

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO ESTADO DO PARÁ  
CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO

ADERALDO DIAS DE OLIVEIRA NETO  
GERSON TEIXEIRA PERES

**LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E CAPITALISMO DE  
VIGILÂNCIA:** uma discussão entre consentimento e manipulação do consumidor

BELÉM  
2022

ADERALDO DIAS DE OLIVEIRA NETO  
GERSON TEIXEIRA PERES

**LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E CAPITALISMO DE  
VIGILÂNCIA: uma discussão entre consentimento e manipulação do consumidor**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
como requisito parcial para obtenção de grau em  
Bacharel em Direito, pelo Centro Universitário  
do Estado do Pará.

Orientador: Prof. Me. Felipe Guimarães de  
Oliveira

BELÉM  
2022

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Biblioteca do CESUPA, Belém – PA**

---

O48l Oliveira Neto, Aderaldo Dias de.

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e capitalismo de vigilância : uma discussão entre consentimento e manipulação do consumidor / Aderaldo Dias de Oliveira, Gerson Teixeira Peres. – Belém, 2022.

23 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Centro Universitário do Estado do Pará, Bacharelado em Direito, Belém, 2022.

Orientador: Prof. Me. Felipe Guimarães de Oliveira.

1. Comportamento do consumidor. 2. Proteção de dados - Legislação - Brasil. I. Peres, Gerson Teixeira. II. Oliveira, Felipe Guimarães de (orient.) III. Título.

CDD 342.5

ADERALDO DIAS DE OLIVEIRA NETO  
GERSON TEIXEIRA PERES

**LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA: uma discussão entre consentimento e manipulação do consumidor**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção de grau em Bacharel em Direito, pelo Centro Universitário do Estado do Pará.

Orientador: Felipe Guimarães de Oliveira

Data de aprovação: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Conceito:

**Banca Examinadora:**

---

Prof. Me. FELIPE GUIMARÃES DE OLIVEIRA - Orientador  
Centro Universitário do Estado do Pará (CESUPA)

---

Nome com titulação  
Instituição a que pertence

---

Nome com titulação  
Instituição a que pertence

# LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA: UMA DISCUSSÃO ENTRE CONSENTIMENTO E MANIPULAÇÃO DO CONSUMIDOR

Aderaldo Dias de Oliveira Neto<sup>1</sup>

Gerson Teixeira Peres<sup>2</sup>

Felipe Guimarães de Oliveira<sup>3</sup>

## RESUMO

O presente trabalho consiste em uma análise empírica nas mudanças estruturais presentes nas relações de consumo nos meios digitais, resultante das constantes inovações tecnológicas, no qual os usuários de *internet* disponibilizam diariamente dados contendo informações pessoais que são catalogados e filtrados por empresas de tecnologia, e posteriormente comercializados com empresas que ofertam produtos e serviços, para que os consumidores/usuários sejam alvos direcionados de propagandas que estimulam um consumo irrefletido. A pesquisa tem como objetivo ainda demonstrar que a questão norteadora está intimamente relacionada com a falta de consentimento dos usuários em disponibilizar seus dados pessoais, além do que se demonstra que esta estrutura se relaciona com a lógica do Capitalismo de Vigilância. A partir disto, o artigo propõe realizar uma análise histórica na legislação implementada no Brasil e responder acerca do alcance da Lei 13.709/2019 em tutelar a presente problemática, trazendo à baila a legislação Europeia em uma análise de direito comparado. Nesse sentido, persegue-se a seguinte questão: A Lei Geral de Proteção de Dados é capaz de proteger integralmente o consumidor em relação ao consentimento nas plataformas virtuais, evitando a manipulação da sua vontade em uma contratação? A resposta a esse problema de pesquisa é desenvolvida, metodologicamente, em um estudo de abordagem qualitativa e, quanto aos objetivos, exploratória, tendo como procedimento o levantamento bibliográfico. Nesse sentido, faz-se necessário abordar as características do consentimento dos titulares desses dados. Após a exposição dessas questões, evidencia-se o desafio de uma proteção eficiente aos consumidores nas relações consumeristas.

**Palavras-Chave:** Lei Geral de Proteção de Dados; Consentimento; Manipulação; Capitalismo de Vigilância; Consumidor.

## ABSTRACT

This paper consists of an empirical analysis of the structural changes present in consumer relations in digital media, resulting from constant technological innovations, whereby internet users daily make available data containing personal information which is catalogued and filtered by technology companies and subsequently commercialized with companies that offer products and services, so that consumers/users are directed targets of advertisements that stimulate unthinking consumption. The research also aims to demonstrate that the guiding question is closely related to the lack of consent of users in making their personal data available,

---

<sup>1</sup>Discente do Curso de Direito do Centro Universitário do Pará.

<sup>2</sup>Discente do Curso de Direito do Centro Universitário do Pará.

<sup>3</sup>Professor Orientador. Doutorando em Direito pela Universidade Federal do Pará (UFPA). Professor da Graduação e Pós-Graduação em Direito do Centro Universitário do Pará (CESUPA). Advogado e Consultor Jurídico.

and that this structure is related to the logic of Surveillance Capitalism. Based on this, the article proposes to perform a historical analysis of the legislation implemented in Brazil and to answer about the reach of Law 13.709/2019 in protecting the present problematic, bringing up the European legislation in a comparative law analysis. In this sense, the following question is pursued: Is the General Law of Data Protection able to fully protect consumers in relation to consent on virtual platforms, avoiding the manipulation of their will in a contract? The answer to this research problem is developed, methodologically, in a qualitative approach study and, as to the objectives, exploratory, having as procedure the bibliographical survey. In this sense, it is necessary to approach the characteristics of the consent of the holders of such data. After the exposure of these issues, the challenge of an efficient protection of consumers in consumer relations is evidenced.

**Keywords:** General Data Protection Law; Consent; Manipulation; Surveillance Capitalism; Consumer.

## 1 INTRODUÇÃO

O capitalismo de vigilância é um termo cunhado e popularizado pela autora norte-americana Shoshana Zuboff, ao buscar definir a transformação na ordem da economia política que constitui e expande uma nova forma de capitalismo pautada na exploração do comportamento das pessoas, ou seja, em todos os aspectos da vida cotidiana (FORNASIER; KNEBEL, 2021), com o advento dos diversos avanços tecnológicos ao longo dos anos, cominando naquilo que conhecemos como era da informação, no qual ao longo do dia milhões de usuários ao redor do mundo utilizam de diversas ferramentas tecnológicas, sendo bombardeados de informação de diferentes maneiras, e nestas condições, depositam suas informações pessoais, seja para criar um perfil em uma rede social, escrever um comentário, ou pagar uma conta pelo *smartphone* (MAGRANI, 2019).

Inserido nesse contexto, busca-se analisar e compreender o comportamento do mercado no âmbito global e como ele atua pelos bastidores, usurpando dados alheios de usuários ao redor do globo, tendo como objetivo a manipulação de dados, seja para uso próprio ou venda, perpassando pelos mais diversos meios, ultrapassando barreiras, sendo responsável por alterações políticas, sociais e culturais nos mais diversos locais do mundo e assim, afetando a vida de milhões de pessoas (PACHUKANIS, 2017).

Nesse sentido, a presente pesquisa persegue a seguinte problemática: A Lei Geral de Proteção de Dados é capaz de proteger integralmente o consumidor em relação ao seu consentimento nas plataformas virtuais, evitando a manipulação da sua vontade em uma contratação? A resposta a esse problema de pesquisa é desenvolvida, metodologicamente, em um estudo de abordagem qualitativa e, quanto aos objetivos, exploratória, tendo como procedimento o levantamento bibliográfico.

Diante da atual conjuntura, diversas empresas dos variados setores estão alterando sua política de proteção de dados, para assim garantir a maior segurança dos usuários, todavia, faz-se necessário expor que tais alterações nem sempre ocorrem de forma deliberada, sendo muita das vezes necessária a implementação de leis e normas do governo local, que tratem da regulamentação do espaço virtual, bem como a política de proteção de dados, visando regular as condutas abusivas praticadas por meio de empresas responsáveis pela gestão de dados pessoais (MORELLATO; SANTOS, 2021).

Neste cenário, o presente artigo busca discorrer acerca de como consiste na coleta e filtragem de dados pessoais através das ferramentas tecnológicas, e partir disso, demonstrar para quais fins estes dados são utilizados. Busca-se também, traçar um paralelo entre a presente problemática e a lógica do capitalismo de vigilância, para posteriormente debruçar-se sobre a legislação brasileira e realizar uma análise qualitativa da sua eficácia a partir de uma investigação em direito comparado, observando a legislação europeia, sua pretensão, suas ferramentas e eficácia.

Não obstante ao fato, o povo brasileiro não se encontra fora deste cenário, pois em um país com dimensões continentais, com uma população de 214 milhões de brasileiros, tais alterações na política de proteção de dados são de suma importância, visando resguardar o povo, em conformidade com o cenário global, onde diversos países já tratam destas diretrizes de forma rígida.

Mediante o exposto, o presente estudo objetivou analisar com base nas literaturas especializadas a regulamentação e aplicação da Lei Geral de Proteção e dados Pessoais e Capitalismo de Vigilância no País.

## **2 A ECLOSÃO DA COMERCIALIZAÇÃO DE DADOS PESSOAIS ENQUANTO MERCADORIA POR EMPRESAS PRIVADAS NO BRASIL**

Inicialmente, cumpre expor que historicamente não há registros que definam com exatidão o início do comércio, todavia desde o início das civilizações, isto é, quando o homem se desvincula da figura de nômade e passa a viver no campo, a ideia de comércio já se faz presente mesmo que de forma embrionária. Nesse contexto, o homem passa a enxergar e compreender as necessidades alheias e dos demais indivíduos como uma oportunidade de negócio, visando recompensar ou ser recompensado em troca de algo. E por mais que neste primeiro momento a lógica comercial se apresente de forma simples e rudimentar, sem graus elevados de complexidade, para então, a partir dela, entender como o comportamento do mercado passou a se tornar mais agressivo, gerando uma manipulação global, que resultou no mundo atual.

A sociedade do Século XXI foi marcada por diversas revoluções e avanços tecnológicos capazes de quebrar barreiras e proporcionar descobertas inimagináveis para a humanidade (BELLER, 2013). Este processo de evolução tecnológica derivada da *internet* ocorreu de forma célere e feroz, sendo impossível frear seu funcionamento

e seus usuários. Os usuários agem como combustível para o funcionamento e fomento das milhares de plataformas digitais existentes ao redor do mundo (LANGLEY; LEYSHON, 2017). As novas tecnologias são responsáveis por gerar diversas alterações sociais e econômicas, tanto no âmbito individual quanto global, a maneira que nunca foi tão simples nos comunicarmos com pessoas de outros continentes, viajar por dentro de uma tela, ou até mesmo efetuar transações comerciais ao redor do mundo sem sair da cadeira (BELLER, 2013).

Na esteira destes acontecimentos, vê-se que o crescimento desenfreado do mundo digital fora responsável pelo maior evento de globalização existente até os dias de hoje. O mundo se encontra em uma grande rede de tráfego digital que vem se modificando e consolidando a partir das inserções de novos recursos cada vez mais tecnológicos, dando margem para um futuro cada vez mais incerto.

Nesse prisma, torna-se fundamental discorrer acerca da atuação do mercado e das grandes empresas comerciais que se utilizam das novas tecnologias como estrutura mercadológica, visando à obtenção de lucro e expansão no mercado. Nesse cenário de inovações digitais, observa-se que aquela ideia embrionária de comércio existente no passado, a qual carece de complexidade, não existe mais. Isto porque se o mundo de hoje se encontra conectado por meio da internet, e o mercado não age de forma distinta.

Uma das grandes problemáticas advindas dos avanços tecnológicos se dá pelo fato de que o mundo, em sua maioria, vive sob uma lógica capitalista, onde culturalmente e diariamente, de forma agressiva ou passiva, somos bombardeados de informações, conteúdos e estímulos, que indiretamente acabam por nos manipular.

Ocorre que, estas manipulações não são apenas uma evolução do mercado, mas sim uma nova vertente de um mercado agressivo e abusivo, que se utiliza de uma nova roupagem para vender seus produtos, utilizando anúncios e propagandas personalizadas ao indivíduo enquanto usuário/ consumidor.

A utilização de propagandas personalizadas por si só não apresenta um risco inerente, principalmente porque diversos usuários destinam suas informações a sites, lojas e afins, buscando exatamente este tipo de propaganda personalizada, o problema está nos bastidores, especialmente nos meios utilizados para realizar a coleta destes dados que garantem essa personalização ao usuário, e o que são feitos com estes dados.

## 2.1 A CULTURA DO CONSUMO COMO INSTRUMENTO DE MANIPULAÇÃO NOS MEIOS DIGITAIS

Primeiramente, há que se frisar que a cultura do consumo não é uma criação advinda da *internet* ou exclusivamente veiculada a ela. Trata-se de um fenômeno antigo, trazendo como exemplo a própria revolução industrial, que reformulou a lógica de pensamento do mundo ocidental, modificando a concepção do “eu” individual, alterando sua lógica de autoidentificação, ao ponto de refletir em suas vontades, desejos e formas de agir. Assim, podemos compreender a cultura do consumo como o mecanismo que estimula e aquece as engrenagens do mundo pós-moderno tomado pelo capitalismo (STEINGRABER; FERNANDEZ, 2013).

O constante crescimento do consumo em massa, aliada a violenta influência mercadológica no comportamento humano, são pilares necessários para a expansão sem precedentes da cultura do consumo, principalmente com a grande veiculação midiática presente na atualidade, que permite sua ampliação e alcance (FONTENELLE, 2017).

Dentro desse universo, nota-se que o funcionamento da cultura do consumo pode ser compreendido a partir de:

“Paraísos artificiais são criados e, ininterruptamente, recriados. cenários tão variados quanto estimulantes, tão fugazes quanto múltiplos, renováveis, adaptáveis, embora todos sejam, necessária e sedutoramente, percebidos como indispensáveis por seres demasiadamente humanos.” (QUEIROZ, 2011 p. 29).

Logo, inserido nesse contexto, nota-se que não há força maior que permita a expansão e solidificação deste mundo dinâmico quanto os meios digitais. O ambiente virtual permite a rápida propagação de produtos, ideias, conceitos e vontades da sociedade, ao ponto que simultaneamente, milhões de informações são lançadas nas redes, tornando o alcance é imensurável.

Diante do atual cenário exposto até o presente momento, vemos que a cultura do consumo visa estimular a psique humana, construindo um imaginário social no qual a aquisição é fundamentalmente vinculada a ideia de felicidade, de maneira que as redes conseguem propagar cada vez mais tal sentimento na sociedade, ao ponto que a figura do usuário ao longo dos anos vem passando por uma transformação, onde

cada vez mais assume o papel de coadjuvante nas redes, e o papel de protagonista passa a ser fortemente ocupado pelo mercado, responsável por criar novos anseios e necessidades de consumo, criando cenários cada vez mais atrativos ao consumidor, buscando a maior alienação, e principalmente a criação de novas necessidades materiais e sociais, garantindo o fomento do pensamento consumista atrelado a ideia de felicidade, o transformando no ópio do povo.

Assim, tem-se que todo usuário é um consumidor em potencial, seja por meio do consumo de informação, ou do próprio sentido de aquisição de bem. Independente da motivação que o faz consumir, a mentalidade do indivíduo é sempre estimulada a querer mais, ao ponto que, atualmente, há exacerbado aumento de consumo desnecessário e fútil, pautado não na necessidade, mas sim na ideia do querer, a partir de um ideal materialista, sendo um traço marcante da sociedade da atualidade (FONTENELLE, 2017). Nesse sentido, o consumidor se encontra em constante estado de estímulo, não havendo controle sobre como isso afeta a sua vida, muito menos dos desdobramentos ocorridos a partir de tais estímulos constantes.

Por tanto, a partir do constante assédio do consumidor, principalmente pelos meios digitais, o mundo adaptou-se e trouxe consigo diversos instrumentos que visam combater tais manipulações comportamentais. A própria Constituição Federal de 88 trata o campo do consumo como direito fundamental,

Todavia, mesmo com a implementação de leis, decretos, e regulamentos que visam frear essa cultura voraz, buscando a construção de uma sociedade mais voltada ao consumo consciente, torna-se extremamente difícil realizar a previsibilidade comportamental adotada pelo mercado para driblar os mecanismos criados pelo Estado, ou por todos aqueles que tentem desacelerar este processo. Isto porque mundo globalizado já possui fortes raízes baseados nesta lógica de pensamento consumista, mesmo que de forma inconsciente.

Ademais, levando em consideração a constante manipulação do mercado, que se utiliza da internet como fonte de propagação, vemos que existem diversas barreiras a serem percorridas, pois o crescimento dessa forma de mercado cultural está em constante crescimento, e os Estados de maneira global possuem o papel fundamental em coibir e frear tais comportamentos, visando proteger a figura do consumidor, que ocupa o polo mais frágil da relação de consumo. Fato este que se torna cada vez mais difícil e alcançável.

## 2.2 O CONSENTIMENTO DO USUÁRIO / CONSUMIDOR FRENTE AO FORNECIMENTO DE DADOS PESSOAIS

Dentro da estrutura mercadológica atual, nota-se que os dados pessoais vêm passando por um processo de comercialização e supervalorização, sendo enxergados como uma moeda de troca, principalmente quando observada a atual economia pautada na informação globalizada no qual o mundo está inserido.

Desse modo, o consumidor deixa de pertencer a uma categoria meramente passiva neste ciclo, uma vez que mesmo sem saber, condiciona a elaboração e manipulação de informações que a partir de seus dados, e em contrapartida, lhes são oferecidos bens de consumo, propaganda seletiva e todo um cenário de informações injetadas diretamente na conta daquele usuário, ou daquele grupo. Assim, muitas empresas conseguem realizar esta prática, visando monetizar os dados pessoais filtrados e colhidos e os seus titulares/usuários passam a representar fonte de lucro e riqueza para estes.

Esta assimetria na relação de consumo condiciona o indivíduo a um *status* de hipervulnerável, uma vez que desconhecem a finalidade à que suas informações pessoais são destinadas e não possuem consciência dos reflexos que tal problemática acarreta no seu comportamento pessoal e as consequências trazidas aos seus direitos à intimidade e privacidade que, por sua vez, possuem *status* de normas constitucionais (BIONI, 2019).

A partir deste cenário, o presente capítulo pretende demonstrar que a figura do consentimento dos usuários da rede, ou a falta dele, é elemento central para alimentar esta lógica de mercado que agrava a vulnerabilidade dos internautas nas relações de consumo, estimulando a um consumo compulsivo.

O consentimento é elemento central para que o indivíduo que navegar nas redes tornar-se protagonista das informações pessoais que circulam mundo a fora, desta forma, cabendo a ele total responsabilidade das consequências que a disponibilização destes dados acarretará para seu comportamento.

Posto isto, é possível constatar que os indivíduos possuem dificuldades para sobrepor os riscos e benefícios em disponibilizar informações pessoais às plataformas *on-line*. Neste sentido, a *Carnegie Mellon University* e a *Stanford University* realizaram um estudo que se debruçou sobre o comportamento mental e

cognitivo dos seres humanos e a partir deste estudo, percebeu-se que os usuários dizem se preocupar com sua privacidade e intimidade nas redes, todavia, esta preocupação não reflete no comportamento. Constatou-se que os usuários tomam decisões baseando-se em benefícios imediatos, tais como ter acesso e utilizar a plataforma deseja, acarretando a concessão de suas informações pessoais.

Por outro lado, ressalta-se que as plataformas *on-line* não são meras inocentes nessa problemática. A Universidade de Berkeley localizada no Estado da Califórnia, nos Estados Unidos, realizou um estudo que demonstra a utilização de instrumentos tecnológicos para minar a capacidade dos usuários de controlar as informações pessoais disponibilizadas *on-line*, de modo que prejudica uma escolha racional no *cyber* espaço (VERBICARO; VIEIRA, 2021).

Notou-se que as escolhas dos consumidores *on-line*, muitas vezes, não são respeitadas pela plataforma. Além disso, constatou-se que os instrumentos tecnológicos criados dificultam o consentimento do usuário, de modo torna mais fácil a concessão de informações pessoais. Por exemplo, as *fingerprinting* utilizadas pelo usuário como navegador, são uma valiosa ferramenta capaz de servir como meio de rastreamento de informações para as plataformas.

Diante deste cenário, a presente sessão suscita os artigos 7º, 8º, 11 da lei 13.709/2018, na qual concentra o protagonismo da legislação no elemento do consentimento dos usuários e fornecerem tais dados (BRASIL, 1988).

O artigo 7º inciso I da LGPD é o responsável por atrelar a figura do consentimento dos usuários ao fornecimento de dados pessoais por parte de seu titular. De acordo com este dispositivo, teoricamente, os titulares dos dados só poderiam ter seus dados coletados e filtrados com sua total anuência do que estariam fornecendo e as consequências que isto acarretaria para a sua vida.

Adiante, no seu artigo 8º, a legislação dispõe a forma como este suposto consentimento deve ser coletado pelas empresas de tecnologia. O dispositivo assevera que a anuência deve ser feita por escrito, e amplia o entendimento de que pode ser feito por qualquer outro meio que demonstre a livre manifestação de vontade do indivíduo (BECKER; SCHRAPPE, 2021).

Por outro lado, o artigo 11 refere-se ao consentimento dos usuários na etapa de tratamento destes dados. Neste dispositivo, a lei é clarividente em que este consentimento deve ser expresso de forma específica e destacado por parte do titular.

Todavia, a partir dos estudos colecionados acima, percebe-se que estes dispositivos são insuficientes para tutelar este bem jurídico dos titulares dos dados, uma vez que as empresas de tecnologia, deliberadamente, utilizam ferramentas para terem acesso a estas informações pessoais sem a livre anuência dos usuários de rede.

Portanto, constata-se que as ferramentas trazidas pela Lei Geral de Proteção de dados, por vezes, estimulam a um pseudo-consentimento dos usuários da internet, que acabam anuindo em compartilhar seus dados pessoais com as empresas de tecnologia sem verdadeiramente consentirem com as consequências de seus atos.

Assim, ocasionado pela falta de capacidade dos internautas de tomarem decisões que resguardem sua privacidade, de modo que são dominados pelos benefícios imediatos da disponibilização dos seus dados, acentuado pelas ferramentas tecnológicas criadas para minar sua capacidade de controle de dados concedidos no *cyber* espaço (VERBICARO; VIEIRA, 2021).

### **3 O CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA**

No mundo, nos mais diversos países, diariamente milhões de pessoas se conectam as redes digitais por meio das mais diversas plataformas, de forma que constantemente este cenário se mantém em crescimento, de forma que o mundo digital se encontra em uma onda de expansão agressiva, ao ponto que sua presença já se tornou fundamental para o equilíbrio e manutenção da sociedade atual como um todo (VERBICARO; CALANDRINI, 2022). A presença e necessidade da internet no globo demonstra claramente que o mundo digital não possui um papel meramente coadjuvante, mas sim de personagem principal, moldando cenários e alterando o rumo da história.

Dentro desse contexto, por mais que a era digital venha abarcando consigo diversos fatores positivos e fundamentais para o desenvolvimento e futuras projeções da humanidade, auxiliando e conectando as pessoas ao redor do mundo, faz-se necessário compreender quem está por trás do controle destas redes. Desde o fim da era feudal, o início dos séculos XI e XV marcou o início daquilo que hoje conhecemos como capitalismo (ZUBOFF, 2020). Nesse sentido, a lógica deste sistema é pautada na visão do lucro, vetor que propulsiona sua evolução e molda as diretrizes de nossa sociedade.

Nesse prisma, vê-se que ao longo dos anos o capitalismo fora capaz de perpassar por diversos períodos históricos, desde rupturas institucionais até inúmeras guerras, porém sempre mantendo sua predominância global como sistema econômico vigente por inúmeros motivos, principalmente pela sua alta capacidade de maleabilidade, se adaptando as mais diversas culturas e tempos, se consolidando ao ponto de tomar pra si a capacidade alterar e determinar os rumos do futuro. E para além da sua capacidade de mutação, com o advento da rede digital, a presença destes emaranhados de informações a todo momento permitiu que o referido sistema não só se adapta-se, mas evoluiu ao ponto de influenciar, criar previsões e adaptar a própria cultura com base em seus pilares, ou seja, o controle social, político e econômico controlado a partir de seus interesses, sejam eles o poder ou o lucro, que possuindo conceitos distintos, se tornam necessários entre si para o pleno funcionamento deste sistema.

A partir da compreensão de que o sistema capitalismo, visando poder e controle a partir a manipulação, acaba por manipular os pilares econômicos e sociais que regem a população de maneira geral, fato este já presente há séculos, torna-se fácil entender o porquê da constante evolução digital, principalmente voltada a imersão nas redes, induzindo que os indivíduos cada vez mais se façam presentes nas redes, optando em realizar tarefas que poderiam ser feitas de forma presencial, convertendo-as em mundo 100% *on-line*.

Desta feita, a partir da ideia de controle exercida pelo capitalismo, ou seja, pelo mercado que por trás dos panos exerce a manipulação em massa, enxerga-se que as plataformas digitais são os meios atuais mais eficientes para o exercício de seu controle, cumulado com as infinitas possibilidades de gerar lucro. Assim, o capitalismo de vigilância pode ser compreendido como uma nova estruturação mercadológica que não se preocupa mais apenas com as vontades e desejos do consumidor, mas sim com os dados e informações destes consumidores, ao ponto de atualmente a identificação e coleta de dados se tornou tão valiosa quanto o petróleo, haja vista que saber diversas sobre os usuários facilitam a realização de venda, seja de produto, serviço ou até pensamentos.

Paralelamente ao tema, em observância ao que dispunha Orwell (2009), a vigilância em massa é uma forma de controle social, pelo qual o estado se utiliza de diversos instrumentos de vigilância, sejam eles digitais ou humanos, com a finalidade

de observar tudo ao seu redor, possibilitando a identificação, rastreamento, estudo e conseqüentemente o controle dos indivíduos inseridos naquela sociedade, visando à manutenção do poder, sob uma falsa justificativa de manutenção na ordem social e econômica visando o bem de todos. Assim, vemos que a obra orwelliana, mesmo que ficcional e antiga em uma concepção temporal, acaba por descrever os rumos em que a sociedade atual está caminhando, especialmente voltado ao crescimento desenfreado das atividades, lícitas ou não, voltadas a coleta de dados, culminando ainda com o momento de transição cultural informacional existente, que fortalece o fluxo de troca e disponibilização de dados *on-line*.

Logo, partindo da concepção que o capitalismo, por meio do mercado global, em especial das grandes empresas, realiza o controle e poder de forma amplificada e global, faz-se necessário assimilar como este processo ocorre de forma silenciosa e oculta. Como dito anteriormente, o mercado busca sempre se renovar, ao ponto que hoje seu desenvolvimento não mais se adapta a sociedade, mas sim o contrário. Isto é, com todas as informações existentes e distribuídas nas redes, as empresas detentoras de grande poderio econômico possuem plena capacidade de usurpar diversos dados pessoais, manipular resultados políticos, além de vários outros comportamentos, a fim de gerar previsibilidade e manipulação dos indivíduos.

Tais comportamentos mercadológicos são possíveis por uma série de fatores que acabam por dificultar a sua regulamentação, deixando assim um campo aberto para a expansão ainda maior deste mercado voraz. Em consonância ao argumento, a partir de Zuboff (2020), vê-se que o crescimento do cenário capitalista é fortemente atrelado a figura do neoliberalismo, ao ponto que cada vez mais compra-se a ideia de o estado não exercer o controle sobre a sociedade, transferindo este papel ao mercado, sendo capaz de garantir o avanço da sociedade. E a partir dessa ideia de o mercado ir cada vez mais tomando o papel do estado motivado pelo excesso de poder concentrado na mão do governo, cita-se a: “O poder disciplinar não tem a função de apropriar-se, mas de adestrar, e a vigilância se torna um operador econômico decisivo por ser peça interna no aparelho de produção e na engrenagem do poder disciplinar” (VERBICARO; CALANDRINI, 2022).

A presente passagem é capaz de explicar de forma sucinta o porquê do avanço do pensamento neoliberal, bem como do avanço do capitalismo, haja vista que a partir deste pensamento, o estado existe a fim de controlar e disciplinar a população, e a

ideia de diluir estes poderes e transferir parte deles ao próprio mercado. Todavia, a passagem demonstra claramente que essa ideia de controle não é exclusiva do estado, justamente pelo fato de que o mercado também age por meio do estado, manipulando a favor de seus interesses e vontade.

Por fim, ainda que existam regimentos institucionais, leis e o crescente número de estudos voltados a esta nova roupagem do capitalismo, é difícil determinar como combater tais comportamentos, inclusive de não se deixar levar por estas estruturas controladoras que estão cada vez mais presentes em nossa vida.

#### **4 A REGULAÇÃO NORMATIVA BRASILEIRA ENVOLVENDO A PROTEÇÃO DE DADOS**

A partir do panorama acima descrito, é possível constatar que a problemática da filtragem e coleta de dados pessoais estarem intimamente atrelada aos direitos fundamentais da Privacidade e Intimidade, tutelados constitucionalmente.

Dada a tamanha importância, o presente capítulo pretende realizar uma abordagem da regulamentação do ponto de vista jurídico, e posteriormente fazer uma análise da sua eficácia no plano dos fatos.

A lei 12.965/2014, denominada Marco Civil da Internet, fora a primeira norma brasileira a prevê a necessidade de regulamentação de dados pessoais como forma de preservar o consentimento dos usuários da rede.

Como marco civil regulatório das atividades em meios digitais, este dispositivo veio estabelecer princípios, direitos, deveres e garantias aos usuários e empresas no uso da internet em todo o país.

A sua aplicabilidade esta pautada em princípios de Neutralidade da rede, Privacidade, Sigilo, garantia à Liberdade de Expressão, que por sua vez, preveem prováveis consequências para a prática de marketing direcionado e até mesmo, em último caso, a remoção de conteúdos da *internet*.

No seu artigo 3º, inciso III da MCI, disciplina que o uso da internet no Brasil estar pautado na proteção dos dados pessoais de seus usuários na forma que a lei prevê.

Outro pilar desta legislação é o Princípio da Neutralidade da rede, localizado em seu artigo 9º. Este dispositivo, tal qual como fora inserido no texto aprovado da lei, prevê que todos os dados que trafegam na internet devem ser tratados com isonomia

pelas empresas provedoras de conexão, de tal modo que não deve haver distinção de conteúdo, origem ou até mesmo destino do tráfego.

No quesito do sigilo e privacidade, estar previsto no seu artigo 13 a 17. O Marco Civil regulatório prevê a inviolabilidade ao sigilo das comunicações feitas através da internet. Isto significa dizer, que a partir desta legislação, todas as trocas de mensagens privadas entre usuários, possui, expressamente, a mesma proteção constitucional de garantia ao sigilo e privacidade de correspondências e outras formas de comunicação telegráficas e de comunicações telefônicas previstas no artigo 5º, inciso XII da Constituição de 1988.

Por outro lado, o texto prevê também, a obrigação dos provedores de conexão para a guarda de registros, na qual o pano de fundo é garantir a preservação de investigações e manutenção de integridade de provas para o devido processo legal. Em função dessa obrigação implicar em tamanha responsabilidade, cabe as empresas provedoras de conexão exercê-la garantindo segurança e confidencialidades aos seus usuários.

Neste sentido, percebe-se que a MCI tem o condão de subsidiar a lei 13.709/2018, que passou a vigorar a partir de 2020, na qual, o legislador avaliou ser necessário aprimorar a regulamentação das atividades nos meios digitais.

Sob a perspectiva do legislador, os dados pessoais disponibilizados diariamente por usuários das redes, possuem elevado valor financeiro comercializado por empresas operadoras de conexão por empresas que ofertam seus produtos e serviços *on-line*.

Para regulamentar esta problemática, o legislador elaborou a Lei Geral de Proteção de Dados para aperfeiçoar e promover a eficácia das políticas de privacidade, intimidade, sigilo e segurança nascente na lei 12.965/2014 (Marco Civil da *Internet*).

A LGPD fundamenta-se na premissa de na coordenação de disciplina no tratamento dos dados pessoais disponibilizados pelos usuários das redes, de modo que visa a reduzir a assimetria na relação entre consumidor e os agentes de coletores daquelas informações, assim o titular daqueles dados teria total condições de saber o caminho percorrido por este conteúdo pessoal, bem como tenha controle acerca do direcionamento de seus dados pessoais.

Apresenta-se como pilar deste processo, o artigo 5º, inciso XII da LGPD, na qual torna o elemento do consentimento figura central nesta nova legislação. O comportamento nas redes pautado na livre vontade, nas tomadas de decisão bem informada e de fácil compreensão do titular dos dados pessoais tem a finalidade bem definida de diminuir a assimetria entre as partes através do consentimento do consumidor titular dos referidos dados.

Outro pilar pensado pelo legislador para trazer equilíbrio na relação entre as partes encontra-se positivado no artigo 6º. Neste dispositivo, discutem-se os princípios e diretrizes na compra e permuta de dados pessoais comercializados, calcados no elemento da transparência.

De acordo com estas diretrizes, cabem as operadoras de conexão fornecer informações claras e precisas no tratamento e coleta de dados pessoais, de modo que seja possível auferir a devida responsabilização em caso de descumprimento da legislação, bem como seja possibilite *feedback* parte dos titulares dos dados, assim, promovendo o cumprimento dos institutos jurídicos trazidos pelo legislador na proteção de dados pessoais.

Por fim, uma vez elucidado as pretensões e as ferramentas trazidas pelo legislador para tutelar o tratamento de dados pessoais no Brasil, cabe no presente momento ater-se na responsabilização e no ressarcimento de danos.

Posto em seu artigo 42 ao 45, assevera-se que os controladores e operadores de dados pessoais respondem solidariamente pelos danos causados aos consumidores. Nesta esteira, os titulares dos direitos atacados não se limitam aos titulares de dados pessoais, podendo então, estender-se as pessoas naturais e pessoas jurídicas, que porventura, tenham sofrido manipulação ilegal de suas informações íntimas. De modo que, o legislador optou pela responsabilidade civil na sua modalidade objetiva, dialogando diretamente com o Código de Defesa do Consumidor de 1990 (CDC/90).

No quesito de fiscalização, a agência fiscalizadora é a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD). Este departamento desempenha a função de previamente orientar, fiscalizar, advertir e, posteriormente, penalizar caso a LGPD continue a ser descumprida. Assim, percebe-se que a norma brasileira possui um caráter educativo, apostando na prevenção em detrimento da punição.

Cabe ressaltar que a ANPD ainda está em processo de formação e será composta por 23 (vinte e três) titulares, sem remuneração e com mandatos de 2 (dois) anos, e cada integrante será de diferente setor do Estado brasileiro: 6 (seis) do poder executivo federal, 1 (um) do senado federal, 1 (um) da câmara dos deputados, 1 (um) do Conselho Nacional de Justiça, 1 (um) do conselho nacional do Ministério Público, 1 (um) do Comitê Gestor da internet no Brasil, 4 (quatro) membros da sociedade civil com atuação na proteção de dados pessoais, e 4 (quatro) membros de instituições científicas e tecnológicas. No seu artigo 55, a LGPD assevera que a agência reguladora será parte integrante do poder executivo, garantindo-lhe autonomia técnica, bem como especificando sua função.

A ANPD é a principal autoridade fiscalizadora no cumprimento da LGPD e na aplicação de suas sanções. No que se refere a sanção administrativa podem ser 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 — ou multa diária, observado o limite total a que se refere o inciso II.

Portanto, percebe-se que o Brasil buscou aprimorar a legislação na tratativa e proteção de dados pessoais nas redes, através de diretrizes calcadas no consentimento e transparência, de modo que possa promover princípios constitucionais do Sigilo e Privacidade.

#### 4.1 DIREITO COMPARADO: UMA ANÁLISE DA LEGISLAÇÃO EUROPEIA

A evolução da internet trouxe consigo uma série de mudanças nas relações interpessoais, novas formas de comercialização que acarretou uma hipervulnerabilidade do consumidor nos meios de digitais, não apenas no Brasil como também no mundo.

Deste modo, a presente investigação pretende apresentar um quadro geral da edificação na regulamentação de dados pessoais na União Europeia, elaborada no Regulamento Geral sobre Proteção de Dados (RGPD). O objetivo é identificar como esta norma visa garantir a aplicação direta de suas diretrizes e princípios, e posteriormente chegar a uma conclusão sobre qual dos dois regulamentos oferecem maior eficácia na proteção de dados pessoais (LORENZON, 2021).

As regulamentações acerca de privacidade no mundo virtual começaram a surgir no ambiente jurídico europeu de modo embrionário por volta de 1995 com a aprovação da Diretiva 95/46 CE, na qual unificou as regras de proteção de dados virtuais em todos os países integram.

Todavia, desde então as inovações tecnológicas não pararam de surgir, o universo digital elevou cada vez mais seu nível de complexidade, tornando o mundo cada vez mais conectado e globalizado (MIRAGEM, 2019).

Assim, tal qual como o Brasil, o bloco econômico Europeu precisou aprimorar e reciclar seu nível de regulamentação, para que correspondesse as necessidades trazidas pelas inovações tecnológicas da primeira década do século XXI.

Neste contexto, fora proposta no ano de 2012 a Regulamentação Geral de Proteção de Dados na União Europeia. Este dispositivo levou quatro anos para ser elaborado, totalizando um total de noventa e nove capítulos, com prazo de dois anos para que o setor de tecnologia e as empresas operadoras de dados se adequassem a suas exigências.

Inicialmente, é necessário compreender como a norma europeia compreende dados pessoais. Em seu artigo 4º a RGPD conceitua como qualquer informação relacionada a uma pessoa física identificada ou identificável. No que se refere a informação, entende-se como todo e qualquer elemento que possa ser utilizado para identificar inequivocamente um indivíduo.

Com esta definição a regulamentação europeia buscou ser mais abrangente possível, de modo que este conceito não se torne obsoleto em meio as constantes inovações tecnológicas no ambiente virtual.

Posto isto, é crucial compreender o caráter extraterritorial da legislatura. Os europeus preocuparam-se dispor que as diretrizes da RGDP cobrem os dados de indivíduos pertencentes ao bloco ou de dados localizados no mesmo. Em outras palavras, significa dizer que independente da origem do processor ou controlador, seja da esfera pública ou privada, se este estiver realizando procedimentos nas conjunturas descritas acima, então deve ser realizado um sistema de adequação com a RGPD.

Outro ponto crucial para se destacar é que o legislador europeu não fornece aos usuários a propriedade sobre os seus dados, todavia, fornece a eles o controle sobre o que ocorrerá com estes dados: como serão armazenados, para que fins serão

utilizados e por quem e com quem serão compartilhados. Este aspecto da do regulamento fornece aos usuários o direito de exigir acesso, transferir ou até mesmo deletar seus dados, de modo que proporcione transparência total de qualquer operação realizada.

A norma carrega consigo o rigor de que os responsáveis pela filtragem e coleta de dados informem em até 72 (setenta e duas) horas aos titulares dos dados e as autoridades competentes em caso de vazamento, sendo passível auferir multas em caso de descumprimento desta obrigação.

A premissa da norma europeia é munir os usuários tutelados com direitos que promovam aptidão de transparência e responsabilidade no uso de suas informações pessoais pelas empresas provedoras de serviços e produtos que contratam.

Outro instrumento trazido pela norma fora a obrigação da criação de um cargo responsável por fiscalizar as operações envolvendo dados que contêm informações pessoais de usuários da internet. O Diretor de Proteção de Dados é o responsável por supervisionar empresas privadas e órgãos de setores públicos e garantir à adequação a regulamentação. Em certos casos, o DPO pode ser intimado para prestar esclarecimentos as autoridades competentes ou até mesmo ao público.

Além deste cargo, a regulamentação europeia criou instrumento delegatório à função mais importante de fiscalizar e aplicar multas as *Data Protection Authorities* (DPA, Autoridade de Proteção de Dados, em português) específicas de cada país integrante do bloco. Desta forma, cada Estado membro é responsável por escolher o conselho que integrará a autoridade reguladora, e aplicar as especificidades da RGPD de acordo com as leis de cada país.

Todavia, o artigo 83 do regulamento garante a todas as DPAs o direito de aplicar multas que 20 milhões de euros, ou, no caso de uma empresa, até 4% do faturamento total global do ano fiscal anterior, contravenções mais severas. No caso de violações mais brandas multa pode chegar a 10 milhões de euros ou 2% do faturamento nos mesmos termos anteriores. Paralelamente as multas, são aplicados outros instrumentos de punição, com a imposição de limitação das operações de dados.

Para promover uma maior eficácia da regulamentação, fora criado o Conselho Europeu para Proteção de dados. Trata-se de um organismo independente, cujo objetivo é proporcionar uma cooperação eficaz com a troca de informações entre as

DPA de cada Estado membro. Dentre suas funções, a principal é uniformizar aplicação das regras na União Europeia para evitar a sua aplicação seja tratada diferentemente em cada jurisdição.

A regulamentação europeia traz consigo também o elemento da participação pública no combate as operações de coleta e filtragem de dados pessoais de forma indevida. Positivado no artigo 77, garante-se aos titulares dos dados a possibilidade de apresentar reclamações formais junto a cada DPA competente, caso seja constatado que o processamento dos seus dados esteja em desconformidade com a RGPD.

Este dispositivo garante uma participação efetiva da sociedade civil europeia, promovendo a educação e a conscientização dos cidadãos acerca da norma reguladora e da problemática tutelada.

Visando o combate à coleta e filtragem de dados pessoas praticadas ilegalmente, RGPD impõe parâmetros para países que visam manter relações comerciais com o bloco europeu. Os europeus exigem que os países possuam regulamentação própria sobre proteção de dados e uma autoridade reguladora para garantir a efetividade das normas.

Este instrumento visa instituir, junto com o peso do bloco europeu, a obrigação do resto do mundo de dar a devida atenção aos direitos de privacidade, intimidade e transparência nos meios digitais.

Portanto, conclui-se que apesar da grande similaridade entre a norma brasileira e a regulamentação europeia no quesito de arcabouço e riqueza teórica, a RGDP promove maiores formas de fiscalização e efetivação de suas diretrizes, de modo que permite uma aplicação mais sólida da lei. Também é possível constatar a premissa de promover maior cooperação no âmbito internacional ao combate de coleta e filtragem ilegal de dados pessoais. Além disso, a norma europeia promove uma participação popular mais efetiva, preocupando-se com a educação e conscientização da sociedade civil.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A hipervulnerabilização dos indivíduos está atrelada a fragilização dos seus direitos de personalidade à Intimidade e Privacidade afetadas por acesso a dados pessoais despejados nas redes diariamente.

Verifica-se que o principal instrumento desta lógica se associa com a capacidade de que no capitalismo as grandes empresas, atualmente, deixaram de se ater a sua ambição de robustecer o próprio lucro e valor econômico. Na verdade, visando o lucro, as grandes corporações passaram a desenvolver ferramentas para invadir a esfera íntima dos indivíduos para moldar sua personalidade e prever o seu comportamento para maximizar seus lucros, através das plataformas digitais.

Paralelamente a isto, a constante evolução da cultura de consumo atrelada a violência mercadológica destas propagandas direcionadas, fez-se cada vez mais necessário uma intervenção do Estado para frear tal problemática.

Diante deste cenário, tem-se a confecção de legislações ao redor do mundo, que pretendem pautar sua tutela através de diferentes ferramentas, atendo-se aos papéis das sociedades civis, órgãos de controle, e até sanções econômicas na esfera das relações diplomática.

Além disso, essas legislações concentram na figura do consentimento, o papel de frear este avanço das empresas de tecnologia frente à esfera íntima dos consumidores *on-line*.

Todavia, na contramão de uma proteção mais rígida, constata-se que a Lei Geral de Proteção de Dados possui uma conotação de cunho educativa aos infratores e deposita nos usuários o protagonismo de sua tutela. Assim, de acordo com a expectativa do legislador, os usuários seriam capazes sobrepesar as consequências de fornecer seus dados às empresas de tecnologia, fornecendo ou não o seu consentimento as plataformas digitais para o uso e tratamento de seus dados pessoais.

Efetivamente, os usuários de plataformas digitais não se encontram preparados e instruídos para compreender a realidade que os cerca. Assim, a sua anuência não tem o condão para refletir na sua livre autonomia ou na proteção da sua esfera privada.

Desta forma, constata-se a incipiência da LGPD em resguardar os direitos à Intimidade e Privacidade. Percebe-se que, na prática esta legislação apenas mascara a condição de vulnerabilidade dos usuários em uma falsa sensação de empoderamento nas relações de consumo.

Para que houvesse uma maior eficácia proteção dos direitos tutelados, o legislador necessitaria atribuir a LGPD uma função punitivista aos infratores. Em

contrapartida, concentrar seus esforços educativos no polo vulnerável da relação e adotar mecanismo de fiscalização e controle em diversas camadas de proteção, tal como na legislação europeia.

Com efeito, a legislação brasileira provoca um pseudo-consentimento dos usuários das plataformas digitais, que mediante a nova legislação, autorizam expressamente a utilização de seus dados para fins comerciais sem compreender a consequência prática que tal comportamento acarretará em longo prazo.

Em outras palavras, os dispositivos contidos na Lei 13.709/2018 são precários para coibir os instrumentos de manipulação elaborados com os dados pessoais dos usuários, utilizando suas informações pessoais para aflorar sua falta de liberdade nas tomadas de decisões no *cyber* espaço.

Portanto, observa-se uma positiva iniciativa do legislador em reciclar o campo de proteção dos direitos de Privacidade e Intimidade, no qual busca-se refletir as mudanças tecnológicas trazidas nos últimos anos. Todavia, a LGPD mostra-se insuficiente para tutelar as entranhas do ambiente virtual, contribuindo para um pseudo-consentimento dos seus usuários e provocando uma falsa emancipação dos consumidores nas estruturas das relações de consumo *on-line*.

## REFERÊNCIAS

BECKER, D.; SCHRAPPE, C. **Consentimento e o consentimento na LGPD**. Jota, 03. 2021. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/consentimento-e-o-consentimento-na-lgpd-03012021?amp=1>. Acesso em: 12 set. 2021.

BELLER, Jonathan. Digitality and the Media of Dispossession. In: Trebor Sholz (org.). **Digital Labor: The Internet as Playground and Factory**. New York: Routledge, 2013. p. 211-234.

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. São Paulo: Editora Forense, 2019.

BRASIL. Lei Geral de Proteção de Dados, **Lei 13.709/2018**. Marco Civil Regulatório da Internet, Lei 12.965/2014. Brasília-DF. Constituição Federal de 1988.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **Cultura do Consumo: fundamentos e formas contemporâneas**. Editora FGV, Rio de Janeiro, 2017.

FORNASIER, Mateus de Oliveira; KNEBEL, Norberto Milton Paiva. O titular de dados como sujeito de direito no capitalismo de vigilância e mercantilização dos dados na Lei Geral de Proteção de Dados. **Rev. Direito e Práx.** v. 12, n. 2, p. 1002-

1033, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/2179-8966/2020/46944>. Acesso em: 14 out. 2022.

QUEIROZ, Luiz Fernando de. **Revista Luso-Brasileira de Direito no Consumidor**. v. 1, n. 3. Curitiba: Bonijuris, 2011.

LANGLEY, Paul; LEYSHON, Andrew. Platform capitalism: the intermediation and capitalisation of digital economic circulation. **Finance and society**, v. 3, n. 1, p. 11-31, 2017. Disponível em: <http://dro.dur.ac.uk/19828/2/19828.pdf> Acesso em: 23 ago. 2022.

LORENZON, Laila. **Análise comparada entre regulamentações de dados pessoais no Brasil e na União Europeia (LGPD e GDPR) e seus respectivos instrumentos de enforcement**. Fundação Getúlio Vargas. 2021. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rpdue/article/view/83423>. Acesso em: 06 nov. 2022.

MAGRANI, Eduardo. **Entre dados e robôs: ética e privacidade na era da conectividade**. 2 ed. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2019.

MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor. **Revista dos Tribunais**. v. 1009, n. 1, 2019.

MORELLATO, Ana Carolina Batista; SANTOS, André Filipe Pereira Reid dos. O Capitalismo de vigilância e a lei geral de proteção de dados Anonimização e consentimento. **Revista Brasileira de Sociologia do Direito**. v. 8, n. 2, p. 184-121, 2021.

ORWELL, George. **1984**. São Paulo: Companhia das letras, Ed. Padrão, 2009.

PACHUKANIS, Evgeni. **Teoria Geral do Direito e Marxismo e ensaios escolhidos (1921-1929)**. Tradutor: Lucas Simone. São Paulo: Sundermann, 2017.

RODOTÁ, Stefano. **A vida na sociedade da vigilância: a privacidade hoje**. Trad. Danilo Doneada e Luciana Cabral Doneada. MORAES, Maria Celina Bodin de (Org.). Rio de Janeiro. Renovar, 2008. p. 50.

STEINGRABER, Ronivaldo; FERNANDEZ, Ramon. A racionalidade limitada de Hebert Simon na Microeconomia. **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**. São Paulo, v. 2, n. 34, p. 123-162, 2013. Disponível em: [www.revistasep.org.br/index.php/SEP/article/view/5/80](http://www.revistasep.org.br/index.php/SEP/article/view/5/80). Acesso em: 07 set. 2022.

VERBICARO, Dennis. A Política Nacional das Relações de Consumo como modelo de democracia deliberativa. **Revista Jurídica da Presidência**. Brasília-DF, v. 19, n. 119, p. 534-559, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.20499/2236-3645.RJP2018v19e119-1374>. Acesso em: 11 set. 2022.

VERBICARO, Dennis; VIEIRA, Janaína. A nova dimensão proteção do consumidor digital diante do acesso a dados pessoais no ciberespaço. **Revista de direito do**

**consumidor**. São Paulo, v. 30, n. 134, p. 195-226, 2021. Disponível em: <https://dspace.mj.gov.br/handle/1/3940>. Acesso em: 09 nov. 2022.

VERBICARO, Dennis; CALANDRINI, Jorge. Nudges na proteção de dados pessoais no ciberespaço: um empurrão para incentivar decisões racionais dos consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, v. 31, n. 142, p. 185-214, 2022. Disponível em: <https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/168105>. Acesso em: 07 nov. 2022.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. – 1 ed. Rio de Janeiro: intrínseca, 2020.