto, demonstrará como o neoliberalismo atribuiu poder de controle econômico e político aos agentes da indústria da tecnologia, o que consolidou o capitalismo de vigilância e o mercado de comportamentos futuros, capaz de modular comportamentos de consumidores no meio virtual. A partir de uma pesquisa qualitativa, de natureza aplicada e uso do método hipotético-dedutivo, o estudo persegue a hipótese de que os direitos do consumidor à liberdade de escolha e à proteção contra métodos comerciais coercitivos estão sendo violados no espaço virtual.

Palavras-chave: Capitalismo de vigilância, Modulação de comportamentos, Mercado, Liberdade de escolha, Relações de consumo

Abstract/Resumen/Résumé

This article studies consumers' behavior modulation at online shopping. To this end, the political power granted to economic agents from technology industry by economic neoliberalism will be discussed, and also how did it started surveillance capitalism and the behavioural futures markets. So that, at the end, an analysis about how corporations tend to predict and control consumers' behavior will be presented. Based on qualitative research, of an applied nature and the use of the hypothetical-deductive method, the study pursues the hypothesis that consumer's freedom of choice and protection against coercive commercial methods are being violated in the virtual space.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Surveillance capitalism, Behavioral modulation, Market, Consumer relations, Freedom of choice

¹ Professora dos Cursos de Graduação e Mestrado do Centro Universitário do Pará -CESUPA. Doutora em Direito pela UFMG. Desembargadora do TRT da 8ª Região.

² Advogada OAB/PA 31017, Mestranda em Direito, Políticas Públicas e Desenvolvimento Regional pelo Programa de Pós-Graduação em Direito do Centro Universitário do Estado do Pará (PPGD/CESUPA).

1 INTRODUÇÃO

O ideal neoliberal causou repercussões tanto econômicas quanto democráticas, dentre as quais se destaca a atribuição de poder econômico e político exacerbado a alguns agentes econômicos específicos.

Dentre os agentes de mercado que conquistaram uma autoridade e autonomia exacerbadas, destacam-se os da indústria da tecnologia, ramo em que existe um grande desequilíbrio nas relações econômicas, uma vez que a supremacia dos agentes econômicos em relação aos usuários dos serviços prestados é muito grande.

A ausência de controle por parte dos usuários e dos consumidores sobre as transações no ambiente virtual consiste em uma condição inerente às novas tecnologias e à complexidade do mundo virtual. Trata-se de um ramo mercadológico em crescimento exponencial, pois se incorporou às atividades naturais do cotidiano, o que mitiga o controle dos usuários sobre as suas informações pessoais, em razão da ausência de conhecimento sobre o fim que lhes é dado.

Isso ocorre porque, na sociedade atual, a informação tornou-se uma mercadoria demasiadamente valorizada. Com isso, nos últimos anos, na indústria da tecnologia, a competição pela produção de informações cada vez mais precisas e qualificadas vem aperfeiçoando métodos de extração de dados, bem como a criação, por intermédio do sistema de algoritmos, de verdadeiros perfis virtuais dos usuários, os quais não visam unicamente a armazenar informações, mas também têm a intenção de modular comportamentos, para que os indivíduos permaneçam cada vez mais conectados e sejam influenciados pelos produtos, serviços e ideais propagados na Internet.

Não obstante, o perfil comportamental, a previsibilidade de condutas futuras e a possibilidade de interferência nestas passaram a ser oferecidas a empresas e a anunciantes. Dessa forma, os indivíduos tornaram-se matéria-prima gratuita de novas transações ocultas no ciberespaço, fenômeno que ficou conhecido como capitalismo de vigilância.

Vivemos, portanto, em uma nova ordem capitalista, na qual a privacidade e a liberdade de escolha dos indivíduos vêm sendo minimizadas, na medida em que estes sofrem interferência direta e indireta das redes a todo instante, que vem sendo denominada de capitalismo de vigilância.

Na nova lógica do capitalismo de vigilância, a violação aos direitos individuais é admitida, desde que gere lucratividade, cabendo referir que os usuários não têm conhecimento qualificado sobre as transações que envolvem os seus próprios dados pessoais, ou seja, os

indivíduos perdem controle sobre suas informações, sejam elas disponibilizadas ou não, bem como a sua autonomia.¹

Assim, as relações de consumo foram diretamente afetadas, visto que houve uma transição das relações de consumo analógicas para as digitais, e fornecedores e consumidores naturalmente se adequaram ao uso do meio digital. Ademais, conforme será demonstrado nas seções seguintes da presente pesquisa, a tendência da segmentação do marketing ensejou uma ampla atuação de fornecedores nas transações econômicas provenientes do capitalismo de vigilância, visto que, atuam em busca de informações precisas e qualificadas sobre os consumidores para aprimorar a segmentação do marketing e da produção e obter benefícios lucrativos.

Nesse contexto, o presente estudo contempla a hipótese de que os direitos básicos do consumidor à liberdade de escolha e à proteção contra métodos comerciais coercitivos estão sendo violados no espaço virtual, por meio de práticas de modulação de comportamentos.

Metodologicamente, trata-se de uma análise a partir do método hipotético-dedutivo e referencial, obtido por extensa pesquisa bibliográfica, a fim de averiguar a existência, ou não, da mitigação da liberdade de escolha dos consumidores no meio virtual a partir do uso de técnicas de modulação de comportamentos.

O presente artigo encontra-se estruturado em 05 (cinco) itens, sendo o primeiro esta introdução; o segundo item dispõe sobre o neoliberalismo econômico e o poder de controle exercido por determinados agentes econômicos em detrimento de outros, demonstrando como isto foi um fator precursor do capitalismo de vigilância, fenômeno que será abordado no terceiro item do estudo; o quarto item propõe uma análise acerca das técnicas de modulação de comportamento e da liberdade de escolha dos consumidores no meio virtual; por fim, o último item apresenta considerações finais sobre o tema proposto.

2 O NEOLIBERALISMO ECONÔMICO E O PODER DE CONTROLE DE DETERMINADOS AGENTES ECONÔMICOS EM DETRIMENTO DE OUTROS

Diante da crise de acumulação do capital na década de 1970 e da queda do crescimento econômico mundial, surgiu um projeto de revitalização da acumulação capitalista, que culminou em políticas de liberalização e na ascensão da teoria neoliberal. A liberalização seria

¹A título de informação, em função dessa nova ordem mundial, a Lei Geral de Proteção de Dados, Lei nº 13.709/2018, conhecida como LGPD, foi promulgada no Brasil, a fim de criar barreiras e regulamentos para que os dados pessoais sejam utilizados de modo a respeitar garantias e direitos fundamentais.

um potencial antídoto para ameaças à ordem social capitalista e uma solução para as mazelas do capitalismo (HARVEY, 2014, p. 13).

Retomou-se o ideal liberal, disseminado no século XIX, como propulsor do crescimento econômico, bem como as máximas das liberdades individuais e da abstenção da intervenção do Estado nas atividades econômicas, admitida apenas em benefício do funcionamento da concorrência, da ordem e da constituição econômica, para que a lógica concorrencial seja resguardada e a atividade econômica prospere.

Nesse sentido, o empreendedorismo e a livre concorrência tornam-se premissas caras aos neoliberais. Não obstante, os monopólios não seriam necessariamente um problema, desde que não houvesse violação à ordem concorrencial, ou seja, desde que não impedissem o ingresso de outros competidores na ordem econômica.

Entretanto, a presunção teórica de que todos os agentes econômicos possuem igual acesso à informação e simetria de poder capaz de interferir na capacidade dos indivíduos em tomar decisões econômicas é irreal e utópica (HARVEY, 2014, p. 78).

De acordo com Zuboff (2021, p. 57), as três décadas de crescimento no século XX, a partir dos anos 80, implicaram em exclusão social no Reino Unido, culminando em protestos contra condições sociais que se tornaram inviáveis, dada a aguda desigualdade existente entre a amarga pobreza, a classe média e a elite rica do país. Além do Reino Unido, os Estados Unidos e grande parte dos países que hoje integram a União Europeia entraram no século XXI com desigualdades econômicas e sociais extremas.

Faz-se mister frisar que as desigualdades sociais e econômicas sempre existiram. Contudo, a disseminação da política neoliberal e o foco exacerbado nas liberdades individuais inviabilizaram a regulação estatal, bem como a prática de políticas igualitárias, fazendo com que o índice de desigualdade crescesse cada vez mais em prol do crescimento do mercado e, por consequência, dos grandes agentes econômicos.

Uma análise do economista Thomas Piketty (2014) a respeito da distribuição de renda e riqueza nos Estados Unidos demonstrou como a concentração de renda e de patrimônio pelo grupo mais rico da população aumentou desde 1980. De acordo com Piketty, houve uma notória redução na concentração de renda no meio do século XX, mais especificamente entre as décadas de 1940 e 1980. Contudo, a partir da década de 80, a concentração da renda nacional advinda do patrimônio do grupo mais rico da nação cresceu exponencialmente (PIKETTY, 2014, p. 31).

A tese central da análise de Piketty é que a taxa de rendimento sobre o capital é maior do que a taxa de crescimento econômico, ou seja, a riqueza herdada cresce com maior

velocidade do que a riqueza produzida. Tal tendência produz uma divergência de renda cada vez mais extrema, e uma ampla gama de consequências sociais antidemocráticas. Nesse sentido, houve um retorno aos parâmetros de desigualdades equivalentes ao que ocorrera no passado, uma espécie de capitalismo patrimonial, no qual muitos postos relevantes da economia mundial são preenchidos, não por sujeitos que os obtêm por seus próprios esforços e realizações pessoais, mas por grupos familiares que reproduzem suas riquezas a partir da herança e se mantêm em uma posição hierárquica estável de influência, poder e riqueza (PIKETTY, 2014, p. 555).

Nesse cenário, os agentes econômicos do topo da escala usam o seu poder e a sua influência para protegerem os seus próprios interesses políticos. Essa tendência produz uma desigualdade extrema, a qual é totalmente incompatível com a democracia, razão pela qual a economia de mercado se torna uma ameaça à democracia e aos valores da justiça social nos quais ela é baseada (PIKETTY, 2014, p. 353).

O controle da riqueza nas mãos de uma elite nos afasta do ideal de democracia, uma vez que não estamos mais diante de controle por cidadãos comuns e dos mecanismos de consentimento democrático. Essas novas condições são marcadas pela consolidação da riqueza e do poder da elite, na qual as oportunidades de cada pessoa dependem mais de sua posição social do que de suas realizações pessoais. Com isso, visto que a crescente desigualdade social nos remete a uma comunidade pré-industrial, muitos estudiosos passam a descrever o “capitalismo patrimonial” de Piketty como uma espécie de “neofeudalismo” (ZUBOFF, 2021, p. 59).

Por assim ser, a crescente divisão social sugere um futuro cada vez mais antidemocrático e sedimentado. Ademais, a desigualdade consolidou a vulnerabilidade permanente dos indivíduos perante os grandes agentes econômicos.

Não obstante, em paralelo a isto, a emergente lógica da acumulação flexível trouxe um desafio para as empresas, qual seja, encontrar novos mercados que sejam capazes de absorver uma crescente capacidade de produção de bens e serviços. Diante disso, no final do século XX, surgiu, em escala global, uma nova economia, em conjunto com o surgimento das principais tecnologias de informação (CASTELLS, 2020, p. 151).

De acordo com Manuel Castells (2020, p. 135), trata-se de uma economia informacional e global, na qual a produtividade e a competitividade de agentes dependem da sua capacidade em gerar, processar e aplicar, de forma eficiente, a informação, visto que um

novo paradigma tecnológico, organizado em torno das novas tecnologias da informação, possibilita que a própria informação se torne o produto do processo produtivo.

Embora o sistema capitalista de produção seja caracterizado por sua expansão contínua, sempre tentando superar limites temporais e espaciais, foi apenas no final do século XX que a economia mundial conseguiu tornar-se verdadeiramente global, com base na nova infraestrutura, propiciada pelas tecnologias de informação e da comunicação com a ajuda decisiva das políticas de desregulamentação e da liberalização postas em prática pelos governos e pelas instituições internacionais. (CASTELLS, 2020, p. 156)

Houve, portanto, uma grande expansão do mercado nas últimas décadas do século XX, patrocinada pelas práticas neoliberais, que foram propulsoras do crescimento econômico no mundo, contribuindo para que os anos de maior acentuação de desigualdades sociais e econômicas fossem, também, os anos mais promissores para o mercado, a produtividade e o crescimento econômico.

A promessa de que o crescimento econômico seria benéfico para todos os agentes, aumentando a renda dos mais pobres e tornando a distribuição de recursos mais equitativa não se realizou, e, por consequência, a distância entre os agentes econômicos do topo da escala e os que integram as camadas mais baixas das sociedades contemporâneas aumenta cada vez mais.

As empresas estarão motivadas não pela produtividade, e sim pela lucratividade e pelo aumento do valor de suas ações, para os quais a produtividade e a tecnologia podem ser meios importantes, mas, com certeza, não são os únicos. E as instituições políticas, moldadas por um conjunto maior de valores e interesses, estarão voltadas na esfera econômica, para a maximização da competitividade de suas economias. A lucratividade e a competitividade são os verdadeiros determinantes da inovação tecnológica e do crescimento da produtividade. (CASTELLS, 2020, p. 150)

A lucratividade e a competitividade contribuem para que as empresas invistam em inovações tecnológicas e de produção. Contudo, em observância às políticas neoliberais, os agentes de mercado não se submetem a regramentos ou regulações para exercerem essas atividades e alcançarem o objetivo final da lucratividade. Há poucos limites no que tange aos investimentos em novas tecnologias, novos produtos e novas atividades econômicas pelos agentes mercadológicos.

Isso permite que os agentes econômicos negligenciem direitos individuais e de grupos em prol do exercício de sua atividade, de modo que, em que pesem as benesses que o livre mercado proporcionou, quais sejam, as inovações tecnológicas, a melhora na prestação de serviços e oferta de produtos e um maior desenvolvimento da atividade econômica em geral, tal evolução ocorre em detrimento da segurança e da estabilidade na garantia de outros direitos individuais e coletivos dos consumidores envolvidos nas transações econômicas.

Dentre outros fatores, o desenvolvimento do neoliberalismo econômico e da acumulação flexível – caracterizada pela individualidade e pela especificidade – e das tecnologias da informação, contribuíram para que as principais empresas da indústria da tecnologia, as *Big Techs*, se tornassem detentoras de um poder de controle econômico e político sem precedentes. Nesse sentido, apesar de negarem a construção de um monopólio, as grandes empresas como o *Facebook* não conseguem apontar concorrentes diretos.

Com a evolução dos algoritmos, as informações pessoais disponibilizadas, produzidas e distribuídas a todo o instante pelos indivíduos, tornaram-se matéria-prima gratuita para novas transações econômicas, visto que a necessidade de determinar as preferências de potenciais consumidores impulsionou o sistema capitalista, incentivando-o a competir por tais predileções, o que formou um novo mercado.

Diante disso, os pesquisadores que estudam a interseção entre tecnologia e sociedade vêm alertando cada vez mais para as conseqüências sociais da exploração do *Big Data* pelas grandes empresas de tecnologia, na corrida pela extração de dados para que estes possam vir a ser transformados – através dos algoritmos – em informações valiosas a respeito de indivíduos (MACHADO, 2018, p. 47).

É incontroverso o fato de que o neoliberalismo, embora tenha como mote a proteção da liberdade individual, permitiu que os usuários das redes perdessem grande parte de sua autonomia, de sua liberdade de escolha e do controle sobre as suas próprias informações que circulam na sociedade. Dito isso, conforme será possível vislumbrar a seguir, o fenômeno do capitalismo de vigilância emerge nesse contexto, no qual a mitigação de tais direitos e a modulação de comportamentos humanos são admitidas, visto que é a forma mais vantajosa de obtenção de lucros pela indústria da tecnologia.

3 O CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA

O cenário de insatisfações sociais e econômicas por grande parte da população, em conjunto com o individualismo exacerbado e o poder econômico e político concentrados em grandes agentes econômicos, impulsionados por uma crescente disseminação do ideal neoliberal, traduz-se no pano de fundo ideal para o surgimento e a perpetuação do fenômeno do capitalismo de vigilância.

De acordo com Zuboff (2021, p. 45), o capitalismo de vigilância deve o seu sucesso a uma coalizão destrutiva de duas forças históricas opostas, quais sejam, a modernização e a

transição da produção em massa para a produção flexível e individualizada, a qual busca oferecer ao indivíduo “o que ele quer, como quer, e onde quer”, obtidas após décadas de elaboração e implementação do neoliberalismo econômico, de sua economia política e da transformação da sociedade, especialmente com o objetivo de “de reverter, subjugar, impedir e até mesmo destruir a necessidade individual voltada para autodeterminação psicológica e atuação moral” (ZUBOFF, 2021, p. 41).

Nesse sentido, ainda sob a ótica de Zuboff (2021, p. 19), as grandes empresas da indústria da tecnologia estão comprometidas em melhorar cada vez mais seus mecanismos de atração e de vigilância dos indivíduos, a fim de produzir informações mais eficientes e precisas sobre os seus usuários.

Assim sendo, a extração de dados deixa de ser suficiente, visto que, com o avanço dos algoritmos, criou-se um mercado de comportamentos futuros, alimentado por produtos de predição. Ou seja, os algoritmos se desenvolveram de tal forma que proporcionaram a possibilidade de prever comportamentos, e conseqüentemente, interferir nestes.

Com isso, as programações passam a ser executadas de maneira a interferir no mundo real, modulando comportamentos, através de execução de ações tendenciosas a fim de guiar os indivíduos em determinada direção.

Essas intervenções são projetadas para aumentar a certeza através de certas atividades: Elas incentivam, sintonizam, vigiam, manipulam e modificam o comportamento em direções específicas ao executar ações sutis, tais como inserir uma frase específica no *Feed* de Notícias do *Facebook*, programar o surgimento de um botão “comprar” na tela do celular, ou desligar o motor do seu carro quando um pagamento de seguro está atrasado. (ZUBOFF, 2021, p. 234)

A previsão acerca do comportamento dos indivíduos e a possibilidade de intervir nele se tornam objetos de transações econômicas. Isso significa que, pressões de natureza competitiva provocaram mudanças no mercado da vigilância, de tal forma que os processos de máquina automatizados não apenas conhecem nosso comportamento, como também o moldam em escala. Desse modo, “não basta automatizar o fluxo de informação sobre nós, a meta agora é *nos* automatizar” (ZUBOFF, 2021, p. 19).

O capitalismo de vigilância gera uma nova espécie de poder instrumentário, o qual conhece e molda o comportamento humano em prol de finalidades de terceiros, e não em uma direção específica por ele predeterminada; a modulação ocorre em observância às finalidades de terceiros.

Os verdadeiros clientes deste mercado são milhares de empresas que negociam para obter informações cada vez mais qualificadas sobre indivíduos, principalmente, por

fornecedores que buscam informações mais precisas sobre seus consumidores, de modo que possam realizar sua segmentação de acordo com características comuns.

Os fornecedores estão presentes de maneira recorrente nestas transações econômicas, visto que buscam a redução de riscos das suas atividades e os resultados garantidos de lucros. Nesse sentido, a ameaça passa a ser representada pelas empresas que coletam, armazenam e processam dados, as quais atuam, portanto, como provedoras e receptoras do amplo fluxo informacional disseminado pela navegação no mundo digital.

A demanda pela produção de informações qualificadas cresceu exponencialmente, e estes mecanismos são utilizados para diversas finalidades, dentre as quais se destaca a modulação de comportamento de consumidores e o uso destas informações para efetuar tomadas de decisões econômicas, sociais e, até mesmo, políticas.

Dessa forma, quanto maior a precisão sobre os dados, ou seja, quanto mais detalhada a análise acerca das preferências, dos padrões de comportamentos, das emoções e das vulnerabilidades dos indivíduos, maiores serão os resultados lucrativos alcançados pelas empresas, em detrimento da autodeterminação informativa dos consumidores. Por essa razão, pode-se conceituar o capitalismo de vigilância como “a origem de um novo poder instrumentário que reivindica domínio sobre a sociedade e apresenta desafios surpreendentes para a democracia de mercado.” (ZUBOFF, 2021, n.p)

Uma divisão patológica da aprendizagem forjada por assimetrias sem precedentes de conhecimento e poder nos prende a uma nova desigualdade marcada por sintonizadores e sintonizados, pastores e pastoreados, a matéria-prima e seus mineradores, os responsáveis por experiências e suas desavisadas cobaias, aqueles que têm vontade de futuro e aqueles que são manobrados na direção de resultados garantidos em prol de outros. (ZUBOFF, 2021, p. 385)

É fato que este fenômeno possui condições de intervir e alterar o mundo real, visto que é capaz de influenciar comportamentos, pensamentos e preferências de potenciais consumidores. Por assim ser, a conclusão a que se chega é que tais interferências configuram uma redução na liberdade de escolha e na privacidade dos consumidores envolvidos.

Zuboff (2021, n.p) ensina que o fenômeno pode ser caracterizado como uma expropriação de direitos humanos essenciais, que pode ser compreendida como a derrubada da soberania das pessoas. É nítida a violação aos direitos fundamentais mais básicos, tais como à privacidade, à personalidade e à autodeterminação, vez que “desse modo, o capitalismo de vigilância impõe uma escolha fundamentalmente ilegítima, que os indivíduos do século XXI não deveriam ter de fazer, e essa normalização nos deixa aprisionados, mas com a sensação de felicidade” (ZUBOFF, 2021, p. 22).

As implicações do fenômeno apresentado nas relações de consumo são claras, e a modulação de comportamentos ocorre constantemente. Nesse sentido, vale destacar que os anúncios direcionados foram a forma pioneira pela qual o capitalismo de vigilância se fez presente no mundo. Dessa maneira, o fenômeno disseminou o assédio de consumo e instigou, de maneira indireta, o consumismo.

Ademais, geralmente, o consumidor não possui liberdade para modular os dados que deseja fornecer às empresas, e tampouco possui conhecimento sobre a destinação das informações disponibilizadas por ele ou produzidas através dos algoritmos, mas que tratam sobre ele, especialmente quando estas informações são utilizadas para fins de mais vigilância, o que se abordará na seção seguinte.

4 A LIBERDADE DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR NO ESPAÇO VIRTUAL

Conforme previamente discutido, com base na premissa da proteção das liberdades individuais, o neoliberalismo difundiu-se como um mecanismo capaz de solucionar as contradições do sistema capitalista, ensejando políticas de liberalização de atividades econômicas. Com isso, concedeu poderes e autonomia exacerbados aos agentes econômicos, o que possibilitou a instituição do capitalismo de vigilância, sendo, portanto, essencial para que o fenômeno se perpetuasse e se consolidasse na sociedade contemporânea.

Contudo, a autonomia concedida aos agentes de mercado os levou em direção contrária aos direitos ora considerados caros aos neoliberais, quais sejam, as liberdades individuais, uma vez que a interferência direta no que os usuários das redes consomem, pensam e fazem vem evoluindo em escala crescente.

Não obstante, vale mencionar que o apreço pela liberdade de escolha e de consentimento é notável na obra de Hayek. Veja:

Aos indivíduos deveria ser permitido, dentro dos limites definidos, seguir os seus próprios valores e preferências, em vez dos de outrem, que dentro destas esferas o sistema de fins do indivíduo deveria ser soberano e não estar sujeito a qualquer imposição por parte de outrem. É este reconhecimento do indivíduo como juiz último dos seus fins, a crença de que, tanto quanto possível, as suas opiniões devem ser governadas pelas suas ações, que forma a essência da posição individualista. (HAYEK, 1944, p. 89)

De fato, o neoliberalismo é frequentemente defendido sob a perspectiva da autodeterminação, da dignidade e da “posse de si mesmo”. Nesse sentido, em uma tentativa de articular uma concepção de igualdade que negue que todos sejam, por natureza ou direito,

subordinados a outros, a teoria atribui uma importância significativa à necessidade de cada pessoa possuir os direitos jurídicos sobre si mesma, tal como os proprietários tinham sobre seus escravos.

Ninguém deve ser considerado meramente um recurso para outros, sendo a melhor maneira de impedir a instrumentalização de uma pessoa a atribuição, a cada um, do direito de propriedade de si mesmo (KYMLYCA, 2015, p. 159).

Contudo, o advento do capitalismo de vigilância não representa tal perspectiva neoliberal sobre a proteção das liberdades individuais e coletivas, visto que o livre consentimento, a liberdade de escolha, a autodeterminação e a privacidade dos indivíduos envolvidos é negligenciada, fato este que, em longo prazo, trará consequências nocivas à sociedade.

Além disso, a tese neoliberal do mercado como um agente autônomo e uma ordem complexa, a qual não pode ser regulada por agentes externos a ele, também não retrata a realidade da ordem econômica atual, principalmente no que tange à mediação por computador e às inovações tecnológicas. Portanto, o mercado não é uma ordem econômica complexa e inenarrável como entende Hayek (1944), principalmente em razão do advento da Internet, que tornou as transações mais transparentes.

É esse o entendimento de Zuboff (2021, p. 53) ao esclarecer que, para Hayek, o mercado seria uma ordem ampliada incompreensível, à qual os indivíduos devem subjugar suas vontades. Contudo, o advento da mediação por computador tornou a economia transparente e cognoscível de diversas maneiras, de modo que se tem um contraste marcante com o clássico ideal neoliberal do mercado como intrinsecamente inefável e incognoscível.

Portanto, o mercado não deve ser entendido como algo complexo, sobre o qual os cidadãos e o Estado estão impossibilitados de deliberar. Pelo contrário, a atividade econômica causa implicações em diversos aspectos cotidianos, e, conforme demonstrado, o livre exercício dessa atividade contribuiu para a violação de direitos coletivos e individuais, razão pela qual um Estado mínimo, limitado apenas ao papel de promover o funcionamento do mercado e deixando todos os riscos da atividade sob a responsabilidade dos agentes econômicos, é conivente com as violações corriqueiras contra as liberdades trazidas pelas novas atividades econômicas no ramo da tecnologia.

Nas relações de consumo, a autodeterminação e a soberania dos consumidores são nitidamente mitigadas, sendo substituídas pela vulnerabilidade diante dos agentes econômicos,

a qual ocorre em razão da falta de conhecimento técnico e da ausência de informações transparentes e qualificadas disponibilizadas a eles.

O consentimento “voluntário” fornecido pelos consumidores, no que tange aos contratos no meio virtual ou à política de extração e venda de dados, muitas vezes ocorre de maneira involuntária, visto que, não lhes é assegurado outra opção senão concordar com os termos de uso em sua integralidade, tampouco a possibilidade de escolher os dados que deseja compartilhar. Assim, ou o consumidor aceita a política de extração de dados em sua integralidade ou deixa de utilizar o serviço ou adquirir o produto.

O consumo no espaço virtual possui o diferencial da facilidade, da simplicidade e da agilidade na celebração dos contratos de consumo, necessitando somente de um clique para serem celebrados. Ocorre que, algumas vezes, não somente a celebração do contrato é automatizada, como também a sua execução.

Os chamados “contratos inteligentes” (*smart contracts*) trazem cláusulas predeterminadas de acordo com o padrão de comportamentos dos contratantes e, com isso, limitam o contato direto e pessoal entre as partes, priorizando o interesse útil presumido das partes na contratação, sem qualquer possibilidade de alteração ou discussão de seus termos.

Zuboff (2021, p. 381) alude que, quando o imperativo das máquinas e as informações produzidas por inteligência artificial se sobrepõem à vontade humana na celebração de um contrato, há uma total inversão da lógica da relação contratual, que tem como base a vontade das partes. Com isso, uma relação na qual a inteligência artificial predomina fica caracterizada como um “incontrato”.

O incontrato abandona o mundo humano de promessas legalmente obrigatórias e as substitui por cálculos positivistas de processos de máquina automatizados. Sem dar qualquer sinal disso, o incontrato se desfaz de milênios de evolução social durante os quais a civilização ocidental institucionalizou o contrato como uma grande conquista da vontade compartilhada. (ZUBOFF, 2021, p. 381)

Dessa forma, estes indivíduos não são donos de si mesmos, tampouco possuem plena autodeterminação, haja vista serem alvos de influências externas a todo o momento, capazes de interferir em seus pensamentos, sentimentos e condutas.

Com o uso das redes sociais e das plataformas digitais, a extração de dados e a venda de padrões e previsões comportamentais tornou-se recorrente, e, com isso, as modulações no comportamento humano ocorrem de maneira mais invasiva.

Os anúncios direcionados são um dentre vários exemplos que representam essa realidade, visto que, são responsáveis por despertarem interesses muito diretos aos potenciais consumidores, os quais não surgiriam se não em decorrência do contato com a publicidade feita

sob medida. Desse modo, a partir de uma análise dos gostos, temperamentos, vulnerabilidades e preferências de cada um, as empresas passam a oferecer soluções para os potenciais consumidores específicos cujos dados foram analisados.

É necessário destacar que, nos anúncios tradicionais, destinados à massa, através de propagandas disseminadas na televisão ou em *outdoors*, por exemplo, o consumidor observa o anúncio de forma passiva. Entretanto, de maneira diferente ocorre com o anúncio direcionado, visto que, nas mídias sociais, o consumidor torna-se um produtor de conteúdo, ou seja, além de contribuir para a produção de informações que serão utilizadas para disseminar mais anúncios direcionados, a possibilidade de resposta direta do consumidor é exponencialmente maior, razão pela qual estes anúncios são muito benéficos aos anunciantes.

Nesse sentido, as plataformas como o *Facebook*, que possuem como principal fonte de renda a mediação e a entrega de publicidade, seguem investindo em mecanismos capazes de modular a conduta dos indivíduos usuários das redes. (MACHADO, 2018, p. 54)

De fato, tem sido difícil escapar desse audaz projeto de mercado: seus tentáculos se estendem arrebanhando inocentes jogadores de *Pokemon Go* para comer, beber e comprar em restaurantes, bares, lanchonetes e lojas que pagam para jogar nos seus mercados futuros comportamentais; e chegam até a expropriação cruel do superávit gerado a partir de perfis no *Facebook* com o propósito de moldar o comportamento individual, seja para que se compre um creme para espinhas às 17h45 de uma sexta-feira, seja para que se clique numa oferta de novos tênis de corrida à medida que seu cérebro é dominado pela endorfina após a sua longa corrida matinal de domingo. (ZUBOFF, 2021, p. 20)

Entretanto, o saber produzido no nível da elaboração de perfil é pouco disponível ou perceptível pelos indivíduos sujeitos a esta ação. Tal ofuscação é intencional e serve para tornar a plataforma um local onde estas restrições que lá existem não sejam de fato sentidas e o ambiente continue propício para a ação (MACHADO, 2018, p. 54).

É necessário que a plataforma seja entendida como uma ferramenta capaz de realizar avaliações neutras pelos que consomem, bem como, vendida como uma ferramenta de promoção seletiva aos anunciantes. Nesse sentido, é imprescindível a confiança depositada pelos consumidores e anunciantes na plataforma, para que continuem consumindo informações e impulsionando conteúdo (MACHADO, 2018, p. 54).

Esse novo poder de controle exercido pela modulação de comportamento atua restringindo ou impulsionando o acesso à informação. Com isso, ao mesmo tempo em que esse controle impõe restrições, ele passa uma sensação de liberdade.

As dinâmicas de uso propostas pelas plataformas de mídias sociais como o *Facebook* parecem potencializar o paradoxo da liberdade controlada. Elas oferecem um ambiente onde o usuário é incentivado a compartilhar, mas só recebe a informação

que uma série de algoritmos decidiu ser mais relevante para ele. É incentivado a se expressar, mas seguindo regras de conduta, ou escolhendo dentre seis emoções que representem o que está sentindo. (MACHADO, 2018, p. 59)

Em comparação ao poder disciplinar, cujo objeto da disciplina é sempre o indivíduo, os efeitos produzidos pela modulação são distintos, visto que o produto da modulação não tem uma forma específica e está em constante transformação, sendo, portanto, mais um processo do que um objeto. Ademais, a forma de intervenção é diferenciada, na medida em que o objetivo do poder disciplinar é corrigir comportamentos, enquanto na modulação, o objetivo é antecipá-los (MACHADO, 2018, p. 62).

A modulação do comportamento ocorre sem a restrição de ações, porém, através da concentração de certas informações e da restrição a outras. Estas características inerentes da sociedade de controle a diferem da sociedade disciplinar, pois a primeira é caracterizada pelos dispositivos de modulação, que atuam com base na memória e atenção, bem como é fundamentada nas subjetividades e emoções de cada um. (OLIVEIRA, 2018, p. 83).

Nesse sentido, hábitos de consumo, decisões sobre o que consumir, quando e onde consumir, bem como o que sentir quando não for possível obter determinado bem ou serviço, serão sempre resultantes de um contato direto e constante com informações calculadas e processadas para atender alguma finalidade preestabelecida. Ou seja, a dificuldade em escapar de tais intervenções e tentativas de modulação de comportamentos é grande, o que acaba por reduzir a capacidade do consumidor de decidir sozinho sobre o seu comportamento futuro.

No futuro que o capitalismo de vigilância prepara para nós, a minha vontade e a sua ameaçam o fluxo das receitas de vigilância. O objetivo do sistema não é nos destruir, apenas nos criar e lucrar com a autoria da criação. Tais meios foram imaginados no passado, mas só agora são viáveis. Tais meios foram rejeitados no passado, mas só agora obtiveram permissão de se instalar. Nós somos apanhados sem ter consciência, tosquiados de alternativas significativas para saída, resistência ou proteção. [...]

Deuses têm conhecimento acerca do futuro, mas nós vamos em frente, assumimos riscos e nos relacionamos apesar do fato de não podermos saber de tudo sobre o presente, muito menos sobre o futuro. Essa é a essência da nossa liberdade, expressa como o elementar direito ao tempo futuro. Com a construção e a posse dos novos meios de modificação comportamental, o destino desse direito se conforma a um padrão que já identificamos. Ele não está extinto, e sim foi usurpado: recrutado e acumulado pelas reivindicações exclusivas do capital de vigilância sobre nossos futuros. (ZUBOFF, 2021, p. 386).

Dessa forma, o controle exercido é de grande monta, porém, ocorre de maneira tão sutil, que se torna de difícil percepção. Com a massiva atuação destes mecanismos de modulação de comportamentos, os consumidores perdem a autonomia e a liberdade de decidir sobre o seu futuro com base em sentimentos e pensamentos próprios, sem quaisquer intervenções externas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em decorrência de políticas neoliberais, os agentes econômicos passaram a atuar de maneira desenfreada, com poucas limitações no que tange à busca por lucratividade. Nesse sentido, cumpre mencionar que a indústria da tecnologia vem crescendo exponencialmente. Hoje, com o desenvolvimento dos algoritmos e do mercado de comportamentos futuros, passou a exercer um enorme controle sobre a sociedade atual em razão de tais inovações que estão inseridas no cotidiano.

Cumpre ressaltar que, tamanha é a complexidade do sistema de extração e compartilhamento de dados pessoais, que há uma dificuldade humana em decifrar, com precisão, como funcionam os mecanismos dos algoritmos. No entanto, a realidade já permite prever quais serão as consequências do uso excessivo desses mecanismos, indicando que serão nefastas.

As violações de direitos fundamentais, tais como, a privacidade, a liberdade de escolha e a autonomia dos indivíduos, vêm sendo admitidas e presenciadas com absoluta normalidade, o que ocorre porque as transações decorrentes dela seguiram a lógica capitalista, ou seja, trouxeram consigo proveito econômico e aumentaram a lucratividade das empresas.

O desenvolvimento do capitalismo de vigilância é indissociável dos caminhos traçados pela atividade econômica, social e política, nas últimas décadas, em escala global. Nesse cenário, a individualização e a flexibilização da produção, bem como a segmentação do marketing, foram instrumentos adotados pelos agentes econômicos para suprir a crise da produção em massa, contribuindo para o surgimento de mecanismos de extração e de compartilhamento de dados pessoais.

Cumpre mencionar que os fornecedores estão presentes nas relações provenientes deste fenômeno, atuando em busca de previsões comportamentais para obter benefícios lucrativos, o que acabou por trazer consequências às relações de consumo.

No entanto, o que se buscou demonstrar com a presente pesquisa é que o fenômeno do capitalismo de vigilância está avançando com as técnicas de modulação de comportamentos humanos, de modo que a liberdade de escolha, a privacidade e a autonomia dos consumidores no meio virtual não estão sendo garantidas. A intervenção direta destes mecanismos, que atuam com técnicas de persuasão e psicometria, com base em informações muito específicas, prejudica o poder decisório dos consumidores, e interfere em seu comportamento, vez que

exercem um controle considerável, porém, passam quase despercebidos pelos consumidores no meio virtual.

Portanto, afirma-se que as práticas de extração e venda de informações pessoais dos indivíduos, característica do capitalismo de vigilância, contribuíram para que houvesse uma forte redução da liberdade de escolha e da autonomia dos consumidores, na medida em que sofrem um controle exacerbado em seu comportamento a partir das técnicas de modulação comportamental descritas acima, as quais prejudicam a capacidade do indivíduo de tomar suas decisões sem interferência externa no que tange aos comportamentos futuros.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Elísio Augusto Velloso, MIRANDA, Cristina Pires Teixeira de. Sociedade em Rede, Novas Tecnologias, Privacidade, Consumo e Vulnerabilidade: Necessidade de Proteção Eficiente do Consumidor no Ambiente das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação. *In*: VERBICARO, Dennis; VERBICARO, Loiane; VIEIRA, Janaina (Coord.). **Direito do consumidor digital**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: Economia, sociedade e cultura**. v. 1. 21 ed. São Paulo: Paz & Terra, 2020.

DWORKIN, Ronald. **A virtude soberana: a teoria e a prática da igualdade**. Tradução de Jussara Simões. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

DWORKIN, Ronald. **Justiça para ouriços**. Tradução de Pedro Elói Duarte. Coimbra: Almedina, 2012.

HARVEY, David. **Neoliberalismo: História e implicações**. Tradução de Adail Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 2014.

HAYEK, Friedrich A. **O caminho para a servidão**. Tradução de Marcelino Amaral. Lisboa: 70, 2014.

KYMLICKA, Will. **Filosofia política contemporânea: uma introdução**. Tradução de Luís Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

MACHADO, Débora. A modulação do comportamento nas plataformas de mídias sociais. *In*: AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; SOUZA, Joyce (Coord.). **A sociedade de controle: Manipulação e modulação nas redes digitais**. São Paulo: HEDRA, 2018.

NOZICK, Robert. **Anarquia, estado e utopia**. Tradução de Vitor Guerreiro. Lisboa: 70, 2009.

OLIVEIRA, Carla. Aprendizado de máquina e modulação do comportamento humano. *In*: AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; SOUZA, Joyce (Coord.). **A sociedade de controle: Manipulação e modulação nas redes digitais**. São Paulo, SP: HEDRA, 2018.

PIKETTY, Thomas. **O capital no século XXI**. Tradução de Monica Baumgarten de Bolle. São Paulo: Intrínseca, 2014.

THE GUARDIAN. **Edward Snowden: ‘As pessoas ainda estão impotentes, mas agora estão cientes’**. Disponível em: <https://www.theguardian.com/us-news/2018/jun/04/edward-snowden-people-still-powerless-but-aware>. Acesso em: 04 dez. 2020.

THE GUARDIAN. **Revelado: 50 milhões de perfis do Facebook coletados para Cambridge Analytica em grande violação de dados**. Disponível em: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>. Acesso em: 04 dez. 2020.

THE NEW YORK TIMES. **Cambridge Analytica e Facebook: The Scandal and the Fallout So Far**. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html>. Acesso em: 04 dez. 2020.

THE NEW YORK TIMES. **NSA triplica coleta de dados de empresas de telefonia dos EUA**. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/05/04/us/politics/nsa-surveillance-2017-annual-report.html>. Acesso em: 04 dez. 2020.

ZUBOFF, Shoshana. *Big other: Capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação*. In: BRUNO, Fernanda; CARDOSO, Bruno; KANASHIRO, Marta; GUILHON, Luciana; MELGAÇO, Lucas (org.). **Tecnopolíticas da Vigilância: Perspectivas da margem**. São Paulo: Boitempo, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Tradução de George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.