



ANÁLISE DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS DIANTE DO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA

Victor Rodrigues Bredoff

Graduado pela Universidade Cândido Mendes.
Advogado.

Resumo – o universo digital tornou-se uma realidade na sociedade, modificando todas os meios de relação entre os seres humanos. Conforme a sociedade evolui, o direito deve evoluir, visando sempre trazer normas que regem de forma adequada o meio social. Não seria diferente com a inserção dos bens digitais e as suas consequências sociais e econômicas. A maneira como o modelo econômico foi modificado pela tecnologia faz com que seja necessário o surgimento de leis que visem proteger os indivíduos, vulneráveis diante do poderio econômico das grandes empresas. Além do mais, o crescimento tecnológico influencia não apenas a economia, mas principalmente os direitos da personalidade. O presente trabalho visa abordar a modificação do modelo econômico na sociedade pela tecnologia e o caminho trilhado pelo direito para reger todas as relações dela decorrentes.

Palavras-chave – Direito Digital. Capitalismo de vigilância. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Autodeterminação informativa.

Sumário – Introdução. 1. Bens digitais e a aplicação no capitalismo de vigilância. 2. A aplicação da autodeterminação informativa da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais no mercado de comportamento futuro. 3. Influenciadores digitais do metaverso e o fortalecimento do mercado digital pelo capitalismo de vigilância. Conclusão. Referências.

INTRODUÇÃO

Diante da evolução tecnológica e a sua inclusão na vida privada, o presente trabalho visa analisar a aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais em uma sociedade tomada pelo capitalismo de vigilância.

A principal função do direito é reger a vida em sociedade e criar normas para que essas relações sociais se deem de forma organizada. Contudo, o direito sempre estará atrasado perante o desenvolvimento social, tendo em vista que primeiro ocorre a evolução da sociedade e depois o desenvolvimento normativo para regular suas necessidades.

Dessa forma, a inclusão dos bens digitais na vida privada faz crescer a necessidade do amparo jurídico sobre o tema, ajustando a nova realidade virtual. Atualmente, há um crescimento imensurável da chamada “vida digital”, onde as pessoas dedicam seu tempo, relações pessoais, profissionais, adquirem patrimônio e outros atos que, até então, seriam apenas físicos.

O primeiro capítulo traz como questão norteadora o conceito de bens digitais e a aplicação destes no capitalismo de vigilância. Nesse sentido, as redes sociais configuram um



importante ponto de discussão: até que ponto os direitos civis e os dados pessoais são respeitados no mundo digital? Como se dá o controle desses direitos?

O segundo capítulo busca debater a autodeterminação informativa no mercado de comportamento futuro. A reflexão por trás deste capítulo gira em torno do consentimento dos usuários para que os provedores de aplicações de internet possam tratar dos seus bens, bem como a finalidade aplicada aos dados por estes provedores. Desse ponto se parte para as condutas dos provedores das redes sociais em um território enfraquecido de normas sobre o tema, e a dificuldade de evitar a utilização desses dados de maneira abusiva. Por se tratar de tema com pouca legislação vigente no Brasil, abre-se uma brecha para que os provedores de redes sociais atuem de forma livre e sem muitos impedimentos, o que atinge diretamente o direito dos seus usuários.

O terceiro capítulo faz a análise sobre o crescimento do metaverso atualmente e a sua influência no capitalismo de vigilância e a criação dos influenciadores digitais. Nesse capítulo se busca debater a vulnerabilidade dos usuários perante a tecnologia desenvolvida para o capitalismo de vigilância e qual seria um ideal normativo para o tema, de forma a equilibrar o direito dos usuários e os provedores digitais.

Dessa forma, a pesquisa é desenvolvida com base no método qualitativo, comparado e bibliográfico, com análise e comparação na legislação estrangeira, bem como na bibliografia existente no Brasil sobre o tema para sustentação da tese. A pesquisa será desenvolvida também pelo método exploratório, por não existir no Brasil muita discussão sobre o tema, e poucas normas aplicáveis a essas situações.

1. BENS DIGITAIS E A APLICAÇÃO NO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA

Analisando o cenário atual de adoção de uma vida social por meio de dispositivos eletrônicos e provedores digitais, faz-se necessário a definição do conceito do chamado bens digitais e todas as suas diretrizes e efeitos para a sociedade.

Em que pese a diversidade cultural no mundo, a inclusão dos meios digitais se faz presente em quase todas as nações e, assim, é possível uma definição comparada do conceito de bens digitais.

No Brasil não há norma legislativa que estabeleça esse conceito, sendo este dever deixado para a doutrina. Nesse sentido, Bruno Zampier¹ define bens digitais como “bens

¹ LACERDA, Bruno Torquato Zampier. *Bens Digitais*. Indaiatuba, SP: Foco jurídico, 2017, p. 59.



incorpóreos, os quais são progressivamente inseridos na internet por um usuário, consistindo em informações de caráter pessoal que trazem alguma utilidade àquele, tenha ou não conteúdo econômico.”

Assim, o autor define que bens digitais são todos os conteúdos inseridos na internet com caráter pessoal, tendo ou não conteúdo econômico. O referido autor² define conteúdo como sendo uma expressão que engloba todo e qualquer segmento de informação, como textos, vídeos, áudios e imagens, qualquer dado posteriormente difundido na internet.

Já em artigo digital, Nicolas Wright³ define bens digitais como qualquer arquivo digital no computador pessoal, assim como contas online e assinaturas, incluindo fotos digitais, vídeos, músicas, contas de e-mails e perfis em redes sociais. O autor ainda vai além ao afirmar que as práticas digitais deixam traços que permanecerão após a morte dos usuários, sendo chamados de “restos digitais”.

Dessa forma, bens digitais são todos os arquivos contidos em aparelhos eletroeletrônicos, qualificados como bens incorpóreos, e que podem ensejar uma qualidade pessoal e patrimonial ao seu titular, carregados de informações inseridas pelos seus titulares.

Neste liame, conclui-se que as redes sociais configuram espécie do gênero bens digitais, tendo em vista a quantidade de dados, não apenas pessoais, mas também profissionais, que ali são inseridos pelos usuários, e que podem ter conteúdo econômico ou não.

Não há dúvidas de que as redes sociais possuem uma inserção imensa na vida em sociedade, sendo um dos maiores meios de comunicação social. Segundo pesquisa feita pela empresa Hootsuite e publicada pela *We Are Social*⁴, mais de 3 bilhões de pessoas utilizavam a rede social em 2018, número que cresce consideravelmente a cada mês, tendo em vista que mais de 4 bilhões de pessoas utilizam a internet.

Thiago Neves⁵ traz a seguinte definição de redes sociais:

redes sociais são verdadeiros provedores de conteúdo, que oferecem diversos serviços aos seus usuários, de caráter tecnológico e virtual, particularmente mediante o oferecimento de conteúdo, que consiste em notícias, imagens, vídeos, dados e informações de um modo geral, publicados em sua maioria pelos próprios usuários, o que só é possível pela celebração de um contrato de natureza consumerista.

² Ibid.

³ WRIGHT, Nicolas. *Death and the internet: the implications of the digital afterlife*. First Monday, v. 19, number 6-2, 2014, [e-book]

⁴ KEMP, Simon. *Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark*. Disponível em: <<https://wearesocial.com/blog/2018/1/global-digital-report-2018>>. Acesso em: 13 mai. 2020.

⁵ NEVES, Thiago Ferreira Cardoso. *Autonomia privada e privacidade nas redes sociais: Renunciabilidade e responsabilidade por danos*. Rio de Janeiro: LMJ Mundo Jurídico, 2019, p. 104.



A utilização crescente desses meios de comunicação faz gerar a necessidade de proteção normativa não apenas em âmbito nacional, mas também em âmbito internacional, tendo em vista que não há fronteiras para a internet, sendo esta talvez a maior experiência de globalização da humanidade.

As empresas titulares desse serviço exigem que o usuário assine um contrato ao criarem suas contas nas redes. Dessa forma, é importante destacar que este contrato entre o usuário e o provedor é regido pelo Código de Defesa do Consumidor. Assim, em que pese não haver uma legislação específica no ordenamento brasileiro para regulamentar as redes sociais e seus provedores de conteúdo, o usuário tem como forma de proteção, ainda que genérica, as normas de proteção ao consumidor.

Entretanto, essas normas regulam apenas interesses básicos do consumo, deixando a mercê dos provedores comportamentos específicos do dia a dia do usuário, como por exemplo a exposição de imagem, ou violação ao direito de privacidade e até mesmo os próprios direitos sucessórios, os quais precisam ser buscados pelo usuário no poder judiciário e atendidos pelo Código Civil Brasileiro de 2002.

Discorrido o conceito dos bens digitais e o enquadramento das redes sociais nesse meio, é possível o debate acerca do tema para se chegar à compreensão de qual comportamento deve ser seguido pelos provedores e usuários, e até mesmo para suprir a ausência da legislação específica e entender uma melhor aplicação das normas vigentes.

Ultrapassado o entendimento de bens digitais, cabe discorrer sobre os direitos da personalidade, os quais estão diretamente interligados com a prática da utilização, não apenas das redes sociais, mas dos bens digitais como um todo.

O Código Civil Brasileiro de 2002⁶ traz logo no seu início a proteção aos direitos da personalidade. Estes nada mais são do que os direitos que conferem ao indivíduo, pessoa natural, a plenitude da sua dignidade humana, capacidade de direito e sobrevivência, essenciais à pessoa natural.

Os autores Cristiano Chaves e Nelson Rosenthal⁷, ao conceituarem os direitos da personalidade, dizem que:

consideram-se, assim, direitos da personalidade aqueles direitos subjetivos reconhecidos à pessoa, tomada em si mesma e em suas necessárias projeções sociais. Enfim, são direitos essenciais ao desenvolvimento da pessoa humana, em que se convertem as projeções físicas, psíquicas e intelectuais do seu titular, individualizando-o de modo a lhe emprestar segura e avançada tutela jurídica.

⁶ BRASIL, *Código Civil*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em: 12 mai. 2020.

⁷ FARIAS; ROSENTHAL apud TARTUCE, Flávio. *Manual de direito civil*: volume único. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2018, p. 101-102.



Dessa forma, direitos da personalidade é gênero que comporta diversas ramificações, como o direito à imagem, à honra, à privacidade, entre outros. Segundo Caio Mário Pereira⁸, os direitos da personalidade não são, na prática, direitos e sim um ponto de partida da qual decorrem direitos, como à imagem, à honra, à privacidade, ao nome, entre outros.

Nesse sentido, os direitos da personalidade nada mais são do que atributos inerentes ao ser humano e, segundo o autor⁹, o princípio constitucional da igualdade previsto no art. 5º, II da CRFB/88 é a definição do conceito de personalidade, tendo em vista que sobrepõe esse conceito às diferenças entre sexo, condições intelectuais, orientação sexual, raça, entre outros, tratando-se, portanto, de direitos inerentes ao ser humano.

Diante da chamada Era Digital, na qual a sociedade se encontra submersa, os usuários dos bens digitais inserem, a todo tempo, diversos conteúdos na rede mundial de computadores. Estes conteúdos consistem em dados pessoais, não apenas os conhecidos como “sensíveis”, como endereço, orientação sexual e outros, mas também fotos, predileções, vídeos, orientação política etc.

Em razão da crescente utilização de redes sociais e rápida evolução dos bens digitais, criou-se o chamado “capitalismo de vigilância”, trazido por Shoshana Zuboff¹⁰ com o seguinte conceito:

1. Uma nova ordem econômica que reivindica a experiência humana como matéria-prima gratuita para práticas comerciais dissimuladas de extração, previsão e vendas;
2. Uma lógica econômica parasítica na qual a produção de bens e serviços é subordinada a uma nova arquitetura global de modificação de comportamento;
3. [...]
4. A estrutura que serve de base para a economia de vigilância;
5. Uma ameaça tão significativa para a natureza humana no século XXI quanto foi o capitalismo industrial para o mundo natural nos séculos XIX e XX;
6. A origem de um novo poder instrumentário que reivindica domínio sobre a sociedade e apresenta desafios surpreendentes para a democracia de mercado;
7. Um movimento que visa impor uma nova ordem coletiva baseada em certeza total;
8. Uma expropriação de direitos humanos críticos que pode ser mais bem compreendida como um golpe vindo de cima: uma destituição da soberania dos indivíduos.

O capitalismo de vigilância, segundo a autora¹¹, não é a tecnologia em si, mas sim uma lógica, um modo, um meio de raciocínio que permeia e direciona a tecnologia numa ação. Os bens digitais são objetos, o meio pelo qual os capitalistas de vigilância se utilizam para obter a sua principal matéria-prima: a experiência humana e os seus comportamentos.

⁸ PEREIRA, Caio Mário da Silva. *Instituições de Direito Civil: Introdução ao direito civil, teoria geral do direito civil*. 31. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018, p. 203.

⁹ *Ibid.*, p. 202.

¹⁰ ZUBOFF, Shoshana. *A Era do Capitalismo de Vigilância: A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. tradução George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

¹¹ *Ibid.*, p. 26.

Assim, o capitalismo de vigilância está diretamente ligado aos direitos da personalidade, uma vez que, referidos direitos estão expostos diante dos bens digitais, sendo vulneráveis aos capitalistas de vigilância.

Os capitalistas de vigilância são aqueles que detêm o monopólio dos bens digitais, ou seja, atualmente, as grandes corporações de tecnologia, como *Google*, *Amazon*, *Facebook* e *Apple*. Segundo Shoshana Zuboff¹², o *Google* foi o pioneiro no capitalismo de vigilância, sendo seguido pelo *Facebook* e pela *Amazon*.

As referidas companhias possuem um método de funcionamento que visa obter o comportamento futuro do usuário e, assim, poder direcionar publicidades, atingindo um maior lucro na economia. Contudo, a publicidade pode não ser a única consequência do capitalismo de vigilância, mas ao se ter um mapeamento do comportamento futuro, é possível prever (e manipular) eleições, opiniões públicas e todo um movimento de massas.

É importante lembrar que os acontecimentos ocorridos durante a Primavera Árabe¹³, em 2010, por exemplo, foram organizados por meio das redes sociais Facebook e Twitter, fatos que desaguaram na derrubada de governos autoritários em países como Egito e Síria. Diversos países do Oriente Médio e do Norte da África sofreram crises políticas decorrentes de greves, manifestações e apelos, os quais tiveram toda a sua organização e promoção por meio das redes sociais. Durante os acontecimentos, muitos desses países aumentaram as restrições ao acesso às redes como uma maneira de impedir a oposição política, uma censura com o escopo de proteger políticas autoritárias.

Conforme o autor Bruno Bioni¹⁴, “as redes sociais acumulam os mais diversos dados pessoais dos seus usuários, que são extraídos ao longo de toda a sua interação com a aplicação. Uma vez logado, o usuário passa a fornecer um rico perfil de si, que é o que viabiliza o direcionamento da publicidade”.

Dessa forma, o ser humano é subjugado aos dados. De acordo com Ana Frazão¹⁵, os algoritmos, em posse de milhares de dados de um determinado indivíduo, podem influenciar e

¹² Ibid., p. 20.

¹³ BORGES, Thassio. *Redes sociais foram combustível para revoluções no mundo árabe*. Disponível em: <<https://operamundi.uol.com.br/politica-e-economia/18943/redes-sociais-foram-o-combustivel-para-as-revolucoes-no-mundo-arabe>>. Acesso em: 28 out. 2021.

¹⁴ BIONI, Bruno Ricardo. *Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020, p. 18.

¹⁵ FRAZÃO, Ana. Fundamentos da proteção dos dados pessoais - Noções introdutórias para a compreensão da importância da Lei Geral de Proteção de Dados. In: _____; OLIVA, Milena Donato; TEPEDINO, Gustavo. *Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no Direito Brasileiro*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019, p. 37.



modificar o seu comportamento. Conforme a autora¹⁶, o acúmulo de dados sobre as pessoas pode ser utilizado para manipular as emoções e opiniões para diversos fins, inclusive políticos.

Antigamente, o capitalismo era baseado na incerteza, na busca da oferta e demanda, o que não ocorre no capitalismo de vigilância, onde o acúmulo de dados sobre as pessoas faz com que o mercado seja baseado no comportamento (mercado comportamental), ou seja, na certeza de como os indivíduos irão se comportar, havendo um retorno garantido de capital.

Portanto, diante da evolução rápida do capitalismo de vigilância e do uso dos bens digitais, urge a necessidade do direito reger a relação entre usuários e provedores de aplicações, bem como limitar, da maneira mais adequada possível, o uso de dados pessoais pelos capitalistas de vigilância.

2. A APLICAÇÃO DA AUTODETERMINAÇÃO INFORMATIVA DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS NO MERCADO DE COMPORTAMENTO FUTURO

Conforme o capítulo anterior, o acúmulo de dados sobre os usuários faz com que os algoritmos tracem um perfil idêntico ao usuário e, com base nesses dados, possam prever os seus comportamentos diante da experiência que lhe é proporcionada na internet. Diante disso, o capitalismo de vigilância proporciona o chamado mercado de comportamento futuro¹⁷, no qual as empresas atuam através de estatísticas de como aquele indivíduo irá se comportar diante da sua oferta, por exemplo.

É a partir do mercado de comportamento futuro que surgem, como exemplo, as publicidades direcionadas nas redes sociais, onde a publicidade aparecerá para um determinado usuário e não para outros, em razão dos dados fornecidos pelo próprio usuário através das redes sociais e demais sites por ele utilizados, é uma publicidade personalizada.

Tendo em vista que no Brasil não havia nenhuma legislação acerca dos dados inseridos pelos usuários na rede mundial de computadores, a lei nº 13.709 de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados) surgiu como uma forma de regular essa perspectiva de mercado.

A privacidade dos usuários de internet é um tema que passou a preocupar o mundo, diante do risco que se tem em razão da vulnerabilidade do indivíduo perante os provedores de aplicações, os quais sabem tudo dos seus usuários, enquanto estes nada sabem daqueles (o chamado *one-way mirror*¹⁸).

¹⁶ Ibid., p. 37.

¹⁷ ZUBOFF, op. cit., p. 22.

¹⁸ PASQUALE apud FRAZÃO, op. cit., p. 49.

A vulnerabilidade dos usuários torna-se evidente no mercado de comportamento futuro, conforme descrito por Frank Pasquale¹⁹:

o facebook define quem somos, a Amazon define o que queremos e o Google define o que pensamos. Nós podemos estender essa epigrama para incluir as finanças, que definem o que temos (pelo menos materialmente) e nossa reputação, o que crescentemente define nossas oportunidades. Líderes em cada setor aspiram tomar essas decisões sem regulação, impugnação ou explicação. Se eles forem bem-sucedidos, nossas liberdades fundamentais e oportunidades serão terceirizadas para sistemas com poucos valores discerníveis além do enriquecimento de altos executivos e acionistas.

A título de exemplo, em outubro de 2021 o Facebook anunciou a mudança no nome da empresa para Meta após diversas denúncias ao Senado Federal norte-americano sobre vazamento de dados dos usuários da rede social e manipulação que enfraquecem a democracia. O ex-gerente de produtos do Facebook, Frances Haugen, afirmou ao Congresso norte-americano que o Facebook “fomentará mais atos violentos ao redor do mundo por conta da forma como seus algoritmos são projetados para promover conteúdo”²⁰. A alteração do nome da empresa fez surgir a palavra “metaverso”²¹, uma mistura da palavra “meta” com “universo” para denominar o universo digital que é dominado pela empresa.

Assim, visando proteger e adequar a privacidade dos usuários, a LGPD²² traz como alguns dos seus fundamentos o respeito à privacidade (art. 2º, I da lei nº 13.709/2018) e o respeito à autodeterminação (art. 2º, II da LGPD), sendo este último uma ramificação do primeiro.

Conforme analisado pela autora Ana Frazão²³, a Lei Geral de Proteção de Dados tem como objetivo o resgate à dignidade da pessoa e os seus direitos básicos relacionados à autodeterminação informativa. A autora vai além e define a proteção de dados como verdadeiro direito fundamental autônomo.

A LGPD²⁴ traz em seu artigo 5º, inciso I o conceito de dados pessoais como “informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável”, enquanto no inciso II está o conceito de dados pessoais sensíveis.

Art. 5º Para fins desta lei, considera-se:
[...]

¹⁹ PASQUALE apud FRAZÃO, op. cit., p. 42.

²⁰ G1. *Facebook anuncia Meta, novo nome para sua controladora*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2021/10/28/facebook-novo-nome-meta.ghtml>>. Acesso em: 29 out. 2021.

²¹ BBC NEWS BRASIL. *Meta: entenda o que é metaverso, que inspira novo nome do Facebook*. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-59085379>>. Acesso em: 27 nov. 2021.

²² BRASIL. *Lei Geral da Proteção de Dados Pessoais*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm>. Acesso em: 12 nov. 2021.

²³ FRAZÃO, op. cit., p. 100.

²⁴ BRASIL, op. cit., nota 22.



II - dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.

Contudo, em que pese a lei definir o conceito de dados sensíveis, há uma tese defendida por Danilo Doneda²⁵ que diz que os dados pessoais podem ser considerados sensíveis em razão do tratamento que recebem, e não pelo conteúdo em si. Segundo o autor²⁶, “um dado, em si, não é perigoso ou discriminatório - mas o uso que dele se faz, pode sê-lo”.

A autodeterminação, trazida pela lei como um dos seus principais fundamentos, é definida por Gustavo Tepedino e Chiara de Teffé²⁷ como “a faculdade de o particular controlar a obtenção, a titularidade, o tratamento e a transmissão de dados relativos a ele”, ou seja, é o usuário ter conhecimento da finalidade para a qual os seus dados serão utilizados, poder optar e decidir se o concede ou não, trazendo assim, segundo os autores, o consentimento informado.

Conforme o acúmulo de dados pelos provedores de aplicações, é possível, conforme já mencionado no capítulo anterior, se obter o comportamento futuro dos usuários. Essa previsão comportamental forma o “superávit comportamental”, principal fonte de lucro dos capitalistas de vigilância, como o Google, por exemplo, que possui o “AdWords”, empresa subsidiária cuja função é a publicidade direcionada aos usuários como a sua maior fonte de renda, tendo em vista que a referida empresa não cobra dos usuários pelos serviços de busca, sua função mais conhecida, mas não a mais lucrativa²⁸.

Nesse sentido, o Google se torna o maior exemplo do capitalismo de vigilância, utilizando sua função gratuita de buscas e pesquisas para obter os dados necessários, que serão utilizados para a publicidade direcionada financiada pelos seus principais clientes: os anunciantes. A função mais conhecida do Google, que é a pesquisa, nada mais é que sua matéria-prima para a verdadeira fonte lucrativa, o comércio através da publicidade.

O mercado de comportamento futuro utiliza os dados pessoais de forma a violar a autodeterminação dos usuários, que na maioria das vezes não sabem que estão fornecendo esses dados de forma que serão manipulados futuramente por ter seus comportamentos mapeados e, conforme as estatísticas, previstos, ensejando a publicidade direcionada de forma a manter os usuários como absolutamente vulneráveis na relação jurídica que se forma virtualmente.

²⁵ DONEDA apud TERRA, Aline de Miranda Valverde. A utilização econômica de rastreadores e identificadores on-line de dados pessoais. In: TEPEDINO; FRAZÃO; OLIVA, op. cit., p. 609.

²⁶ Ibid.

²⁷ TEPEDINO, Gustavo; TEFFÉ, Chiara Spadaccini de. Consentimento e proteção de dados pessoais na LGPD. In: In: Ibid., p. 291.

²⁸ ZUBOFF, op. cit., p. 95.

Conforme Shoshana Zuboff analisa:

[...] o Google não faria mais mineração de dados comportamentais estritamente para melhorar o serviço para seus usuários, e sim para ler as mentes destes a fim de combinar anúncios com seus interesses, que, por sua vez, eram deduzidos dos vestígios colaterais do comportamento on-line.

A questão é que a maior parte dos usuários não têm conhecimento sobre a imensa quantidade de informações pessoais que inserem na internet, não apenas dados como nome, CPF e endereço, mas dados sensíveis, como ideologia política, orientação sexual e predileções sobre os mais variados assuntos. E além de ignorarem o fato de que estão inserindo essas informações para os provedores de aplicações, os usuários não têm o conhecimento da finalidade para a qual esses dados serão utilizados.

A LGPD foi precisa ao definir a autodeterminação como um dos seus principais fundamentos, mas foi insuficiente no que diz respeito a conduta dos provedores de aplicações sobre os dados que utilizam ao não definir melhores hipóteses de tratamento, como, por exemplo, o dever de informar ao usuário, de maneira simples e clara, como tais dados serão utilizados, ou informar que aquela publicidade que surge ao entrar em determinado site aparece de forma direcionada para aquele usuário.

Foi criado na Europa, em 2018, o Regulamento Geral de Proteção de Dados nº 2016/679, a LGPD da União Europeia, que trouxe a política dos *cookies*, que nada mais são que um arquivo do computador fornecidos pelos sites para permitirem a estes uma espécie de memória, onde é registrado a informação da navegação, possibilitando ao usuário a experiência direcionada e personalizada, tendo em vista que todos os seus cliques são rastreados e armazenados pelo navegador²⁹.

O Regulamento Geral de Dados da União Europeia obriga os sites a serem honestos sobre a utilização dos *cookies*, devendo ser anunciado ao usuário a utilização desses registros e, principalmente, o consentimento da utilização pelo usuário. Contudo, embora os sites de navegação atualmente informem e perguntam aos usuários que *cookies* estão sendo colhidos, tal consentimento não é colhido de maneira clara, não tendo o usuário a devida consciência do que de fato está permitindo ao site. Além disso, pode dar a impressão ao usuário de que se ele negar o registro dos cookies, não poderá navegar pelo site que deseja.

Os provedores de aplicações possuem um domínio sobre o usuário, sendo este completamente vulnerável na relação com o navegador. Diante dessa vulnerabilidade, uma

²⁹ CNN. *Você deve aceitar o uso de cookies na internet? É melhor pensar duas vezes*. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/voce-deve-aceitar-o-uso-de-cookies-na-internet-e-melhor-voce-pensar-duas-vezes/>>. Acesso em: 23 nov. 2021.



política de consentimento como a do cookie deve ser feita de maneira a deixar claro para o vulnerável o que ele está permitindo que seja feito e a finalidade desses registros.

Portanto, o desconhecimento dos usuários da função dos *cookies*, sua utilidade e tratamento final pelos provedores de aplicações, não foi trazida de forma expressa na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, a qual se limita a impor aos provedores o dever de respeito à privacidade dos usuários e à autodeterminação informativa, sendo esta última aplicada de forma propositalmente displicente pelos navegadores.

3. INFLUENCIADORES DIGITAIS DO METAVERSO E O FORTALECIMENTO DO MERCADO DIGITAL PELO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA

A Lei Geral de Proteção de Dados³⁰ traz em seu art. 7º, § 4º a dispensa ao consentimento do usuário para o tratamento dos seus dados quando estes tornaram-se públicos pelo próprio titular, sendo resguardados os seus direitos.

A inserção, cada vez maior, da sociedade no metaverso, faz com que os usuários insiram, cada vez mais, os próprios dados na internet, conforme já discorrido em capítulo anterior. Contudo, a lei não define claramente o que é “tornar público” para que possa ser dispensado o consentimento do usuário, bem como não considera que, diante da vulnerabilidade do usuário perante os provedores, não tem a devida consciência de que o seu dado está sendo publicizado na internet, pois se tornou tão comum a utilização de redes sociais, por exemplo, que o indivíduo que insere ali uma dado seu, não tem o conhecimento do seu alcance, e muito menos da finalidade e objetivo dos provedores.

Deve ser levado em consideração que muitos usuários aderem uma personalidade no universo digital completamente diferente da realidade, ou, tendo em vista a capacidade de leitura da personalidade pelos provedores, revelam a sua verdadeira personalidade apenas no meio digital.

Os influenciadores digitais são grandes exemplos do crescimento do metaverso e da dinâmica das relações sociais e econômicas. Recentemente, a influenciadora Sabrina Sato revelou a criação do seu avatar virtual, chamada Satiko. Trata-se de uma vida completamente virtual, sendo a avatar Satiko uma pessoa “autônoma” que, embora criada e controlada pela influenciadora, possui ideias, personalidades, predileções próprias, livres da personalidade da própria criadora, podendo abarcar um público maior, tendo em vista que é livre dos estigmas

³⁰ BRASIL, op. cit., nota 22.



sociais impostos entre os humanos³¹. A influenciadora brasileira não foi a primeira a criar este tipo de formato publicitário e, certamente, não será a última.

A criação de uma pessoa virtual com suas próprias características e personalidade já são comuns no metaverso, como a criação de modelos, vendedores e até mesmo pessoas jurídicas, que são abstratas no mundo real, tornam-se pessoas digitais, com aparência própria e extremamente semelhante aos humanos, com todas as suas características.

As pessoas virtuais são manipuladas através de dados, inseridos pelos seus controladores, pessoas jurídicas ou naturais, bem como pelo algoritmo gerado pelos dados do público que deseja alcançar. Além do mais, tais avatares possuem a finalidade de lucro, sendo propriedades de marcas ou dos próprios influenciadores digitais.

A questão é que o crescimento desse meio de publicidade faz surgir uma dúvida quanto a regulação dos dados pessoais inseridos por aquele controlador no avatar digital. A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais trata dos dados como um todo, não especificando se são os dados do público formado pelos usuários, pessoas naturais, que consomem as redes sociais por mero hábito, ou se aqueles inseridos pelos fornecedores de conteúdos, como influenciadores digitais e até mesmo as pessoas jurídicas que exercem o seus mercados por estes meios.

O comércio gerado dentro dos provedores de aplicações, não apenas nas redes sociais, mas também lojas virtuais, influenciam, diretamente, no crescimento do capitalismo de vigilância, tendo em vista a maior facilidade e rapidez no lucro.

Além do mais, a criação desses avatares digitais demonstram não apenas a inserção do público na internet, a ponto de serem criadas pessoas completamente virtuais, mas também a vulnerabilidade dos usuários nesses meios, que são influenciados, literalmente, por robôs.

Conforme discutido no primeiro capítulo, o capitalismo de vigilância tem como principal meio o mercado de comportamento futuro, sendo os avatares digitais uma tendência (e consequência) desse meio.

A interação dos usuários com as pessoas virtuais alimentam ainda mais o ciclo econômico do novo capitalismo. A LGPD define os direitos dos usuários, os deveres dos portadores dos dados quanto ao seu tratamento, porém não especifica o modo como a colheita poderá ser feita, quais são os limites que devem ser estabelecidos para a privacidade do usuário não seja invadida.

Importante observar que os controladores dos novos avatares digitais são meros clientes dos verdadeiros capitalistas de vigilância, tendo em vista que se utilizam dos dados colhidos

³¹ FORBES. *Sabrina Sato fala sobre Satiko, sua influenciadora digital*. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/11/sabrina-sato-fala-sobre-satiko-sua-influenciadora-virtual/>>. Acesso em: 27 nov. 2021.



por estes para limitar o seu público alvo e poder concretizar o mercado de comportamento futuro, atingindo aqueles vulneráveis ao se produto.

Portanto, a autodeterminação informativa poderá ser um limitador importante da atuação dos “caçadores de dados”, desde que os provedores de aplicações prestem o dever de informação e obtenham um consentimento devidamente informado do usuário, diminuindo assim a vulnerabilidade destes perante o novo modelo econômico ditado por grandes empresas e exercidos por influenciadores digitais e comércio virtual, ou que os usuários tenham conhecimento da sua vulnerabilidade.

CONCLUSÃO

O presente trabalho apresentou uma análise sobre o sistema mercadológico atual decorrente do crescimento exponencial dos meios digitais, o que criou o denominado capitalismo de vigilância e as suas consequências sobre os direitos dos usuários.

A discussão ainda é muito nova, galgando espaços na doutrina e na jurisprudência diante dos variados problemas que surgem com a evolução social na internet, e os passos lentos da legislação brasileira rumo à uma solução adequada para os usuários e para os capitalistas de vigilância.

A Lei Geral de Proteção de Dados, embora não tenha sido a primeira norma a tratar especificamente da internet no Brasil, certamente foi a que mais atingiu o comportamento dos provedores de aplicações e demais instituições que se utilizam dos dados pessoais dos usuários para obter lucro, seguindo a sistemática do comportamento futuro.

Contudo, ainda muito distante do ideal, o qual seria afastar, ao máximo, a vulnerabilidade dos usuários perante os gigantes capitalistas de vigilância. A lei trouxe fundamentos necessários para a proteção dos dados, como o respeito à privacidade e à autodeterminação informativa, porém falhou ao não diretamente normas incisivas sobre a aplicação dos fundamentos, como por exemplo a clareza quanto ao consentimento da obtenção de dados pessoais pelo provedores de navegação. Tal vulnerabilidade não restou afastada, ainda que o foco da LGPD tenha sido proteger o usuário da comercialização dos seus dados pessoais entre pessoas jurídicas de direito público e privado, que aumenta a cada dia que passa a despeito das normas aplicadas pela lei.

Portanto, em razão da inserção dos bens digitais no meio social, a evolução da tecnologia e do mercado de comportamento futuro não conseguem ser acompanhados pelo

Direito, não na mesma velocidade, fazendo com que as grandes empresas provedoras de tecnologia trabalhem sempre em um campo sem regras. O crescimento do capitalismo de vigilância estará sempre um passo à frente da Lei Geral de Proteção de Dados.

REFERÊNCIAS

BBC NEWS BRASIL. *Meta: entenda o que é metaverso, que inspira novo nome do Facebook*. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-59085379>>. Acesso em: 27 nov. 2021.

BIONI, Bruno Ricardo. *Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

BORGES, Thassio. *Redes sociais foram combustível para revoluções no mundo árabe*. Disponível em: <<https://operamundi.uol.com.br/politica-e-economia/18943/redes-sociais-foram-o-combustivel-para-as-revolucoes-no-mundo-arabe>>. Acesso em: 28 out. 2021.

BRASIL, *Lei Geral da Proteção de Dados Pessoais*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm>. Acesso em: 12 nov. 2021.

_____. *Código Civil*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em: 12 mai. 2020.

CNN. *Você deve aceitar o uso de cookies na internet? É melhor pensar duas vezes*. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/voce-deve-aceitar-o-uso-de-cookies-na-internet-e-melhor-voce-pensar-duas-vezes/>>. Acesso em: 23 nov. 2021.

FARIAS; ROSENVALD apud TARTUCE, Flávio. *Manual de direito civil: volume único*. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2018.

FORBES. *Sabrina Sato fala sobre Satiko, sua influenciadora digital*. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/11/sabrina-sato-fala-sobre-satiko-sua-influenciadora-virtual/>>. Acesso em: 27 nov. 2021.

FRAZÃO, Ana. Fundamentos da proteção dos dados pessoais - Noções introdutórias para a compreensão da importância da Lei Geral de Proteção de Dados. In: ____; OLIVA, Milena Donato; TEPEDINO, Gustavo. *Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no Direito Brasileiro*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

G1. *Facebook anuncia Meta, novo nome para sua controladora*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2021/10/28/facebook-novo-nome-meta.ghtml>>. Acesso em: 29 out. 2021.

KEMP, Simon. *Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark*. Disponível em: <<https://wearesocial.com/blog/2018/1/global-digital-report-2018>>. Acesso em: 13 mai. 2020.



LACERDA, Bruno Torquato Zampier. *Bens Digitais*. Indaiatuba, SP: Foco jurídico, 2017.

NEVES, Thiago Ferreira Cardoso. *Autonomia privada e privacidade nas redes sociais: renunciabilidade e responsabilidade por danos*. Rio de Janeiro: LMJ Mundo Jurídico, 2019.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. *Instituições de Direito Civil: Introdução ao direito civil, teoria geral do direito civil*. 31. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

WRIGHT, Nicolas. *Death and the internet: the implications of the digital afterlife*. First Monday, v. 19, number 6-2, 2014, [e-book].

ZUBOFF, Shoshana. *A Era do Capitalismo de Vigilância: A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. tradução George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.