

IV ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

DANIELA MENENGOTI RIBEIRO

MÁRCIO RICARDO STAFFEN

MARIANA RIBEIRO SANTIAGO

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 Napolini - 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 Gaigner 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: Daniela Menengoti Ribeiro; Márcio Ricardo Staffen; Mariana Ribeiro Santiago – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-409-9

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

Tema: Constitucionalismo, desenvolvimento, sustentabilidade e smart cities.

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

CDU: 34



IV ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

O IV Encontro Virtual do CONPEDI (Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito) realizado entre os dias 09 e 11 de novembro de 2021, tendo como tema central o “Constitucionalismo, Desenvolvimento, Sustentabilidade e Smart Cities”, com apoio institucional de importantes centros de ensino, a saber, Widener University Delaware Law School, Estados Unidos, Universidad de Alicante, Espanha e Università degli Studi di Perugia, Itália, em conexão com a Escola de Ciências Jurídicas e Sociais e o Programa de Pós-graduação em Ciências Jurídicas da UNIVALI, assim como do Mestrado Profissional em Direito da UFSC.

O IV Encontro Virtual do CONPEDI, realizado virtualmente, manteve a seriedade e qualidade da produtividade características das edições anteriores, e oportunizou a continuidade da integração com pesquisadores em tempos tão adversos e desafiadores.

As professoras Dr.^a Daniela Menengoti Ribeiro, da Universidade Cesumar (Unicesumar), Dr.^a Mariana Ribeiro Santiago, da Universidade de Marília (UNIMAR) e o professor Dr. Márcio Ricardo Staffen, da Faculdade Meridional (IMED) foram honrados com a coordenação das atividades do Grupo de Trabalho intitulado “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo I” e com a coordenação dessa obra.

Os trabalhos desse Grupo de Trabalho se deram na tarde do dia 13 de novembro de 2021, ocasião em que os autores expuseram suas pesquisas e debateram temas que estão no centro das especulações de um conjunto significativo dos estudiosos do direito.

Com o objetivo de dinamizar as apresentações, os artigos foram organizados em blocos temáticos, ficando assim dispostos:

**A DEFESA DO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES DE E-COMMERCE PELO FOMENTO
A PROTEÇÃO DOS DADOS PESSOAIS SENSÍVEIS NA SOCIEDADE DA
INFORMAÇÃO**

**TUTELA DO CONSUMIDOR E LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LEI 13.709
/18)**

O DIREITO À PRIVACIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO: COMO AS EMPRESAS DEVEM PROTEGER OS DADOS PESSOAIS DOS CONSUMIDORES DE ACORDO COM A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

SOCIEDADE DO CONSUMO E A MONETIZAÇÃO DE DADOS: UM ESTUDO SOBRE O CONTROLE DE DADOS E SUA VALORIZAÇÃO NO BRASIL

O CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS E SUA DIVULGAÇÃO, INCLUINDO PUBLICIDADE DIRECIONADA À CRIANÇA: DIREITO BRASILEIRO E DIREITO INTERNACIONAL

A PUBLICIDADE DO SAMPAIO CORRÊA FUTEBOL CLUBE X ATUAÇÃO DO ESTADO: UM GOL CONTRA A LIBERDADE

A PROTEÇÃO DE CONSUMIDORES CRIANÇAS E ADOLESCENTES EM JOGOS ELETRÔNICOS: ESTUDO COMPARADO ENTRE O REGULAMENTO EUROPEU E A LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

A EXIGIBILIDADE DA TENTATIVA PRÉVIA DE RESOLUÇÃO DO CONFLITO E O ACESSO DO CONSUMIDOR À JUSTIÇA À LUZ DOS PRECEDENTES DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL

PROVA E INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA, INSTRUMENTOS PARA EFETIVA TUTELA DOS DIREITOS DA PESSOA CONSUMIDORA

A RESPONSABILIDADE CIVIL DO FORNECEDOR DE ALIMENTOS COM CORPOS ESTRANHOS

RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO DO GÊNERO ALIMENTÍCIO: UMA ANÁLISE JURISPRUDENCIAL DAS DECISÕES DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA SOBRE A AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS IMPRÓPRIOS PARA O CONSUMO

COMPLIANCE MÉDICA: NOVA VISÃO DO TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO COM EXCLUDENTE DE RESPONSABILIDADE CIVIL MÉDICA

A SOCIEDADE DO CONSUMO DURANTE O ISOLAMENTO SOCIAL: REFLEXÕES SOBRE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS, SUPERENDIVIDAMENTO E E-COMMERCE

ANÁLISE DAS PROPOSTAS LEGISLATIVAS SOBRE O SUPERENDIVIDAMENTO E O ENDIVIDAMENTO DE RISCO NO BRASIL

SUPERENDIVIDAMENTO E DIREITOS FUNDAMENTAIS: LEI Nº 14.181/2021 E O DIREITO AO MÍNIMO EXISTENCIAL

O SOLIDARISMO COMO FORMA IDEOLÓGICA DE PROTEÇÃO DO SER HUMANO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

REFLEXÕES À LUZ DA HISTÓRIA SOBRE A DEFESA DO CONSUMIDOR: DA ANTIGUIDADE ATÉ JOHN KENNEDY

Os coordenadores agradecem as contribuições acadêmicas dos autores Andre Quintela Alves Rodrigues, Áurea Moscatini, Clayrtha Raissa Nascimento Goncalves, Cleber Sanfelici Otero, Cristina Anita Schumann Lereno Terzidis, Denise Ribeiro Gasparinho Duailibe Costa, Devanildo de Amorim Souza, Elida De Cássia Mamede da Costa, Enedino Januario De Miranda E Silva, Estéfani Luise Fernandes Teixeira, Fabricio Vasconcelos de Oliveira, Francine Cansi, Gabriela Kalif Lima, Jackeline Prestes Maier, João Gabriel Yaegashi, Karen Lopes Kczam, Letícia Gomes Kieski Klosovski, Lucas Henrique Lopes Dos Santos, Luís Fernando Schiebelbein, Luiz Fernando Afonso, Maria Claudia Ribeiro Quaresma Gomes, Marina Weiss Gonçalves, Maynara Cida Melo Diniz, Monica Teresa Costa Sousa, Nelson Gilmar Tavelin Filho, Oscar Ivan Prux, Osmar Fernando Gonçalves Barreto, Paulo Sergio Velten Pereira, Ronny Max Machado, Rosane Leal Da Silva e Salomão Akhnaton Zoroastro Spencer Elesbon.

Além de se revelar uma rica experiência acadêmica, com debates produtivos e bem-sucedidas trocas de conhecimentos, o Grupo de Trabalho “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo I” também proporcionou um entoadado passeio pelos sotaques brasileiros, experiência que já se tornou característica do CONPEDI pela participação abrangente de pesquisadores de diversas regiões em seus eventos.

Registramos também o importante apoio técnico e a impecável organização do CONPEDI na pessoa da Anelise Dandolini, que acompanhou os trabalhos deste Grupo de Trabalho e atendeu prontamente às demandas dos participantes.

Por fim, reiteramos nosso imenso prazer em participar da coordenação desta obra e do CONPEDI, e desejamos a todos uma excelente leitura.

Maringá, Paraná

Marília, São Paulo

Passo Fundo, Rio Grande do Sul

Novembro de 2021

Prof.^a Dr.^a Daniela Menengoti Gonçalves Ribeiro, da Universidade Cesumar (Unicesumar),

Prof.^a Dr.^a Mariana Ribeiro Santiago, da Universidade de Marília (UNIMAR),

Prof. Dr. Márcio Ricardo Staffen, da Faculdade Meridional (IMED).

**SOCIEDADE DO CONSUMO E A MONETIZAÇÃO DE DADOS: UM ESTUDO
SOBRE O CONTROLE DE DADOS E SUA VALORIZAÇÃO NO BRASIL.**

**CONSUMER SOCIETY AND DATA MONITORING: A STUDY ON DATA
CONTROL AND ITS VALUATION IN BRAZIL.**

Ronny Max Machado ¹
Osmar Fernando Gonçalves Barreto ²
Karen Lopes Kczam ³

Resumo

Questões como, o comportamento da sociedade contemporânea em seu caráter de consumo e como os dados pessoais fornecidos na internet por meio de cadastros e rastros digitais são usados pelas empresas, merecem reflexões. Atualmente, tudo o que pesquisamos, grupos dos quais fazemos parte em redes sociais, nossos interesses e nosso consumo diário de aplicativos, constroem um perfil de afinidade que são diariamente racionalizados e usados para orientar propagandas e advertising. Este artigo tem o objetivo, portanto, de fazer uma análise correlacionando o consumo e a monetização de dados pessoais, buscando uma melhor compreensão sobre este segmento do universo dos dados.

Palavras-chave: Sociedade, Consumo, Monetização de dados

Abstract/Resumen/Résumé

Issues such as the behavior of contemporary society in terms of consumption and how personal data provided on the internet through records and digital traces are used by companies deserve reflections. Currently, everything we research, groups we are part of on social networks, our interests and our daily consumption of apps, build an affinity profile that is daily rationalized and used to guide advertisements and advertising. This article aims, therefore, to make an analysis correlating the consumption and monetization of personal data, seeking a better understanding of this segment of the data universe.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Society, Consume, Data monetization

¹ Mestre em Direito da Sociedade da Informação pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas.

² Doutorando em Direito Constitucional pela Faculdade Autônoma de Direito de São Paulo - FADISP

³ Graduada em Direito pela Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Introdução

É de geral conhecimento que, atualmente, o sistema econômico mundial é predominantemente capitalista. Isso quer dizer que vivemos em uma sociedade na qual a dinâmica social é sustentada pelo estímulo ao consumo e pelo ato de consumir. Nosso cotidiano é bombardeado por propagandas, grandes anúncios, propagandas de rádio e televisão e, recentemente, pelos *advertisings* que patrocinam os aplicativos e sites que usamos em nossos celulares e computadores.

Com o passar dos anos, o comportamento social foi se alterando constantemente, conforme a industrialização e a tecnologia foram se desenvolvendo. Hoje, nos encontramos em uma sociedade extremamente dinâmica, com acesso ilimitado às informações - devido à evolução, expansão e popularização da *internet*, e que nos permite consumir qualquer coisa, a qualquer tempo.

Além da modificação na mentalidade social, ocorreram, também, significativas mudanças no processo produtivo moderno. Fazendo um retorno histórico para entender essas mudanças, é possível constatar que, durante a Revolução Industrial, no final do século XVIII, a mão de obra industrial era predominante nas fábricas e o trabalho intelectual era supervalorizado e duradouro, exemplo disso foi a produção do primeiro carro da marca FORD, mais de um século depois, o Ford T, que foi fabricado abaixo das asas do modelo fordista de produção. Este modelo pressupunha a otimização da produção, a um preço menor e em massa, isso possibilitaria o consumo em grande escala de carros produzidos pela Ford e, por conseguinte, o aumento de seu lucro, pois atingiria um novo mercado nunca movimentado antes na indústria automobilística.

Os trabalhadores, por sua vez, eram divididos entre intelectuais – que elaboravam todos os detalhes e funcionamento do carro – e, em sua maioria, a massa trabalhadora – que produzia o carro com o auxílio de maquinário industrial, de acordo com Bianchetti, em sua obra, “As novas Tecnologias do Espaço Tempo do Saber Tácito dos Trabalhadores” (BIANCHETTI, 1999, p.135-136).

Em 1908 foi aberta a primeira filial da Ford fora da América. Juntamente com essa inauguração, foi lançado o Ford T, com apenas uma cor, uma só opção de estofado, motor e câmbio (FORD,2021). Dessa forma, sua produção era homogênea e padronizada. Atualmente, é quase impossível aplicarmos esta mesma lógica de produção, tendo em vista que apenas a Apple – indústria de tecnologia e desenvolvimento, fez 18 lançamentos de aparelhos celulares diferentes nos últimos dez anos.

Pelos exemplos supracitados, é evidente a mudança do modelo produtivo que passou de uniformização para extrema diversificação, tendo como modelo de produção o acúmulo flexível que pressupõe a substituição do trabalho manual especificado pelo trabalho intelectual volátil, que possibilita a produção de produtos altamente diversificados, em um curto espaço de tempo, como sugere David Harvey, em seu livro *As condições pós-modernas*.

De acordo com Manoel Castells, em seu livro “A Galáxia da Internet”, dado o panorama geral da constituição e dinâmica de consumo da sociedade contemporânea, introduzirei agora um fenômeno ainda maior do que a acumulação flexível: a internet. Pode-se dizer que os primeiros passos no caminho à invenção da internet foram dados pela ARPNET, em setembro de 1969, quando o projeto, fundado pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, recebeu a missão de desenvolver um modo que permitiria o compartilhamento de artigos e informações de todos os centros de computadores e grupos de pesquisa da agência IPTO – do qual o projeto fazia parte –on-line (CASTELLS, 2003,p. 14.). A partir deste momento, a internet só ganhou força, crescimento e popularização, até se tornar o que conhecemos dela nos dias de hoje.

Agora, aliando a força e influência da internet com a cultura do consumo já exposta acima, é lógico deduzir que as grandes empresas e detentores dos meios de produção iriam utilizar desta ferramenta para aumentar e otimizar suas vendas e propagandas. É o que ocorre quando falamos em monetização de dados. Usando algoritmos de busca, a Google, por exemplo, em seu site de pesquisa, sugere produtos que possivelmente encaixam no seu perfil de consumo com base naquilo que você pesquisou e com o banco de dados pessoais presentes no qual a empresa possui acesso, conforme explica Matt Cutts, engenheiro do grupo de qualidade da Google, no vídeo “How Search Works”, postado pelo canal oficial da Google no Youtube.(GOOGLE,2021)

A *internet*, portanto, tornou-se um mecanismo não só de busca ou com a finalidade de permitir o compartilhamento de arquivos e informações de empresas, mas de interações sociais, fomento de mercado e ferramenta de marketing. Ao longo do artigo, os pontos expostos nesta introdução se tornarão mais claros e aprofundados, de modo que caminharão para uma conclusão de como os dois fenômenos supracitados se comunicam e se dão no Brasil.

1. A sociedade do consumo

Analisar e estudar o consumo e o ato de consumir, é analisar profundamente a sociedade contemporânea e seu comportamento, haja visto que a introdução do consumo retroage ao próprio descobrimento do Brasil, quando os portugueses ofereciam objetos de valores insignificante para eles, mas completamente desconhecidos pelos índios, em troca de trabalho relacionado à exploração da madeira da árvore Pau-Brasil.

Conforme exposto brevemente na introdução, podemos notar uma discrepante diferença entre a o modo de produção do começo do século XX e o modo de produção atual. Isso, naturalmente, reflete na sociedade, em seu comportamento e mentalidade em relação ao consumo.

A cultura do consumo, de acordo com o Professor do programa de pós-graduação e do curso de graduação em Ciência Sociais, e coordenador da área de Sociologia do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Anderson Retondar (2008), a cultura do consumo caracteriza-se pelo estímulo socialmente expandido da aquisição daquilo que é dispensável e excedente, mas que agrega luxo ao patrimônio supérfluo do indivíduo. Este estímulo vem acompanhado da insaciabilidade, que é marca na sociedade moderna. Isso significa dizer que, o ato de consumir gera no indivíduo a necessidade de repeti-lo constantemente, devido ao prazer gerado pela compra, o que resulta na vontade de consumir novamente e, assim, nos deparamos num *continuum* no qual o efeito do ato consumista é o próprio desejo de consumo.

Ainda de uma forma muito eficiente e assertiva, Anderson Moebus Retondar estabelece duas diretrizes principais que direcionam os estudos sobre sociedade e consumo modernos:

[...] entram em cena duas questões que passam a orientar os estudos sobre consumo e suas relações com a atividade social: a primeira refere-se à centralidade que a produção de significados e processos simbólicos em geral passam a desempenhar no contexto da atividade social contemporânea; e a segunda preocupa-se com os significados sociais e os processos simbólicos que, agora, se encontram transpassados pelo universo do consumo. (RETONDAR, 2008, p.138)

As grandes referências nestes estudos, no tocante a estas principais questões, foram realizados por David Harvey, em sua obra *Condições Pós-Modernas* e Clauss Offe, em sua obra *Capitalismo desorganizado* das quais ideias serão analisadas neste artigo.

Clauss Offe (1989) defende que, atualmente, nota-se uma sobreposição do setor de serviços sobre os setores de processos produtivos, na qual a centralidade das atividades

ocupacionais perde lugar como elemento constitutivo de identidade e nota-se um crescimento do consumo como grande protagonista na construção de identidade social, no que o autor chama de Capitalismo desorganizado.

Logicamente, ao deixar o posto de principal elemento constitutivo de identidade, o setor de produção deixa um lócus em aberto para ser ocupado por outros setores que podem ressignificar os elementos e processos simbólicos. Embora o autor não deixe explícito ou elenque novos setores que ocupam ou podem ocupar estes espaços deixados em branco, ele nos mostra um novo problema que surge juntamente com este efeito do capitalismo desorganizado.

Considerando que na época da Revolução Industrial o modo de produção era homogêneo e a construção de identidade se dava em torno da atividade ocupacional dentro das fábricas, é evidente que, uma vez mudado o lócus de produção de identidade, a lógica de produção necessariamente mudaria também. Isso fica claro quando o modelo de produção se torna extremamente diversificado e flexível, entrando em direto conflito com o modo de produção antes vigente. Ainda, a própria noção de classe tão demarcada e clara no período da Revolução Industrial, perde lugar ao atuar como constituidora de identidades.

Com o advento da sobreposição dos serviços à produção, os limites da demarcação de classes ficam cada vez mais embaçados e difíceis de serem definidos, de modo que as pessoas não mais se identificam com uma atividade ocupacional, mas sim, com o consumo próximo daqueles ao seu redor. Ou seja, atualmente, as pessoas não mais encontram suas identidades e simbolismos representados pelo ambiente de trabalho, mas sim fora dele e, em sua grande maioria, entrelaçadas às dinâmicas de consumo.

David Harvey, por sua vez, concentra seus esforços na análise do modelo de produção moderno propriamente dito e chega a conclusões extremamente pertinentes e atuais, apesar de ter escrito seu livro há mais de 18 anos atrás.

Na concepção de Harvey (1989), as novas tecnologias aliadas à linha de produção otimizam o tempo dos trabalhadores, permitindo a manufatura de produtos altamente diversificados em um período curtíssimo, sendo caracterizado pela heterogeneização e efemeridade da produção. Além do mais, o modelo da acumulação flexível propicia, ainda, a aproximação do produtor e do consumidor, tendo em vista que os meios de comunicação entre empresa e indivíduos foram extremamente facilitados com o advento da internet. Essa aproximação se dá por pesquisas, comentários em sites, feedbacks, contato com o SAC da produtora e todos os outros meios de comunicação que permite à empresa tomar

conhecimento da opinião do consumidor sobre o produto e adaptá-lo às exigências da peça final do ato de consumo.

Entrelaçando as duas correntes supracitadas, Anderson Retondar afirma que:

Em termos propriamente sociológicos, essa mudança não é apenas uma mudança quantitativa que se dá no campo do consumo por intermédio da maior disponibilidade e variedade de bens. Ao contrário, reflete uma mudança na própria lógica social do consumo, que passa de uma relação de massificação do consumidor para uma hipertrofia de sua individualidade. (RETONDAR, 2008, pg. 141)

É pertinente entender que, o fator da acumulação flexível e a heterogeneização social proporcionou o deslocamento do sentido coletivo do consumo para um individual, que valoriza o indivíduo como o que ele consome, por ele mesmo, sem associá-lo a uma classe trabalhadora metalúrgica, por exemplo.

Com a decadência do ambiente de trabalho, universos significativos são criados diariamente a fim de atender à demanda consumista, de modo que o que mercado tenha sucesso e apresente opções suficientes para todas as pessoas, independente dos seus interesses. Esta realidade vai além dos produtos que podemos comprar nas prateleiras dos mercados ou de shoppings, mas engloba tudo aquilo que nos desperta interesse e identificação. A TV a cabo, por exemplo, atende à demanda daquelas pessoas que gostam de documentários, desenhos, séries, filmes ou reality shows, com uma infinidade de subcategorias entre estes gêneros, como documentários sociais ou ambientais, desenhos infantis ou direcionados ao público adulto, séries de comédia ou de ação, reality shows de convivência ou culinária, tudo isso distribuídos em uma oferta com mais de 104 canais, conforme proposta comercial da VIVO, uma das distribuidoras do sinal privado¹.

Numa discussão sobre o assunto, mas com o enfoque nas relações interpessoais, o sociólogo Mário Sérgio Cortella juntamente com Yves de la Taille, no livro “Nos labirintos da moral”, discutem sobre os efeitos causados na organização social pela existência de tantos universos significativos. Num consenso, ambos os escritores concordam que vivemos hoje em um agrupamento e não em uma comunidade. A principal diferença entre os dois reside no fato de que, uma comunidade para “são pessoas juntas com objetivos partilhados, mecanismos de autopreservação e estruturas de preservação recíproca” (CORTELLA; TAILLE, 2009, p. 32), ao passo que, um agrupamento – no qual vivemos, por exemplo – “é a junção de pessoas que

¹Informações obtidas em em: http://www.promo.vivofibra.com.br/tv-fibra/?utm_source=google%3Asearch&utm_medium=paid-search%3Aproduto-marca&utm_campaign=vivo%3Avivo-tv-sp%3Ab2c%3Afixa%3Atv%3Acadastra%3Aperformance%3Aprospect&utm_content=sp%3Atexto%3Acpc%3Atv%3Adesktop&utm_term=ca_b2c-fixa_vivo-tv_search_desktop-mobile_tv_com-marca_sppremium-nac_performance:tv_vivo_exata&gclid=EAIaIQobChMI_834tuL-3QIVDBKRCh1v3wfZEAAAYASAAEgI3MvD_BwE Acesso em 15/09/2021, às 13:07hrs.

têm objetivos que coincidem, mas que não têm mecanismos de proteção recíproca nem estruturas de preservação” (CORTELLA; TAILLE, 2009, p. 32). Isso quer dizer que, em um agrupamento, as pessoas tendem a encontrar um universo significativo que correspondem aos seus ideais, para que ali, ela possa desenvolvê-los para a maturação e manutenção daquela ideologia ou significado para ela mesma, não em prol da sociedade como um todo ou da sua comunidade. Notamos aqui uma influência direta do modelo de acumulação flexível, pois, como já citado nos parágrafos anteriores, as pessoas consomem aquilo que funciona como elemento constituinte de sua identidade (apesar de sofrer influência do seu círculo social) e não do grupo do qual ela faz parte. Sendo assim, a realidade de encontrarmos um ponto em comum em relação à política, sociedade, modelo de produção ou até mesmo religião, está cada vez mais distante.

O capitalismo avançado, portanto, conta com a mudança do lócus de produção de identidades e significados e processos simbólicos que antes eram exclusivos do ambiente laboral e massificado, para o exterior dele, concentrando-se no ato de consumir. Ainda, conta também com uma mudança no modo de produção, no qual, atualmente, valoriza a mão de obra especializada e o trabalho intelectual volátil, de forma a permitir o aumento da diversidade de produção e diminuição de seu tempo. Este novo modelo de produção tem influência direta em nossa organização social e produção de significados, tendo em vista que incentiva a criação de incontáveis universos significativos que atendem às necessidades e identificações da maioria dos indivíduos, então, a luta por um ideal comum benéfico para todos, perde o sentido, tendo em vista que todas as pessoas possuem identificação total com aqueles universos dos quais fazem parte.

2. A monetização de dados

O termo monetização de dados tem uma aplicação e conceito muito recentes, tendo em vista que só foi possível quanto grandes investidores, empresários e empresas enxergaram na internet um potencial mercadológico extremamente promissor. Germano Schwartz e Adalberto Simão Filho conceituam sob a ótica do direito, economia e tecnologia o que são dados:

Toda e qualquer informação numérica, alfabética, gráfica, fotográfica, acústica, midiática ou de qualquer outra espécie que sofre tratamento tecnológico com vistas a possibilitar tráfego em autoestrada de informação, é considerada genericamente como dado. (SIMÃO FILHO; SCHWARTZ 2016, p. 8)

A rentabilidade da monetização de plataformas para fins de publicidade e propaganda é necessária tendo em vista o objetivo de manutenção das páginas por longos períodos de tempo. Sobre este aspecto, traz –se a compreensão de como se constituem as bases de dados e quais suas razões de existir:

Uma base de dados pode ser formada a partir da seleção prévia, inserção de conteúdo, elementos e informações relacionados a uma quantidade de bens de diversas naturezas e organização estrutural racional e eficiente, buscando em seu contorno atender a uma finalidade ou conjunto de finalidades específicas relacionadas a sua utilização. (SIMÃO FILHO; SCHWARTZ, 2016, p. 8)

Para ser compreendida, a monetização precisa passar por etapas, começando a partir da sua origem etimológica. Esta expressão é uma decorrência da palavra inglesa *money*, que significa dinheiro, constituindo um processo de valorização de pensamentos, produtos e serviços.

A título exemplificativo, plataformas e redes sociais tem o condão de analisar os perfis por meio de seus moderadores, cuja finalidade é uma análise comportamental obtida pelos dados e informações publicadas por seus usuários. Os dados e as informações constituem fonte lucrativa para plataformas e redes sociais, uma vez que, por meio destes conteúdos, é possível traçar perfis e direcionar uma infinidade de anúncios. Segundo os autores (2016), os dados e a sua forma inteligente de transformação, utilização e monetização, acabam por formar por si só um aviamento, uma fonte de riqueza e de poder sem precedente do ponto de vista daquele que possa deter a informação atual, clara, verdadeira e selecionada. Há uma variedade de formas de monetização de dados e informações, o que, por sua vez, apresentam um grau de relevância destes conteúdos e as afetações aos direitos das pessoas físicas e jurídicas no tocante a sua privacidade. Neste sentido, apresenta-se o seguinte argumento:

Estas informações podem ser objetivas e pessoais, como também subjetivas. A proteção destes dados não se refere à veracidade destas informações, mas à qualidade de seu conteúdo pessoal compreendendo desde informações relacionadas à vida privada como também informações sobre qualquer atividade desenvolvida pela pessoa nas suas relações profissionais, econômicas sociais, entre outras. (SIMÃO FILHO; SCHWARTZ, 2006, p. 9)

A disponibilização dos dados e das informações geram algumas discussões na esfera da intimidade e privacidade das pessoas naturais e jurídica. Quando tratamos de redes sociais, uma das mais famosas pelo seu uso, *Facebook*, tem sua plataforma um conteúdo

inesgotável de informações e dados que, segundo a sua política de dados, há disposição expressa no tocante a utilização destes conteúdos com intuito de desenvolver serviços personalizados, a realização de pesquisas e resolução de problemas.

As redes sociais atuam em uma dinâmica de análise de dados, isto porque as pesquisas, divulgações, postagens, compartilhamentos, curtidas, *tweets*, entre outras funções, criam um rastro digital e, por meio dele, uma variedade de ofertas surgem pautada nos gostos, afinidades e preferências que os usuários demonstraram por meio de suas posturas nestes ambientes digitais.

Os comportamentos dos usuários no ambiente digital são captados, verificados e utilizados visando atrair anunciantes, publicitários, jornalistas, entre outros profissionais que recebem financeiramente pelas informações colhidas. Tais recursos podem ser considerados meios de violação ao direito à privacidade, uma vez que potencializam as chances de fraudes, lesões patrimoniais, transtornos na esfera moral, tumulto nos correios eletrônicos, entre outros.

3. Marco Civil da Internet e Lei Geral de Proteção de Dados: uma tutela do consumidor necessária

Duas são as Leis que merecem destaque nesta abordagem de tutela dos dados pessoais. A primeira delas é o Marco Civil da Internet que constitui legislação pioneira na área de regulação de ambientes digitais, trazendo consigo um rol de princípios norteadores e regras voltadas a fixação de direitos e responsabilidades de usuários e provedores. Esta lei, consiste em uma declaração de princípios que tratam da rede, regulamentando a infraestrutura de telecomunicações até aplicações e conteúdo. No que concerne à sua neutralidade, é preciso uma contextualização na aplicação de direitos, como é o caso da devida responsabilização. A proteção à privacidade, segundo o Marco Civil da Internet, consiste em um direcionador sobre a forma de aplicação de legislação já existente.

Ademais, a internet é um balizador para futuras legislações, sendo uma garantia de preservação das características originais, valores e conceitos da rede. Franklin Dias Coelho (2010, p.19) narra, em sua obra sobre o papel do Comitê Gestor da Internet no Brasil, que publicou os princípios para a governança e o uso da Internet no Brasil, que consistem na liberdade, privacidade e direitos humanos, governança democrática e colaborativa; universalidade, diversidade, inovação, neutralidade da rede, inimizabilidade da rede,

funcionalidade, segurança, estabilidade, padronização e interoperabilidade, ambiente legal e regulatório.

Considerando a necessidade de embasar e orientar suas ações e decisões, segundo princípios fundamentais, o CGI.br resolve aprovar os seguintes Princípios:

1. Liberdade, privacidade e direitos humanos

O uso da Internet deve guiar-se pelos princípios de liberdade de expressão, de privacidade do indivíduo e de respeito aos direitos humanos, reconhecendo-os como fundamentais para a preservação de uma sociedade justa e democrática.

2. Governança democrática e colaborativa

A governança da Internet deve ser exercida de forma transparente, multilateral e democrática, com a participação dos vários setores da sociedade, preservando e estimulando o seu caráter de criação coletiva.

3. Universalidade

O acesso à Internet deve ser universal para que ela seja um meio para o desenvolvimento social e humano, contribuindo para a construção de uma sociedade inclusiva e não discriminatória em benefício de todos.

4. Diversidade

A diversidade cultural deve ser respeitada e preservada e sua expressão deve ser estimulada, sem a imposição de crenças, costumes ou valores. surgimento da Internet.

5. Inovação

A governança da Internet deve promover a contínua evolução e ampla difusão de novas tecnologias e modelos de uso e acesso.

6. Neutralidade da rede

Filtragem ou privilégios de tráfego devem respeitar apenas critérios técnicos e éticos, não sendo admissíveis motivos políticos, comerciais, religiosos, culturais, ou qualquer outra forma de discriminação ou favorecimento.

7. Inimputabilidade da rede

O combate a ilícitos na rede deve atingir os responsáveis finais e não os meios de acesso e transporte, sempre preservando os princípios maiores de defesa da liberdade, da privacidade e do respeito aos direitos humanos.

8. Funcionalidade, segurança e estabilidade

A estabilidade, a segurança e a funcionalidade globais da rede devem ser preservadas de forma ativa através de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e estímulo ao uso das boas práticas.

9. Padronização e interoperabilidade

A Internet deve basear-se em padrões abertos que permitam a interoperabilidade e a participação de todos em seu desenvolvimento.

10. Ambiente Legal e Regulatório

O ambiente legal e regulatório deve preservar a dinâmica da Internet como espaço de colaboração. (CGI, 2019, p. 1)

Diante deste rol de princípios publicados e da atuação da Secretaria de Assuntos Legislativos do Ministério da Justiça em conjunto com o Centro de Tecnologia e Sociedade da Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas, iniciavam-se os tramites para elaboração e aprovação de anteprojeto de lei para *internet* no Brasil. É o que explica Franklin Dias Coelho:

Nesse contexto, inspirado nos Princípios para a Governança e Uso da Internet, publicado pelo Comitê Gestor da Internet, contando com amplo apoio popular e de acordo com orientações do governo, a Secretaria de Assuntos Legislativos do Ministério da Justiça (SAL-MJ), em parceria com o Centro de Tecnologia e Sociedade da Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas (CTS--FGV), deu início a um processo aberto e colaborativo de discussão on-line de um anteprojeto de lei para criar uma lei básica para a Internet brasileira. Depois de

ampla discussão envolvendo diversos setores da sociedade, o anteprojeto foi finalizado e apresentado ao Congresso Nacional e, até o fim de 2011, tramitava na Câmara dos Deputados sob o número 2.126 de 2011. (COELHO, 2010, p. 19)

Sobre a ausência de lei específica voltada à regulamentação e proteção dos usuários da *internet*, Marcelo Sávio Revoredo Menezes de Carvalho discorre acerca do papel dos códigos como uma forma de auto regulação, mas que sofreu mudanças drásticas diante da expansão do acesso e utilização do ciberespaço:

[...] a Internet sempre teve lei, porque sempre teve códigos embutidos em sua arquitetura de hardware e software. Isso talvez tenha passado despercebido pela maioria dos seus usuários durante a maior parte do tempo porque, no fundo, a rede pouco afetava os cidadãos. À medida que a rede tornou-se importante para a sociedade e, sua utilização, cada vez mais, dominada pelo comércio eletrônico (com o apoio dos governos), uma nova arquitetura construiu-se sobre a anterior. Agora, não apenas tornando esse ciberespaço menos livre como também criando condições para que a vida de seus “cibercidadãos” fosse passível de uma regulação e controles jamais vistos anteriormente. (CARVALHO, 2016, p. 156)

Irineu Barreto Junior discorre sobre o surgimento do Marco Civil da Internet, suas influências internacionais, alguns dos direitos objetos de sua proteção e o desenvolvimento econômico que sofreu um processo de modificação.

Marco Civil reafirma o alinhamento transnacional brasileiro com os direitos humanos e alude à dicotomia entre direitos fundamentais e absolutos, ao assegurar a liberdade de expressão, parametrizada pela proteção da privacidade e dos dados pessoais dos usuários da rede. Faz-se importante tratar dessa dualidade, inerente à sobreposição histórica entre direitos fundamentais e à potencial elevação dessa dicotomia, provocada pela sociedade em rede que, conforme assinalado anteriormente neste capítulo, pode ser caracterizada como o paradigma atual do desenvolvimento do capitalismo, que supera os antagonismos entre sociedade, economia, cultura e comunicação informática e configura um novo estágio de desenvolvimento do sistema econômico. (BARRETO JUNIOR, In: DE LUCCA; SIMÃO FILHO; LIMA; 2015, p. 112)

Existe uma proximidade evidente do Marco Civil da *Internet* com a Constituição Federal de 1988 em razão da proteção de direitos, entre os quais mencionamos a liberdade de expressão, comunicação e manifestação de pensamento. Dillon Mann escreve sobre os anseios ao redor do controle da *internet* e o papel harmonioso do Marco Civil da *internet* em relação às pessoas e à proteção de seus direitos:

Quando a web é livre e aberta, é uma fonte de incrível criatividade, de crescimento econômico e, se alguém for controlá-la, vai dar a eles muito poder. Essa tentação de tentar controlar a Internet é sempre desejada por companhias e governos, e temos sempre que impedir isso, e o Marco Civil é um grande passo neste sentido [...]. No ano do 25º aniversário da Web, as pessoas em todos os lugares estão exigindo que seus direitos humanos sejam protegidos online. Se o Marco Civil é aprovado, sem mais demora ou alteração, este seria o melhor presente de aniversário possível para os usuários da Web brasileira e mundial. [...] o Brasil vai orgulhosamente cimentar a sua reputação como um líder mundial em democracia e progresso social e ajudará a inaugurar uma nova era - aquela em que os direitos digitais dos cidadãos em todos os países ao redor do mundo são protegidos por lei (MANN, 2014, tradução nossa).

Segundo o autor, há uma vontade por parte de companhias e governos de controlar a *Internet*, sendo que alcançar este objetivo trará um poder impossível de ser medido. No entanto, existem muitas pessoas engajadas em evitar que esse controle ocorra. No Brasil, deu-se um passo enorme neste sentido com o advento do Marco Civil da *Internet*.

O Marco Civil da *Internet*, regulamentado através da Lei nº 12. 965, de 23 de abril de 2014, estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da *internet* no Brasil. Essa lei consiste no primeiro diploma legal efetivo no Brasil, que tem por finalidade regular as relações no ambiente da *Internet* protegendo direitos e garantias de seus usuários.

O Marco Civil manteve em seu teor alguns conceitos desenvolvidos na *internet*, que são a neutralidade da rede, que se dá por meio da promoção da experiência integral da rede aos seus usuários, a privacidade do usuário como sendo uma garantia deste direito e responsabilização dos atores reais, ou como alguns escrevem, a inimizabilidade da rede, cabendo salientar que a existência da ideia de segurança jurídica e impossibilidade de censura de conteúdo

Constituem fundamentos do Marco Civil da *Internet* a liberdade de expressão, o reconhecimento da escala global da rede, os direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania em meios digitais, pluralidade e a diversidade, abertura e a colaboração, a livre iniciativa, livre concorrência, defesa do consumidor e a finalidade social da rede. O artigo 3º desta lei estabelece o rol de princípios norteadores do uso da *Internet*, que assim apresenta-se:

Art. 3o A disciplina do uso da internet no Brasil tem os seguintes princípios:
I - garantia da liberdade de expressão, comunicação e manifestação de pensamento, nos termos da Constituição Federal;
II - proteção da privacidade;
III - proteção dos dados pessoais, na forma da lei;
IV - preservação e garantia da neutralidade de rede;
V - preservação da estabilidade, segurança e funcionalidade da rede, por meio de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e pelo estímulo ao uso de boas práticas. (BRASIL, 2014)

Os princípios descritos no artigo 3º do Marco Civil da *Internet* visam garantir ainda mais os espaços de liberdade dos usuários da rede, com maior segurança e proteção. Assegurando as liberdades de expressar, comunicar e manifestar seus pensamentos de acordo com a Constituição Federal. A neutralidade da rede, bem como os atos de preservação da estabilidade, segurança e funcionamento tem o condão de tutelar os direitos e garantias de seus usuários.

O artigo 9º do Marco Civil da *Internet* trata da gestão no tocante a execução da lei e o papel do Comitê Gestor da Internet e a Agência Nacional de Telecomunicações como ouvintes perante o Poder Executivo Federal:

Art. 9º A discriminação ou degradação do tráfego será regulamentada nos termos das atribuições privativas do Presidente da República previstas no inciso IV do art. 84 da Constituição Federal, para a fiel execução desta Lei, ouvidos o Comitê Gestor da Internet e a Agência Nacional de Telecomunicações, e somente poderá decorrer de: I requisitos técnicos indispensáveis à prestação adequada dos serviços e aplicações; e II - priorização de serviços de emergência. (BRASIL, 2014).

Outro importante dispositivo do Marco Civil da Internet é o artigo 7º, que estabelece um catálogo de direitos consagrados em prol do exercício da cidadania e dos usuários da Internet.

[...] Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos: I - inviolabilidade da intimidade e da vida privada, sua proteção e indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação; II - inviolabilidade e sigilo do fluxo de suas comunicações pela internet, salvo por ordem judicial, na forma da lei; III - inviolabilidade e sigilo de suas comunicações privadas armazenadas, salvo por ordem judicial; IV - não suspensão da conexão à internet, salvo por débito diretamente decorrente de sua utilização; V - manutenção da qualidade contratada da conexão à internet; VI - informações claras e completas constantes dos contratos de prestação de serviços, com detalhamento sobre o regime de proteção aos registros de conexão e aos registros de acesso a aplicações de internet, bem como sobre práticas de gerenciamento da rede que possam afetar sua qualidade; VII - não fornecimento a terceiros de seus dados pessoais, inclusive registros de conexão, e de acesso a aplicações de internet, salvo mediante consentimento livre, expresso e informado ou nas hipóteses previstas em lei; VIII - informações claras e completas sobre coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de seus dados pessoais, que somente poderão ser utilizados para finalidades que: a) justifiquem sua coleta; b) não sejam vedadas pela legislação; e c) estejam especificadas nos contratos de prestação de serviços ou em termos de uso de aplicações de internet; IX - consentimento expresso sobre coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, que deverá ocorrer de forma destacada das demais cláusulas contratuais; X - exclusão definitiva dos dados pessoais que tiver fornecido a determinada aplicação de internet, a seu requerimento, ao término da relação entre as partes, ressalvadas as hipóteses de guarda obrigatória de registros previstas nesta Lei; XI - publicidade e clareza de eventuais políticas de uso dos provedores de conexão à internet e de aplicações de internet [...]. (BRASIL, 2014)

O mencionado dispositivo legal trata da relevância do acesso à *Internet* e os direitos que são assegurados aos usuários da Internet. A proteção da intimidade e da vida privada é o primeiro deles e merece destaque. Marcelo Cardoso Pereira sustenta que “o direito das pessoas de defender e preservar um âmbito íntimo, variável segundo o momento histórico imperante, no qual estas possam desenvolver sua personalidade, bem como o poder de controlar suas informações pessoais.”(PEREIRA, 2006, p.140)

No tocante ao inciso VII deste artigo, Adriano Roberto Vancim e Fernando Frachone Neves abordam sobre a questão do reconhecimento legislativo do não uso livre e

sem a devida autorização dos dados que podem ser captados na *internet*. Segundo os autores, “o usuário passa a ter direito reconhecido em lei de não ter seus dados, incluindo hábitos de navegação e, logs” repassados a outras pessoas sem o seu consentimento expresso e livre” (VANCIM, 2015).

Sidney Guerra trata da fragilidade que o direito à privacidade sofre no ambiente digital da *internet*. Segundo o autor, “a medida que a pessoa se dispõe a “navegar” pela *internet*, sua privacidade fica extremamente comprometida. É que com cada clique do mouse a pessoa vai deixando seu caminho marcado pela rede e, conseqüentemente, os seus hábitos, seus vícios, suas necessidades e suas preferências”(GUERRA, 2004, p.78)

Adriano Roberto Vancim e Fernando Frachone Neves reforçam as disposições principiológicas do Marco Civil da *Internet* a respeito da proteção da privacidade e da intimidade dos seus usuários. O uso constante da rede gera uma superexposição e a existência de legislação específica neste sentido proporcionou um pouco mais de segurança, tendo em vista que a vulnerabilidade diante do tráfego digital pode comprometer em alguma medida a vida das pessoas.

Os autores asseveram dentro deste plano principiológico que “deve ser resguardado todas as informações possíveis de maneira a garantir a intimidade e privacidade das relações havidas na rede, notadamente porque tais informações, se acessadas indiscriminadamente por terceiros, poderia servir de base para práticas infringentes, vedadas em lei” (VANCIM, 2015, p.69). Sidney Guerra explica a questão envolvendo o armazenamento de dados e informações dos usuários da *internet* e a potencialidade dos riscos ali contidos.

O armazenamento de informações sobre uma determinada pessoa é, assim, algo inquietante em razão da ameaça de que estes dados possam ser acessados indevidamente, dado que os cookies são responsáveis pelo armazenamento das informações pessoais dos usuários da *internet*, pois abrem caminho até o disco rígido do internauta e armazenam ali um arquivo de texto que identifica o computador com um número único. (GUERRA, 2004, p. 81)

A segunda lei que merece destaque é a Lei nº 13.709, de 14 de Agosto de 2018 que trata a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). O artigo 2º da LGPD apresenta um rol de fundamentos, entre eles:

- I - o respeito à privacidade;
- II - a autodeterminação informativa;
- III – a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião; IV – a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
- V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
- VI - a livre iniciativa, a livre

concorrência e a defesa do consumidor; e
VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

A privacidade mais uma vez é objeto de proteção. Dentre as problemáticas que apresentamos temos que mencionar as ferramentas de geolocalização inseridas nos aplicativos de celular, gps, *smartphones* ou até mesmo em redes sociais permitem que ganhos financeiros com a venda dos dados e informações voltados a lugares de interesses e regiões frequentadas. Os inúmeros formulários e cadastros que são preenchidos cotidianamente também constituem fontes de dados e informações que servem de substrato para fornecimento de produtos e serviços que, por sua vez, são obtenção de vantagens financeiras de anunciantes. Por tais razões, é possível sustentar a existência de uma base digital que constitui o denominado ativo imaterial dignos de proteção legal contra vazamentos, senão vejamos:

Forma-se assim um ativo imaterial consistente da base digital de dados cujo direito de operação foi cedido, compartilhado ou transferido para alguém, que pode compor entre outras funções, um estabelecimento empresarial como bem incorpóreo, contribuindo para a sua valoração a depender da qualidade e possibilidade de monetização ou de aviamento deste ativo ou para a realização de negócios jurídicos que possam ser pertinentes com a sua natureza. (SIMÃO FILHO; SCHWARTZ 2006, p. 10)

Neste aspecto, a privacidade dos usuários de *internet* fica comprometida. A exposição e a fragilidade das pessoas que ativamente utilizam o espaço digital tornam-se assuntos corriqueiros de pesquisadores, estudiosos e profissionais das áreas científicas, dentre elas as de tecnologia e do direito. Uma série de indagações nascem diante das dificuldades no tocante a proteção do direito à privacidade, que segundo Kevin Macgarry consistem em:

Privacidade. Quais as informações pessoais ou sobre suas relações que uma pessoa deve revelar a outrem, em que circunstâncias e com quais garantias? Que coisas pode uma pessoa guardar para si e não revelar aos outros? Exatidão. Quem é responsável pela autenticidade, fidelidade ou exatidão da informação? Igualmente, quem responderá por erros na informação e como a parte prejudicada será indenizada? Propriedade. Quem é proprietário da informação? Qual é o preço exato e justo para sua troca? Quem possui os canais, principalmente as ondas aéreas pelas quais a informação é transmitida? Como deve este recurso escasso ser alocado? Acessibilidade. Quais as informações uma pessoa ou organização tem o direito ou privilégio de obter? (MCGARRY, 1999, p. 193)

Para a Lei Geral de Proteção de Dados, as eventuais violações dos direitos dos titulares de dados pessoais devem ser comunicadas para ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) que por meio de procedimento de auditoria e poderá punir com sanções de caráter administrativo e pecuniário a empresa, de acordo com as disposições do artigo 52, que são:

Art. 52. Os agentes de tratamento de dados, em razão das infrações cometidas às normas previstas nesta Lei, são sujeitos às seguintes sanções administrativas aplicáveis pela autoridade nacional:

- I - advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;
- II - multa simples, de até 2% (dois por cento) do faturamento da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou conglomerado no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração;
- III - multa diária, observado o limite total a que se refere o inciso II;
- IV - publicização da infração após devidamente apurada e confirmada a sua ocorrência;
- V - bloqueio dos dados pessoais a que se refere a infração até a sua regularização;
- VI - eliminação dos dados pessoais a que se refere a infração;
- X - suspensão parcial do funcionamento do banco de dados a que se refere a infração pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período, até a regularização da atividade de tratamento pelo controlador;
- XI - suspensão do exercício da atividade de tratamento dos dados pessoais a que se refere a infração pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período;
- XII - proibição parcial ou total do exercício de atividades relacionadas a tratamento de dados.

São muitas as indagações cujas respostas demandam pesquisa, estudo e reflexão. O direito à privacidade ganha visibilidade diante dos interesses no campo de sua proteção e compreensão em face desta era tecnológica.

Considerações Finais

A proteção da privacidade e dos dados pessoais também encontra uma norma protetiva expressa, o que, por sua vez, amplia as possibilidades de coibir e encontrar mecanismos que viabilizem uma provável reparação em caso de danos aos direitos da personalidade. O armazenamento dos dados é um risco iminente para os usuários, comprometendo a intimidade e a privacidade das pessoas.

O Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção de Dados pessoais e sua natureza protetiva estabelecem a exigência de autorização expressa para que tais conteúdos sejam utilizados, sob pena de responsabilização de quem indevidamente dispor dos dados.

A prática de fraudes, vantagens indevidas, lesões e ameaças a outros direitos podem ser praticadas diante de um direcionamento não autorizado dos dados a terceiros. Assim sendo, o regramento previsto especificamente para o cenário digital e a padronização do comportamento permitem alguma segurança.

Referências Bibliográficas

BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco. Proteção da Privacidade e de Dados Pessoais na Internet: O Marco Civil da rede examinado com fundamento nas teorias de Zygmunt Bauman e Manuel Castells.. In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO; Adalberto; DE LIMA; Cintia Rosa Pereira. (Org.). **Direito & Internet III: Marco Civil da Internet**. 1ed. v. 2São Paulo: Quartier Latin, 2015.

BIANCHETTI, L. **As novas Tecnologias do Espaço-Tempo do Saber Tácito dos Trabalhadores**. In: Quando Estar Liberto da Necessidade do Emprego é um Tormento, 1ª. Ed. Petrópolis, Vozes, 1999.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Diário Oficial [da República Federativa do Brasil], Poder Legislativo, Brasília, DF, 23 abr. 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L12965.htm>. Acesso em: 01/09/2021 às 15:00hrs.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019. Brasília, DF: Senado Federal, 2018.

CARVALHO, Marcelo Sávio Revoredo Menezes de **A trajetória da Internet no Brasil: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança**. 2006. 239 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Sistemas e Computação)- Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ, 2006. Disponível em: <<http://www.nethistory.info/Resources/Internet-BR-Dissertacao-Mestrado-MSaviov1.2.pdf>>. Acesso em: 01/09/2021 às 23:46hrs.

CASTELLS, Manoel. **A Galáxia da Internet**. p. 14, 1ª Ed. Rio de Janeiro, Zahar, 2002.

COELHO, Franklin Dias. **Cidadania e redes digitais = Citizenship and digital networks**. / Sergio Amadeu da Silveira, organizador. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil : Maracá – Educação e Tecnologias, 2010.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET. **Resolução CGL.br/RES/2009/003/P** Disponível em: <https://www.cgi.br/resolucoes/documento/2009/003>. Acesso em 15/09/2021 às 17:00hrs.

FORD Motor Company LTDA. Ford, c2021. **Sobre a Ford História**. Disponível em: <<https://www.ford.com.br/sobre-a-ford/historia/>> Acesso em 15/09/2021, às 16:10hrs

GOOGLE. Youtube, c2021. **How Search Works**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BNHR6IQJGZs>> Acesso em 01/09/2021, às 16:33hrs.

GUERRA, Sidney. **O Direito à Privacidade na Internet**. América Jurídica, 2004.

MANN, Dillon. Marco Civil: Statement of Support from Sir Tim Berners-Lee. **Web Foundation**. 2014. Disponível em: <<http://webfoundation.org/2014/03/marco-civil-statement-of-support-from-sir-timberners-lee>>. Acesso em 01/09/2021 às 23:46hrs.

MCGARRY, Kevin. **O contexto dinâmico da informação: uma análise introdutória**. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

PEREIRA, Marcelo Cardoso. **Direito à Intimidade na Internet**. 4ªed. Editora Juruá, 2006.

RESOLUÇÃO CGI.br/RES/2009/003/P Disponível em:
<https://www.cgi.br/resolucoes/documento/2009/003> Acesso em 13/09/2021 às 19:00hrs.

SIMÃO FILHO, Adalberto; SCHWARTZ, Germano André Doederlein. **BIG DATA BIG PROBLEMA! PARADOXO ENTRE O DIREITO À PRIVACIDADE E O CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL**. Encontro Internacional do CONPEDI (4. : 2016 : Oñati, ES) III Encontro de Internacionalização do CONPEDI / Unilasalle / Universidad Complutense de Madrid [Recurso eletrônico on-line]; Organizadores: Diógenes Vicente Hassan Ribeiro, Germano André Doederlein Schwartz – Florianópolis: CONPEDI, 2016. Modo de acesso: www.conpedi.org.br.

VANCIM, Adriano Roberto. NEVES, Fernando Frachone. **Marco Civil da Internet**. 2ª ed. editora Mundo Jurídico. 2015.

CORTELLA, Mario Sergio; TAILLE, Yves de la. **Nos Labirintos da Moral**. 5ª ed. M. R. Cornacchia Livraria e Editora Ltda. Campinas, 2009

OFFE, Clauss. **Capitalismo Desorganizado**. Editora Brasiliense, São Paulo, 1994

HARVEY, David. **The condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origin of Cultural Change**. 17ª ed. Edições Loyola, 2008.

RETONDAR, Anderson Moebus. A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 23, n. 1, p. 137-160, jan./abr 2008

VIVO. Disponível em>http://www.promo.vivofibra.com.br/tv-fibra/?utm_source=google%3Asearch&utm_medium=paid-search%3Aproduto-marca&utm_campaign=vivo%3Avivo-tv-sp%3Ab2c%3Afixa%3Atv%3Acadastra%3Aperformance%3Aprospect&utm_content=sp%3Atexto%3Acpc%3Atv%3Adesktop&utm_term=ca_b2c-fixa_vivo-tv_search_desktop-mobile_tv_com-marca_sppremium-nac_performance:tv_vivo_exata&gclid=EA1aIQobChMI_834tuL-3QIVDBKRCh1v3wfZEAAYASAAEgI3MvD_BwE Acesso em 15/09/2021, às 13:07hrs.