

**V CONGRESSO INTERNACIONAL DE
DIREITO E INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL (V CIDIA)**

**PRIVACIDADE, PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E
NEGÓCIOS INOVADORES**

P961

Privacidade, proteção de dados pessoais e negócios inovadores [Recurso eletrônico on-line] organização V Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial (V CIDIA): Skema Business School – Belo Horizonte;

Coordenadores: Guilherme Spillari Costa, Dineia Anziliero Dal Pizzol e Evaldo Osorio Hackmann – Belo Horizonte: Skema Business School, 2024.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-933-9

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

Tema: Mercados globais e empreendedorismo a partir do desenvolvimento algorítmico.

1. GDPR. 2. Segurança da informação. 3. Compliance. I. V Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial (1:2024 : Belo Horizonte, MG).

CDU: 34

skema
BUSINESS SCHOOL

LAW SCHOOL
FOR BUSINESS

**V CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (V CIDIA)**
**PRIVACIDADE, PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E NEGÓCIOS
INOVADORES**

Apresentação

A SKEMA Business School é uma organização francesa sem fins lucrativos, com presença em seis países diferentes ao redor do mundo (França, EUA, China, Brasil e África do Sul e Canadá) e detentora de três prestigiadas credenciações internacionais (AMBA, EQUIS e AACSB), refletindo seu compromisso com a pesquisa de alta qualidade na economia do conhecimento. A SKEMA reconhece que, em um mundo cada vez mais digital, é essencial adotar uma abordagem transdisciplinar.

Cumprindo esse propósito, o V Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial (V CIDIA), realizado nos dias 6 e 7 de junho de 2024, em formato híbrido, manteve-se como o principal evento acadêmico sediado no Brasil com o propósito de fomentar ricas discussões sobre as diversas interseções entre o direito e a inteligência artificial. O evento, que teve como tema central "Mercados Globais e Empreendedorismo a partir do Desenvolvimento Algorítmico", contou com a presença de renomados especialistas nacionais e internacionais, que abordaram temas de relevância crescente no cenário jurídico contemporâneo.

Profissionais e estudantes dos cursos de Direito, Administração, Economia, Ciência de Dados, Ciência da Computação, entre outros, tiveram a oportunidade de se conectar e compartilhar conhecimentos, promovendo um ambiente de rica troca intelectual. O V CIDIA contou com a participação de acadêmicos e profissionais provenientes de diversas regiões do Brasil e do exterior. Entre os estados brasileiros representados, estavam: Pará (PA), Amazonas (AM), Minas Gerais (MG), Ceará (CE), Rio Grande do Sul (RS), Paraíba (PB), Paraná (PR), Rio de Janeiro (RJ), Alagoas (AL), Maranhão (MA), Santa Catarina (SC), Pernambuco (PE), e o Distrito Federal (DF). Além disso, o evento contou com a adesão de participantes internacionais, incluindo representantes de Portugal, França, Itália e Canadá, destacando a amplitude e o alcance global do congresso. Este encontro plural reforçou a importância da colaboração inter-regional e internacional na discussão dos temas relacionados ao desenvolvimento algorítmico e suas implicações nos mercados globais e no empreendedorismo.

Foram discutidos assuntos variados, desde a regulamentação da inteligência artificial até as novas perspectivas de negócios e inovação, destacando como os algoritmos estão

remodelando setores tradicionais e impulsionando a criação de empresas inovadoras. Com uma programação abrangente, o congresso proporcionou um espaço vital para discutir os desafios e oportunidades que emergem com o desenvolvimento algorítmico, reforçando a importância de uma abordagem jurídica e ética robusta nesse contexto em constante evolução.

A jornada teve início no dia 6 de junho com a conferência de abertura ministrada pela Professora Dr^a. Margherita Pagani, do SKEMA Centre for Artificial Intelligence, campus de Paris, França. Com o tema "Impacts of AI on Business Transformation", Pagani destacou os efeitos transformadores da inteligência artificial nos negócios, ressaltando seu impacto no comportamento do consumidor e nas estratégias de marketing em mídias sociais. O debate foi enriquecido pela participação do Professor Dr. José Luiz de Moura Faleiros Jr., da SKEMA Law School, campus de Belo Horizonte, Brasil, que trouxe reflexões críticas sobre o tema.

Após um breve intervalo, o evento retomou com o primeiro painel, intitulado "Panorama global da Inteligência Artificial". O Professor Dr. Manuel David Masseno, do Instituto Politécnico de Beja, Portugal, apresentou uma análise detalhada sobre as "práticas de IA proibidas" no novo Regulamento de Inteligência Artificial da União Europeia, explorando os limites da dignidade humana frente às novas tecnologias. Em seguida, o Professor Dr. Steve Ataky, da SKEMA Business School, campus de Montreal, Canadá, discutiu as capacidades, aplicações e potenciais futuros da IA com geração aumentada por recuperação, destacando as inovações no campo da visão computacional.

No período da tarde foram realizados grupos de trabalho que contaram com a apresentação de mais de 40 trabalhos acadêmicos relacionados à temática do evento. Com isso, o primeiro dia foi encerrado, após intensas discussões e troca de ideias que estabeleceram um panorama abrangente das tendências e desafios da inteligência artificial em nível global.

O segundo dia de atividades começou com o segundo painel temático, que abordou "Mercados globais e inteligência artificial". O Professor Dr. Edgar Gastón Jacobs Flores Filho, da SKEMA Law School, campus de Belo Horizonte, Brasil, apresentou um panorama da regulação da IA no Brasil, enquanto o Professor Dr. Fischer Stefan Meira, da SKEMA Business School, campus de Belo Horizonte, Brasil, explorou as perspectivas e desafios do desenvolvimento algorítmico.

Após breve intervalo, o terceiro painel teve início às 10:00h, focando em "Contratos, concorrência e inteligência artificial". O Professor Dr. Frédéric Marty, da Université Côte d'Azur, França, discutiu a "colusão por algoritmos", um fenômeno emergente nas políticas de

concorrência, enquanto o Professor Dr. Bernardo de Azevedo e Souza, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil, trouxe novas perspectivas para o empreendedorismo jurídico. A Professora Ms. Lorena Muniz e Castro Lage, SKEMA Law School, campus de Belo Horizonte, Brasil, completou o painel abordando as interseções entre startups e inteligência artificial, destacando os desafios e oportunidades para empresas inovadoras.

Durante a tarde, uma nova rodada de apresentações nos grupos de trabalho se seguiu, com 35 trabalhos acadêmicos relacionados à temática do evento sendo abordados para ilustrar a pujança do debate em torno do assunto. O segundo dia foi encerrado consolidando a importância do debate sobre a regulação e a aplicação da inteligência artificial em diferentes setores.

Como dito, o evento contou com apresentações de resumos expandidos em diversos Grupos de Trabalho (GTs), realizados on-line nas tardes dos dias 6 e 7 de junho. Os GTs tiveram os seguintes eixos de discussão, sob coordenação de renomados especialistas nos respectivos campos de pesquisa:

- a) Startups e Empreendedorismo de Base Tecnológica – Coordenado por Laurence Duarte Araújo Pereira, Maria Cláudia Viana Hissa Dias do Vale Gangana e Luiz Felipe Vieira de Siqueira.
- b) Jurimetria Cibernética Jurídica e Ciência de Dados – Coordenado por Arthur Salles de Paula Moreira, Isabela Campos Vidigal Martins e Gabriel Ribeiro de Lima.
- c) Decisões Automatizadas e Gestão Empresarial – Coordenado por Yago Aparecido Oliveira Santos, Pedro Gabriel Romanini Turra e Allan Fuezi de Moura Barbosa.
- d) Algoritmos, Modelos de Linguagem e Propriedade Intelectual – Coordenado por Vinicius de Negreiros Calado, Guilherme Mucelin e Agatha Gonçalves Santana.
- e) Regulação da Inteligência Artificial – I – Coordenado por Tainá Aguiar Junquillo, Paula Guedes Fernandes da Silva e Fernanda Ribeiro.
- f) Regulação da Inteligência Artificial – II – Coordenado por João Alexandre Silva Alves Guimarães, Ana Júlia Guimarães e Erick Hitoshi Guimarães Makiya.
- g) Regulação da Inteligência Artificial – III – Coordenado por Gabriel Oliveira de Aguiar Borges, Matheus Antes Schwede e Luiz Felipe de Freitas Cordeiro.

h) Inteligência Artificial, Mercados Globais e Contratos – Coordenado por Fernanda Sathler Rocha Franco, Gabriel Fraga Hamester e Victor Willcox.

i) Privacidade, Proteção de Dados Pessoais e Negócios Inovadores – Coordenado por Guilherme Spillari Costa, Dineia Anziliero Dal Pizzol e Evaldo Osorio Hackmann.

j) Empresa, Tecnologia e Sustentabilidade – Coordenado por Marcia Andrea Bühring, Jessica Mello Tahim e Angélica Cerdotes.

Cada GT proporcionou um espaço de diálogo e troca de experiências entre pesquisadores e profissionais, contribuindo para o avanço das discussões sobre a aplicação da inteligência artificial no direito e em outros campos relacionados.

Um sucesso desse porte não seria possível sem o apoio institucional do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito - CONPEDI, que desde a primeira edição do evento provê uma parceria sólida e indispensável ao seu sucesso. A colaboração contínua do CONPEDI tem sido fundamental para a organização e realização deste congresso, assegurando a qualidade e a relevância dos debates promovidos. Além disso, um elogio especial deve ser feito ao trabalho do Professor Dr. Caio Augusto Souza Lara, que participou da coordenação científica das edições precedentes. Seu legado e dedicação destacam a importância do congresso e contribuem para consolidar sua reputação como um evento de referência na intersecção entre direito e inteligência artificial.

Por fim, o V Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial foi, sem dúvida, um marco importante para a comunidade acadêmica e profissional, fomentando debates essenciais sobre a evolução tecnológica e suas implicações jurídicas.

Expressamos nossos agradecimentos às pesquisadoras e aos pesquisadores por sua inestimável contribuição e desejamos a todos uma leitura excelente e proveitosa!

Belo Horizonte-MG, 10 de julho de 2024.

Prof^a. Dr^a. Geneviève Daniele Lucienne Dutrait Poulingue

Reitora – SKEMA Business School - Campus Belo Horizonte

Prof. Ms. Dorival Guimarães Pereira Júnior

Coordenador do Curso de Direito – SKEMA Law School

Prof. Dr. Edgar Gastón Jacobs Flores Filho

Coordenador da Pós-Graduação da SKEMA Law School

Prof. Dr. José Luiz de Moura Faleiros Júnior

Coordenador de Pesquisa – SKEMA Law School

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E PROPAGANDA PERSONALIZADA: IMPACTOS NO DESENVOLVIMENTO DA PERSONALIDADE NO CONTEXTO DIGITAL

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND PERSONALIZED ADVERTISING: IMPACTS ON PERSONALITY DEVELOPMENT IN THE DIGITAL CONTEXT

João Alexandre Silva Alves Guimarães ¹
Carolina Barcelos Bontempo ²

Resumo

A publicidade digital impacta significativamente a comunicação, exigindo uma regulamentação eficaz para proteger a privacidade. Redes sociais exemplificam a individualização do coletivo, incentivando a exposição da privacidade online. Personalização molda fluxos de informação, afetando compras, notícias, vídeos e relacionamentos. Este estudo explora os conceitos de personalidade e os perigos da personalização, destacando a importância dos direitos da personalidade na era digital.

Palavras-chave: Direitos de personalidade, Propaganda personalizada, Inteligência artificial, Consumidor

Abstract/Resumen/Résumé

Digital advertising significantly impacts communication, requiring effective regulation to protect privacy. Social networks exemplify the individualization of the collective, encouraging online privacy exposure. Personalization shapes information flows, affecting purchases, news, videos, and relationships. This study explores personality concepts and the dangers of personalization, emphasizing the importance of personality rights in the digital age.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Personality rights, Personalized advertising, Artificial intelligence, Consumer

¹ Doutorando em Direito pela Universidade de Coimbra. Mestre em Direito da União Europeia pela Universidade do Minho. Membro do IBERC, IAPD e do DTEC-UFMG. joaoalexgui@gmail.com

² Mestranda em Direito Público na Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Membro do Grupo de Estudos em Direito e Tecnologia da UFMG (DTec-UFMG). E-mail: carolina.bontempo@ufu.br

1. INTRODUÇÃO

A publicidade no campo da comunicação apresenta múltiplas dimensões e impactos que requerem análise e reflexão aprofundada. Além disso, é fundamental debater uma regulamentação eficaz dessa atividade, visando mitigar ou resolver os riscos de violação de direitos, especialmente no ambiente digital que está em constante crescimento. No cenário atual, as redes sociais exemplificam a individualização do coletivo, substituindo a antiga noção de comunidade da Idade Média por relações passageiras, hedonistas, consumistas e virtuais, características da chamada "idade média" (Martins; Ferreira, 2018).

A sociedade é cada vez mais incentivada a compartilhar sua privacidade na internet. Segundo os ensinamentos de Zygmunt Bauman e David Lyon em "Vigilância Líquida", a vigilância se suaviza especialmente no contexto do consumo. As antigas restrições se afrouxam à medida que fragmentos de dados pessoais, obtidos para um propósito, são facilmente utilizados para outros fins. Exibir esses dados publicamente torna-se uma condição marcada pela ausência de observadores ansiosos para extrair e revelar os segredos ocultos atrás das barreiras da privacidade, reagindo à liquidez e reproduzindo-a. Sem um contêiner fixo, mas impulsionada pela demanda por segurança e orientada pelo marketing persistente das empresas de tecnologia, a segurança se espalha por todos os lados (Bauman, 2013).

De acordo com Rodotà, muitas vezes foi afirmado que a tecnologia nos coloca na posição de encontrar um espaço virtual onde podemos satisfazer nossos interesses pessoais. No entanto, esse processo de seleção de interesses pode levar a uma maior fragmentação social, em vez de fortalecer o sentido de comunidade. Os dados disponíveis mostram claramente que as comunidades virtuais já oferecem a possibilidade de estabelecer conexões sociais particularmente intensas ou até se apresentam como o único meio de participação social para indivíduos que, de outra forma, estariam condenados ao isolamento (Rodotà, 2008).

Stéfano Rodotà argumenta que o julgamento qualitativo dessas relações não pode fundamentar um julgamento de realidade, negando a existência de uma formação social. Além disso, a valoração negativa dessas relações não deve levar à conclusão de que é preferível desencorajá-las para evitar distorções no processo de formação da personalidade. Como a existência de uma entidade social na qual um indivíduo decide se inserir é baseada em um dado objetivo, as garantias constitucionais devem ser ampliadas para incluir essas novas realidades, reconhecendo a legitimidade das escolhas dos indivíduos que optam por estar presentes nas redes sociais e fazendo disso um aspecto significativo na definição global de sua identidade (Rodotà, 2008).

A personalização não influencia apenas nossas compras. Ela está moldando os fluxos de informação muito além das redes sociais, pois sites de notícias agora nos fornecem manchetes baseadas em nossos interesses e desejos pessoais. A personalização afeta os vídeos que assistimos em plataformas de vídeo, assim como as postagens em blogs que acompanhamos. Ela também influencia os e-mails que recebemos, os potenciais parceiros que encontramos em aplicativos de relacionamento, e os restaurantes que os aplicativos de delivery nos recomendam. Em outras palavras, a personalização pode facilmente afetar não só quem sai para jantar com quem, mas também aonde vão e sobre o que conversam. Os algoritmos que orquestram nossa publicidade estão começando a orquestrar nossas vidas (Pariser, 2011).

Esse trabalho explorará os conceitos de personalidade, e como desenvolver a personalidade livremente na internet, e os perigos que a personalização está trazendo aos consumidores e a dificuldade dos usuários de internet procurarem o que realmente precisam.

2. O DESENVOLVIMENTO DA PERSONALIDADE

O Direito só pode ser concebido tendo os seres humanos em convivência como seus destinatários. A aplicação do direito civil a essa convivência humana cria uma rede de relações jurídicas entre as pessoas, traduzidas em poderes e deveres jurídicos em sentido amplo. (Pinto; Monteiro; Pinto, 2020)

A Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH) da Assembleia Geral das Nações Unidas evidenciava, em seu artigo 1º, que "Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e direitos.". O artigo 22 da DUDH explicita que: "Todo ser humano, como membro da sociedade, tem direito à segurança social e à realização, pelo esforço nacional, pela cooperação internacional e de acordo com a organização e recursos de cada Estado, dos direitos econômicos, sociais e culturais indispensáveis à sua dignidade e ao livre desenvolvimento de sua personalidade."(ONU, 1948)

O direito ao desenvolvimento da personalidade, um princípio constitucional essencial, reconhece diversos direitos subjetivos. No entanto, tem sido usado para justificar a criação contínua de subdireitos, com inúmeras variantes conforme as possíveis aplicações da autonomia. O problema central é a confusão entre o desenvolvimento da personalidade, que por natureza deve ser livre, e o mero exercício da autodeterminação da vontade. Essas são dimensões distintas, embora interligadas, da personalidade humana. Reduzir o desenvolvimento da personalidade à simples autonomia pessoal é diminuir um objetivo vital – a plenitude da pessoa – a um de seus meios, a liberdade individual. Além disso, essa visão pós-moderna resulta em uma compreensão equivocada da autonomia, que deveria ser pessoal, mas

frequentemente se torna meramente individual, abrindo espaço para todas as formas de expressão de uma vontade arbitrária. (Barbosa; Álvares, 2020)

O direito à vida privada é um aspecto fundamental dos direitos da personalidade e é protegido constitucionalmente no Brasil pelo artigo 5º, inciso X, da Constituição Federal, que assegura a inviolabilidade da intimidade e da vida privada. Esse direito também é reconhecido internacionalmente, como no artigo 8º da Convenção Europeia de Direitos Humanos, que garante o direito à vida privada. O conceito de vida privada é amplo e abrange diversos outros direitos da personalidade, incluindo a imagem e a honra. (Oliveira;Costa-Neto, 2023)

Os direitos da personalidade têm por objeto os modos de ser, físicos ou morais do indivíduo. O que se busca proteger com tais direitos são os atributos específicos da personalidade, sendo esta a qualidade do ente considerado pessoa. Em síntese, pode-se afirmar que os direitos da personalidade são aqueles inerentes à pessoa e à sua dignidade (art. 1.º, inc. III, da CF/1988). (Tartuce, 2022)

De acordo com Schreiber, apoiado em Andrade, os direitos de personalidade são os atributos privados que merecem proteção, os direitos humanos são aqueles que não dependem de regras e os direitos fundamentais são aqueles positivados em documentos constitucionais. Neste trabalho, consideramos que as nomenclaturas se equivalem. (Andrade, 2016)

Os direitos de personalidade reforçam a garantia da pessoa em defender-se contra investidas ofensivas, vexatórias e atentatórias de terceiros. Não é atoa que Rosenvald e Cristiano Chaves (2017) destacam que “os direitos de personalidade estão, inexoravelmente, unidos ao desenvolvimento da pessoa humana, caracterizando-se como garantia para a preservação de sua dignidade”.

A sociedade em rede existe pelo desenvolvimento tecnológico de bens que transmitem informações¹, principalmente as coisas microeletrônicas e a internet. É que após a década de 70, foram desenvolvidos microprocessadores, o que permitiu o desenvolvimento de melhores computadores; roteadores e comutadores, resultando no progresso das telecomunicações. (Castells, 1999)

Não se pode aceitar que o ser humano seja constantemente usado como meio para satisfazer a curiosidade de terceiros. Isso não é apenas inconstitucional, mas também viola a

¹ Nesta linha de ideias, Pazzinato e Freitas ponderam que “após a era da revolução industrial, surge a era da informação, também conhecida como a era digital, que teve como base as invenções do microprocessador, a rede de computadores, a fibra óptica e o computador pessoal. Essa era revolucionou a comunicação por meio dos sistemas rápidos, eficientes, capazes de fazer chegar, a inúmeras pessoas ao mesmo tempo, um volume nunca antes possível de informações em qualquer parte do globo terrestre”. PAZZINATTO, Carlos Henrique; FREITAS, Cinthia Obladen. O direito ao esquecimento frente aos mecanismos de memória eterna. **Revista Opinião Jurídica**, Fortaleza, v. 13, n. 17, p. 82-107, 2015. Página 85.

própria essência humana, que necessita de proteção erga omnes. Em respeito aos direitos da personalidade moral, qualquer pessoa tem o direito de ser deixada em paz, bastando manifestar sua vontade, e pode manter-se anônima para prevenir eventuais lesões à sua vida privada, intimidade e honra, especialmente em face das tecnologias da informação e comunicação. (Ferriani, 2016)

3. PROPAGANDA PERSONALIZADA E OS SEUS PERIGOS

O desenvolvimento e o uso crescente de tecnologias que deixam "pegadas eletrônicas" tornam cada vez mais cruciais as garantias contra o tratamento e a utilização abusiva de dados pessoais informatizados. A tensão entre esses dados e diversos direitos, liberdades e garantias – como o desenvolvimento da personalidade, a dignidade da pessoa e a privacidade – é indiscutível. (Canotilho; Moreira, 2007)

Os grupos de consumidores da internet buscam basicamente três necessidades, que podem ser resumidas em informação, entretenimento e relacionamento. Para a informação, o consumidor pode rapidamente encontrar respostas por meio de plataformas de busca ou ferramentas de busca dentro das redes sociais. Nesse contexto, quanto maior a oferta de conteúdo na plataforma, mais consumidores são atraídos, atendendo suas necessidades de informação. (Quinelato, 2022)

Em relação ao entretenimento, o consumidor acessa conteúdo em uma velocidade sem precedentes, sem fronteiras espaciais. Uma característica distintiva desse universo digital é a transmissão digital, ou streaming, que substitui a compra de mídias físicas pelo uso de aplicativos em celulares, tablets e notebooks. (Quinelato, 2022)

O relacionamento, por sua vez, é facilitado na internet pelas redes sociais, que se destacam pela comunicação instantânea. As redes sociais, juntamente com websites colaborativos, formam as mídias sociais, ajudando na busca por relacionamentos ao criar uma sensação de comunidade, aproximando os indivíduos virtualmente. (Quinelato, 2022)

Nesse cenário, baseado na economia digital e considerando as três necessidades mencionadas, o consumidor encontra ferramentas para modificar seu comportamento e se empoderar, tornando-se um sujeito ativo e mais consciente na tomada de decisões, o que pode impactar a dinâmica publicitária das empresas. (Quinelato, 2022)

A personalização não se limita a determinar o que compramos. Ela está moldando os fluxos de informação muito além das redes sociais, pois sites de notícias agora nos fornecem manchetes baseadas em nossos interesses e desejos pessoais. A personalização influencia os vídeos que assistimos em plataformas de vídeo, bem como as postagens de blogs que acompanhamos. Ela afeta os e-mails que recebemos, os possíveis parceiros que encontramos

em aplicativos de relacionamento, e os restaurantes que os aplicativos de delivery nos recomendam – em outras palavras, a personalização pode facilmente influenciar não só quem sai para jantar com quem, mas também onde vão e sobre o que conversam. Os algoritmos que coordenam nossa publicidade estão começando a orquestrar nossas vidas. (Pariser, 2012)

A coleta de informações sobre os interesses dos potenciais consumidores tornou-se, então, necessária. Nesse contexto, os comportamentos e hábitos de consumo passam a ter uma importância crescente dentro do mercado. Afinal, para oferecer produtos e serviços específicos, é essencial conhecer os reais interesses do chamado público-alvo. (Basan, 2021)

O empoderamento do consumidor não garante plena capacidade ou poder decisório no mercado de consumo. Os indivíduos ainda são parte vulnerável nas relações de consumo, e suas vulnerabilidades podem ser agravadas, inclusive, pelas próprias fontes e pilares desse empoderamento. Embora haja um maior acesso à informação e conteúdo, as empresas também aumentam seu poder de atuação ao acessar as informações produzidas pelos consumidores. (Quinelato, 2022)

Dinheiro e preço podem funcionar como uma camisa de força para a informação, mas escapar dessa limitação requer não apenas formas muito diferentes de comunicar informações; também exige uma mudança radical na maneira como traduzimos informações em decisões. Precisamos não apenas de muito mais dados, mas também dos métodos e ferramentas adequados para trabalhar com esses dados. A ausência de tais métodos manteve os mercados baseados em dinheiro funcionando nas primeiras décadas da era digital. No entanto, as coisas estão mudando. Uma recente confluência de avanços no tratamento de dados está finalmente nos permitindo superar as limitações de dinheiro e preço e adotar a riqueza de dados nos mercados. (Mayer-Schönberger; Ramge, 2018)

4. CONCLUSÃO

A personalização na era digital trouxe benefícios e desafios. Por um lado, facilita o acesso à informação, entretenimento e relacionamento; por outro, expõe os indivíduos a riscos de privacidade e manipulação de dados. A análise revela a necessidade urgente de regulamentação para mitigar esses riscos e proteger os direitos de personalidade.

Os direitos de personalidade, como a privacidade e a honra, são fundamentais para a dignidade humana. A tecnologia, ao coletar e utilizar dados pessoais, deve respeitar esses direitos. A proteção erga omnes é crucial para garantir que os indivíduos possam exercer sua autonomia sem interferências indevidas.

Finalmente, é essencial equilibrar o uso de dados para personalização com a proteção dos direitos dos consumidores. As empresas devem adotar práticas transparentes e responsáveis, e

os legisladores devem criar leis que salvaguardem a privacidade e promovam a segurança digital. A conscientização dos consumidores também é vital para um uso mais seguro e consciente das tecnologias digitais.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Diogo Calasans Melo. Direito ao esquecimento como direito da personalidade versus liberdade de expressão como direito à informação: ponderação entre direitos fundamentais com a aplicação da proporcionalidade e razoabilidade. **Interfaces Científicas**, v. 4, n. 2, p. 79-92, fev. 2016.

BARBOSA, Mafalda Miranda; ÁLVARES, Tomás Prieto. **O Direito ao Livre Desenvolvimento da Personalidade: Sentido e Limites**. Coimbra: Gestlegal, 2020.

BASAN, Arthur Pinheiro. **Publicidade Digital e Proteção de Dados Pessoais: Direito ao Sossego**. Editora Foco, Indaiatuba, SP, 2021.

BAUMAN, Z.; LYON, D. **Vigilância Líquida**. Cambridge: Zahar, 2013.

CANOTILHO, J.J. Gomes; MOREIRA, Vital. **Constituição da República Portuguesa Anotada: artigos 1º a 107º**, Volume I, 4ª edição revista. Coimbra Editora, 2007.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede**. Tradução: Roneide Venâncio Majer. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FERRIANI, Luciana de Paula Assis. **O direito ao esquecimento como um direito da personalidade**. 235 f. Tese (Doutorado) - Curso de Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.

MARTINS, Fernando Rodrigues; FERREIRA, Keila Pacheco. Da idade média à idade média: a publicidade persuasiva digital na virada linguística do direito. In: PASQUALOTTO, Adalberto (org.). **Publicidade e proteção da infância**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2018. v. 2.

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor; RAMGE, Thomas. **Reinventing Capitalism in the Age of Big Data**. Basic Books, 1ª Edição: Edição do Kindle. Nova York, 2018.

OLIVEIRA, Carlos E. Elias de; COSTA-NETO, João. **Direito Civil. Volume Único**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2023.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**, 1948. Disponível em: <<https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>>.

PARISER, Eli. **O Filtro Invisível – O que a internet está escondendo de você**. Tradução por Diego Alfaro. Editora Zahar. Versão para Kindle. Edição digital: março 2012.

PAZZINATTO, Carlos Henrique; FREITAS, Cinthia Obladen. O direito ao esquecimento frente aos mecanismos de memória eterna. **Revista Opinião Jurídica**, Fortaleza, v. 13, n. 17, p. 82-107, 2015.

PINTO, Carlos Alberto da Mota; Monteiro, António Pinto; Pinto, Paulo Mota. **Teoria Geral do Direito Civil**. Coimbra: Gestlegal, 2020.

QUINELATO, Pietra Daneluzzi. **Preços Personalizados à Luz da Lei Geral de Proteção de Dados: Viabilidade Econômica e Juridicidade**. Indaiatuba, SP: Editora Foco, 2022.

RODOTÀ, S. **A Vida na Sociedade da Vigilância: A privacidade hoje**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

ROSENVALD, Nelson; FARIAS, Cristiano Chaves de. **Curso de Direito Civil: Parte Geral e LINDB**. 15. ed. Salvador: Juspodivm, 2017.

TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito Civil: volume único**. 12. ed. – Rio de Janeiro: Forense; METODO, 2022. Página 241.

