

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS - LGPD E ESCAMBO DE DADOS PESSOAIS: A NOVA MOEDA

Patrícia Verônica Nunes Carvalho Sobral de Souza¹

Ronaldo Batista Dória²

Resumo: A presente pesquisa se perfaz no estudo sobre a proteção à intimidade e a vida particular da pessoa física frente às tecnologias digitais, objetivando expor as nuances do Direito à Privacidade dentro da sociedade digital, no contexto da venda de informações pessoais como propulsor de uma nova moeda. Nesse sentido, buscar-se-á debater a aplicação da Lei nº 13.709/18 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD) no contexto da venda e compartilhamento de dados pessoais de usuários de serviços de internet. A metodologia de pesquisa aplicada é a qualitativa, bibliográfica, documental e exploratória. Justifica-se a importância desse trabalho pelo seu ineditismo sob a ótica da legislação atual. Assunto é de tamanha importância, em especial aos operadores do direito, na medida de se pensar não só a norma jurídica isoladamente, mas o ordenamento jurídico como um todo.

Palavras-Chave: Compartilhamento e venda de dados pessoais. Direito à privacidade. Lei Geral de Proteção de Dados.

GENERAL DATA PROTECTION LAW - GDPR AND

¹ Pós Doutora e Doutora em Direito Público (UFBA). Doutora em Educação e Mestra em Direito pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). Professora titular de Graduação e Pós-graduação da Universidade Tiradentes (UNIT).

² Graduado em Direito pela Universidade Tiradentes (UNIT), Advogado, Conciliador Judicial, pesquisador no Grupo de Pesquisa Direito Público Educação Jurídica e Direito Humanos na Contemporaneidade do CNPq.

PERSONAL DATA BARTER: THE NEW CURRENCY

Abstract: This research is carried out in the study on the protection of the privacy and private life of individuals against digital technologies, aiming to expose the nuances of the Right to Privacy within the digital society, in the context of the sale of personal information as a driver of a new currency . In this sense, it will seek to debate the application of Law No. 13.709/18 (General Law for the Protection of Personal Data – LGPD) in the context of the sale and sharing of personal data of internet service users. The applied research methodology is qualitative, bibliographical, documentary and exploratory. The importance of this work is justified by its novelty from the perspective of current legislation. The subject is of such importance, especially for legal practitioners, insofar as we think not only of the legal norm in isolation, but of the legal system as a whole.

Keywords: Sharing and selling personal data. Right to privacy. General Data Protection Law.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS



As informações no sentido geral sempre movimentaram a ambição de países, empresas públicas e privadas na busca de aprimorarem conhecimentos, estratégias econômicas e otimização de resultados que lhes gerem ganhos. Nesse cenário, temos que a informação no mundo atual da tecnologia é poder e controle.

Assim, torna-se necessário o estabelecimento de limites à invasão e venda de dados pessoais e informações sigilosas. É diante dessa necessidade que surge o direito à privacidade, que atua como limitador da imersão do Estado e empresas, na vida privada e íntima das pessoas.

Nesse contexto, este trabalho objetiva expor as nuances do Direito à Privacidade frente à sociedade digital no contexto da venda de informações pessoais como propulsor de uma nova moeda. E essa análise se dará por meio do estudo sobre a garantia da intimidade e autonomia dos usuários de serviços de internet sobre suas informações pessoais, baseada na proteção legal trazida pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD, nº 13.709/18.

Diante disso, a metodologia de pesquisa científica adotada para alcance dos objetivos deste estudo foi a qualitativa, bibliográfica, documental e exploratória, por meio de fontes, artigos e doutrinas atinentes ao tema.

Justifica-se a relevância desse trabalho por seu ineditismo e notoriedade quanto a problemática da venda e compartilhamento de dados pessoais e seus efeitos frente ao direito à privacidade, sob a ótica das proteções e limites trazidos pela LGPD. Assunto de tamanha relevância ao mundo jurídico, em especial, aos operadores do Direito.

2 INFORMAÇÃO E O DIREITO À PRIVACIDADE

Ao longo do tempo a sociedade se desenvolveu através de elementos estruturantes, fatores que estabeleceram seus respectivos marcos históricos. Por exemplo, na sociedade agrícola a economia girava em torno das riquezas providas da terra, através da prática comercial do escambo. Com o descobrimento da eletricidade e criação da máquina a vapor, a formação de riquezas passou a se desenvolver a partir da produção fabril, passando-se a ser conhecida como sociedade industrial. Logo após a Segunda Guerra Mundial, os serviços ganharam papel de destaque, dando início ao período pós industrial, onde a sociedade não mais se caracterizava pelo que poderia fabricar, mas pelos serviços que poderia oferecer. Atualmente, o elemento central na nova forma de organização da sociedade, é a informação,

sucedendo os recursos que antes estruturavam as sociedades agrícola, industrial e pós industrial (BIONI, 2021).

Assim, a informação ganhou papel central na economia, através de tecnologias que possibilitam grande armazenamento e processamento de dados. Evidenciando um novo desafio à ciência jurídica, que é a proteção da informação e privacidade.

O direito à privacidade tem seu sentido e alcance reinterpretado de tempos em tempos, adaptando-se às novas realidades e problemáticas sociais. Deste modo, ³”primeiramente a lei dava remédio para proteger o sujeito de restrições reais, como a defesa do domínio e da posse, posteriormente, veio o reconhecimento da natureza espiritual do homem, seus sentimentos e intelecto” (WARREN; BRANDEIS, 1890, p.1, texto traduzido).

Gradualmente, o alcance dessas garantias foi ampliado e hoje o direito à vida passou a significar o direito de aproveitar a vida – o direito de ser deixado em paz. Já o termo “propriedade” desenvolveu-se para incluir outras formas de posse – tanto tangíveis quanto intangíveis. Logo, o respeito às emoções humanas estendeu seu alcance além da imunidade pessoal e física, passando a proteger a intimidade e honra dos indivíduos.

Como resultado, no decorrer do tempo, as questões do lar se tornaram mais importantes à comunidade, e a vida nesse ambiente ganhou maior relevância. Isso fez com que a casa não fosse mais vista como um espaço em que são discutidas questões de pouca importância, mas sim o centro de representação do poder político familiar (AGOSTINI, 2011).

Nesse sentido, Doneda (2006) explica que se percebe com regularidade a necessidade dos indivíduos ao exílio, sendo a possibilidade de viver com privacidade, diante da era da informação, prática dos mais abastados, tornando-se um

³ Texto no idioma de origem: “*Then the "right to life" served only to protect the subject from battery in its various forms ; liberty meant freedom from actual restraint ; and the right to property secured to the individual his lands and his cattle. Later, there came a recognition of man's spiritual nature, of his feelings and his intellect*” (WARREN, 1890, p.1).

comportamento comum das famílias nobres.

Contudo, Zanon (2013) aponta que o direito à privacidade como figura jurídica autônoma deu seus primeiros passos nas decisões do jurista norte-americano, Presidente da Suprema Corte de Michigan, Thomas McIntyre Cooley., que desenvolveu em 1888, a expressão o *direito de estar só* (*the right to be et alone*), como defesa à realidade de que as fotografias instantâneas e empresas de comunicação atemorizava invadir o sagrado e privado espaço do lar (ZANON, 2013).

Diante disso, com as novas invenções de tecnologias digitais e com a globalização do conhecimento e das informações, o homem tornou-se mais sensível à publicidade, de forma que, a solidão e a privacidade se tornaram essenciais.

Frente a esses anseios no Brasil, Cancelier (2015) destaca que tanto o constituinte, quanto o legislador ordinário, ao elaborar a Constituição de 1988, em seu artigo 5º, incisos X, XI e XII e o Código Civil de 2002, em seu artigo 21, optaram por não usar o termo *privacidade*, substituindo por expressões inexas como vida privada e intimidade, entretanto, sem oferecer conceitos a nenhuma delas (CANCELIER, 2015).

Em tal caso, infere-se que o Direito à privacidade, como destacado inicialmente, tem sua interpretação e conceituação finalística de sobremaneira elástica, variada conforme o período histórico e problemáticas sociais.

3 A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS: HISTÓRICO E ASPECTOS ESSENCIAIS

Com realidades trazidas pela era da informação e a necessidade de proteção aos dados pessoais, no que tange ao Brasil, foi promulgada em 14 de agosto de 2018, a Lei nº 13.709, conhecida como Lei Geral de proteção de Dados Pessoais – LGPD, que visa, precipuamente, à segurança das informações e do tratamento de dados pessoais.

À vista disso, Pinheiro e Lotufo (2021, p. 31) conceitua “dados pessoais como informações naturalmente importantes e vulneráveis”, e ainda chama atenção para o fato que essa importância, no espaço digital, ganha novos contornos devido ao brusco poder de disseminação e ao amplo alcance que um vazamento de dados pode causar (PINHEIRO; LOTUFO, 2021, p. 31).

Diante dessa problemática apontada, diversos países no mundo adotaram medidas específicas de proteção à privacidade que asseguram os direitos dos titulares dos dados pessoais, bem como, medidas que visem boas práticas e regras claras para as organizações públicas e privadas responsáveis pelo tratamento desses dados.

A União Europeia é considerada a primeira a propor os debates iniciais acerca da proteção dos dados pessoais digitais e promoção da garantia dos direitos humanos fundamentais, como a privacidade. Discussão essa que foi levantada, em especial, pelo partido *The Greens*, e que posteriormente se consolidou na Promulgação do Regulamento Geral de Proteção de Dados Pessoais ou *General Data Protection Regulation* (GDPR), aprovado em 27 de abril de 2016, com o propósito de dar proteção às pessoas físicas nos meios digitais, no que tange ao tratamento e circulação de dados pessoais na internet, também conhecido pela expressão “*free data flow*” (PINHEIRO, 2020).

Noutra senda, ressalta Pinheiro (2020) que a importância da criação de uma lei específica sobre proteção à privacidade e dados pessoais, origina-se do formato como está configurado o modelo atual de negócios na sociedade globalizada, na qual a informação passou a ser a principal moeda de troca utilizada pelos usuários para ter acesso a determinados serviços, bens ou conveniências.

Foi diante desse cenário e, seguindo os parâmetros instituídos na GDPR, que foi promulgada no Brasil, em 14 de agosto de 2018, a LGPD. Sendo que, vale ressaltar, essa proteção

internacional aos dados pessoais obtidos na internet, deu-se diante dos escândalos na Europa, envolvendo espionagem e divulgação de dados de clientes das empresas Cambridge Analytica e Facebook, o que gerou grande repercussão e culminou na criação de medidas protetivas à privacidade e informações pessoais por todo mundo. Carvalho, et al, (2019), esclarece ainda que:

Além das questões éticas, a pressão internacional exercida pela *General Data Protection Regulation* (GDPR) da União Europeia (UE) foi uma motivação, definindo que apenas organizações de países com um nível maior ou igual de rigor para proteção de dados em legislação podem armazenar dados pessoais dos cidadãos da UE, impactando, por exemplo, diretamente os negócios brasileiros (CARVALHO *et al*, 2019, p. 21-30).

Diante da mudança internacional na busca da proteção das informações pessoais no meio digital, quanto à aplicabilidade transfronteiriça da LGPD, conforme seu artigo 3º, incisos I, II, e III, essa se aplica a qualquer operação de tratamento de dados, seja ele realizado por pessoa natural, jurídica de direito público ou privado, independentemente do meio ou do país onde estejam localizados os dados, desde que:

I - a operação de tratamento seja realizada no território nacional; II - a atividade de tratamento tenha por objetivo a oferta ou o fornecimento de bens ou serviços ou o tratamento de dados de indivíduos localizados no território nacional, ou; III - os dados pessoais objeto do tratamento tenham sido coletados no território nacional. (BRASIL, 2018).

Portanto, percebe-se que a LGPD não está restrita à cidadania ou à nacionalidade dos dados pessoais, muito menos à residência do titular das informações. A lei tem alcance extraterritorial, ou seja, efeitos internacionais, aplicando-se aos dados que sejam tratados fora do Brasil, desde que tenham sido coletados em território nacional.

Ademais, a LGPD, em seu Art. 2º, traz como seus fundamentos: o respeito à privacidade; à autodeterminação informativa; a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião; a tutela da inviolabilidade da intimidade e da imagem; o desenvolvimento econômico e tecnológico, bem

como a inovação; a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor, ainda, a proteção dos direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pela pessoas naturais.

Com base nessas disciplinas trazidas pela LGPD, Miragem (2019) explica que a proteção dos dados pessoais é a projeção de direitos fundamentais consagrados na Carta Magna. Relacionando-se com a proteção da vida privada e da intimidade (Art. 5º, X, da CF/88), da dignidade humana (Art. 1º, III, da CF/88) e contra discriminação (Art. 3º, IV, da CF/88), como expressões da liberdade e da igualdade da pessoa humana.

Além disso, a LGPD em seu Art. 5º traz alguns conceitos, dentre eles o de dado pessoal que são às “informações relacionada a pessoa natural identificada ou identificável;” o titular de dados sendo a “a pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento;” e o controlador de dados é identificado como “a pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, a quem compete as decisões referentes aos tratamentos de dados pessoais” (BRASIL, 2018). E todos esses conceitos são de suma importância, para a individualização de quem seriam os sujeitos na relação de disponibilização e responsabilidade sob tratamento dos dados pessoais.

Contudo, mesmo antes da promulgação da LGPD, já se tinha elaborado no ordenamento jurídico brasileiro, a noção de autodeterminação informativa, que Doneda esclarece como sendo uma esfera privada, na qual a pessoa tenha condições de desenvolvimento da própria personalidade, livre de ingerências externas.

[...] passa a ser um pressuposto para que ela não seja submetida a formas de controle social que, em última análise, anulariam sua individualidade, cercearam sua autonomia privada (para tocar em um conceito caro ao direito privado) e, em última análise, inviabilizaram o livre desenvolvimento de sua personalidade (DONEDA, 2006. p. 142).

Por sua vez, Miragem (2019) destaca que o entendimento

que se tem sobre autodeterminação informativa é a decisão livre e racional da pessoa a quem os dados correspondem (titular dos dados), possuindo esse o poder jurídico para definir a possibilidade e finalidade de sua utilização, assim como seus limites. E o exercício deste poder se definiria, sobretudo a partir da noção de consentimento do titular.

Decerto, diante do volume e variedade de informações pessoais disponibilizadas constantemente, exige-se cada vez mais uma gestão responsável por parte das organizações, o que pode garantir resultados positivos e ocasionar uma boa relação comercial entre titular e controlador. “Por essa razão, o gerenciamento inapropriado e a adequação incorreta podem repercutir em diversos problemas para as organizações, como também, sérias violações aos direitos fundamentais do cidadão (SANTOS; SOBRAL DE SOUZA, 2021).

Desse modo, para haver possibilidade de venda e compartilhamento de dados pessoais de usuários de serviço de internet, somente se procederá com o consentimento inequívoco do titular dos dados, mediante transparência e lealdade do controlador, que deverá ser claro sobre o destino e uso dessas informações. É o que prescreve, como pressuposto da autodeterminação sobre a informação, o Art. 7º, I, da LGPD.

4 VENDA E COMPARTILHAMENTO DE DADOS PESSOAIS COMO UMA NOVA MODALIDADE DE MOEDA NO MERCADO FINANCEIRO INFORMACIONAL

Após a revolução industrial no século XVIII, como consequência do advento da ciência da computação, surgiram as chamadas sociedades informacionais, definida por Silveira (2017) como sociedades cuja economia se baseia fortemente em tecnologia e tem a informação como seu principal ativo. Assim, o capitalismo cognitivo torna-se imaterial e cibernético, baseado nos fluxos de informações capturadas, processadas e analisadas.

Foi através da criação do *Big Data*⁴, que se tornou possível o processo de desmaterialização, captura digital, armazenamento e processamento expressivo de informações, possibilitando a estruturação, mineração e análise dos dados digitais em toda sua extensão, tornando-se viável, também, através da tecnologia, correlacionar uma série de fatores e formar padrões de consumo ou comportamentos de usuários de serviços de internet, e, inclusive, inferir probabilidade de acontecimentos futuros (BIONI, 2021).

Assim, no mundo globalizado, pós-industrial, os dados pessoais adquiridos por meio da utilização das novas tecnologias informacionais representam um bem potencialmente valioso, tanto para fidelização de consumidores quanto para redução de riscos empresariais. Nesse sentido, conforme os ensinamentos de Cosenza (2019), essas informações representam uma moeda de troca e este cambio de dados pessoais se fundamenta na necessidade de informações das empresas, instituições públicas e usuários finais (COSENZA, 2019).

À vista disso, Silveira (2017) aponta que a venda e compartilhamento de dados é prática antiga, sendo inúmeros os registros nos Estados Unidos que apontam que há muito tempo as agências de informação de crédito, movidas pela necessidade de superar a incompatibilidade de informações na concessão de empréstimos, coletavam dados sobre agentes econômicos. Diante desses objetivos, ferramentas de obtenção de dados, como indicações de atacadistas, importadores, bancos e companhias de serviços, mostravam-se importantes para avaliar o perfil dos consumidores, indo além das informações oferecidas pelos interessados e diminuindo os riscos das operações financeiras e comerciais.

Torna-se possível visualizar melhor tal situação, a partir

⁴ O *Big Data* é uma tecnologia de armazenamento de grande volume de dados em formato de *bits*, que viabiliza seu acesso em alta velocidade tendo por finalidade a captura, estruturação e mineração de dados, transformando-os seguidamente em informações essenciais na esfera da gestão de negócios (MACHADO, 2018).

de receitas ou ganhos de conglomerados como o *Google* e *Facebook*, que não cobram por seus serviços, sendo suas fontes de rendimentos provenientes da venda de publicidade direcionada a públicos alvos ou segmentados, através dos dados de seus usuários cadastrados em suas plataformas digitais, que são reunidos em amostras e colocados à disposição de seus anunciantes (SILVEIRA, 2017).

A exemplo disso, segundo dados do *Google Financial Tables* de 2015⁵, em 2014 a publicidade foi responsável por 92% das receitas do *Facebook*, sendo que, em 2013 esse percentual era de 89% e em 2012 de 84% (LIEM; PETROPOULOS, 2016, p. 222). Ou seja, o indicativo de uma crescente valorização da publicidade direcionada a seus usuários.

E nesse sentido, Silveira (2017), aponta que com base no relatório “*Exploring the Economics of Personal Data*”⁶, da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), é possível concluir que o valor de empresas, como o *Facebook*, constituir-se-ia a partir dos registros de dados pessoais em sua posse. Isso porque, só entre 2006 a 2012, os dados dos usuários do *Facebook* oscilaram entre 40 a 300 dólares. Já em maio de 2012 seu valor foi de 112 dólares por usuários cadastrados. Contudo, tais oscilações do valor do *Facebook*, podem não apenas expressar variações de preço dos dados pessoais, como também pode ser resultante de outros fatores econômicos.

É através disso que se chegou ao consenso que o *Facebook* tem como principal fonte de rendimento a compra e venda de dados pessoais às empresas e demais clientes que buscam perfis de consumidores (SILVEIRA, 2017).

Consequentemente, extrair o valor desses dados requer mais do que apenas coletá-los. Sendo que, o tratamento de dados

⁵ Dados disponíveis em ALPHABET INVESTOR RELATIONS. *Alphabet Anuncia Resultados do Terceiro Trimestre*. Disponível em: <https://abc.xyz/investor/>.

⁶ OECD Digital Economy Papers, n. 220, 2013, pp. 4-5.

pode ser subdividido em quatro camadas: sendo a primeira a coleta e armazenamento das informações; a segunda o tratamento sistemático e mineração desse conjunto de características; a terceira a análise e formação de amostras; por último, sua modulação (SILVEIRA, 2017).

Cosenza (2019), de forma mais abrangente esclarece cada uma dessas fases, aduzindo que na fase de coleta de dados, são utilizadas como ferramentas de captação as plataformas de relacionamento online, como as redes sociais, os sites, os mecanismos de pesquisas etc. Posteriormente, na fase de tratamento e mineração, ocorre a reunião dessas informações, seu tratamento e armazenamento. E é na fase de formação de amostras, onde são localizados os departamentos de *marketing* e as plataformas que analisam e organizam essas informações, que fundamenta campanhas publicitárias e geração de *leads*, isto é, contatos capazes de se transmutar em clientes. Por fim, na fase de modulação, identifica-se o conjunto de atividades de ofertas, serviços e produtos que estejam de acordo com os interesses dos titulares dos dados. Incluindo-se, nessa etapa, os algoritmos e filtros de controle de visualização, que dará base para formação de subdivisões de perfis de usuários distinguidos por características e interesses, também está incluída a atividade final de venda de produtos apontado a públicos específicos.

Com o advento da tecnologia de *cookies* nas páginas *webs* foi que tornou possível rastrear a navegação dos usuários e segmentar suas predileções, bem como direcioná-las aos anúncios publicitários que se encontram dentro dos seus interesses. Essa ferramenta digital é conceituada por Martins como:

Programas de dados gerados com o objetivo principal de identificação do usuário, rastreamento e obtenção de dados úteis a seu respeito, especialmente, baseada em dados de navegação e de consumo. Tais fichários de dados, normalmente utilizados pelos provedores de Internet, são enviados aos navegadores dos usuários, em cujos computadores restam salvos em diretórios específicos (MARTINS, 2008, p. 227-228).

Sendo assim, com os dados pessoais de usuários de

serviços de internet, torna-se possível formar padrões de perfis comportamentais e de consumo, o que permite uma melhor elaboração de planejamento estratégico de atração e captura das atenções para o direcionamento de escolhas, o que fomenta, vertiginosamente, o mercado de consumo (SILVEIRA, 2017).

Nessa acepção, tutelar dados pessoais “tornou-se, um valor em si, reunindo as atribuições inerentes a cada indivíduo e auxiliando no desenvolvimento da nova cidadania.” Ademais, os direitos à intimidade e a privacidade consistem em características integrantes da cidadania, visto que tutelar dados conhecidos como sensíveis, a título de exemplificação, obsta que incorrem possíveis discriminações e, também possibilita que a população participe, de forma mais igual, ativa e estendida das decisões tomadas pela Administração Pública (SOBRAL DE SOUZA; SOARES, 2019, p. 96).

Diante da problemática do comércio de dados pessoais, Tanner (2013) salienta de forma crítica que, em relação ao consentimento do titular e a autodeterminação informativa, os sistemas de “termos de uso” ou “aceite de uso” de determinadas ferramentas digitais, são propositalmente redigidos de forma complexa e extensa, conduzindo os usuários ao desconhecimento das suas cláusulas e possibilitando, ainda, que a mesma aceitação, sem a devida ciência do seu inteiro teor pelo usuário, autorize o uso e coleta irrestrita de dados, sem nenhum vínculo com o serviço em questão, para fins ilegítimos como a transação de dados, sob justificativa de que o titular teria inserido os dados “por livre e espontânea vontade”.

Nesse mesmo sentido, Sadowski (2016) aponta que quando as empresas buscam consentimento do titular dos dados é por meio de termo de acordos de serviço – contratos excessivamente longos repletos de linguagem jurídica densa com a qual os usuários devem “concordar” sem entender, o que implicaria, conseqüentemente na autodeterminação informativa.

Assim sendo, torna-se perceptível que as informações

dos usuários de serviços de internet se constituem em uma nova moeda que fomenta um mercado informacional bastante lucrativo e crescente de troca e venda de dados pessoais, o que denota uma necessidade maior de proteção a esses dados, à privacidade, transparência e segurança dos indivíduos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto capitalista da livre concorrência, o mercado de dados digitais se mostra como matéria prima para vencer as disputas impostas pela acumulação do capital. Nessa realidade, a economia informacional depende cada vez mais da interceptação de dados de usuários de serviços de internet, para formação de perfis de consumidores e uma publicidade direcionada aos interesses e propulsão do consumo.

Logo, é através da disponibilização de dispositivos, plataformas digitais e sob justificativa de melhoria da condição de vida, trabalho e entretenimento, que se ganha o afeto, atenção e, principalmente, os dados de seus utilizadores. A partir de então é que se opera a segmentação/divisão dos usuários de acordo com seus interesses e colocados em amostras que serão ofertadas posteriormente a corretores de dados, rede de anunciantes e compradores de audiência (SILVEIRA, 2017).

Assim, a internet e seus dispositivos de acesso, constituem-se ferramentas imprescindíveis nas disputas econômica, política, social e cultural deste século, porque são grandes captores de informações. Ao passo que, o direito à privacidade se torna uma barreira a esse capitalismo informacional.

Fora da lógica do capital, dentro de um estado democrático de direito, o direito à privacidade se constitui como defesa do hipossuficiente frente ao poderio econômico. Conseqüentemente, os dados pessoais digitais devem ser protegidos através da concepção que esses integram parte da identidade das pessoas. Prescindindo o seu uso, de autorização e seu tratamento

econômico, de negociação.

Neste prisma, as tecnologias são instrumentos de poder que não podem ser ignoradas, obrigando-se todos os operadores de dados pessoais às determinações contidas no art. 2º, da Lei nº 13.709/2018, dentre as quais: o respeito à privacidade, à inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem, defesa do consumidor e a autodeterminação informativa dos titulares de dados.

Sendo esta última, nas lições de Miragem, resumida no consentimento dos titulares a quem os dados digam respeito, cabendo a esses definir ou negociar a possibilidade de uso, a finalidade da utilização, bem como, seus limites.

Portanto, como destacado anteriormente, para haver a possibilidade de venda e compartilhamento de dados pessoais de usuários de serviço de internet, somente se procederá com o consentimento inequívoco do titular dos dados, mediante transparência e lealdade do controlador, que deverá ser claro sobre o destino e uso dessas informações, sendo esses os pressupostos da autodeterminação informativa.



REFERÊNCIAS

- AGOSTINI, L. C. de. *A intimidade e a vida privada como expressões da liberdade humana*. Porto Alegre: Núria Fabris Ed., 2011.
- BIONI, B. R. *Proteção de Dados Pessoais: a função e os limites do consentimento* / Bruno Ricardo Bioni. – 3. ed. – Rio de Janeiro: Forense, 2021.
- BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. *Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)*. Versão online. Disponível em:

- http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm. Acesso em: 26 jun. 2021.
- BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Versão online. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 19 mar. 2021.
- CANCELIER, M. V. L. *Propriedade intelectual e sensoria-mento remoto: a proteção jurídica das imagens geradas por satélites*. Florianópolis: Empório do Direito, 2015.
- CARVALHO, L. et al. *Desafios de Transparência pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais*. In: Anais do VII Workshop de Transparência em Sistemas. SBC, 2019. p. 21-30
- COSENZA, H. J. S. R.; MOURA, L. C. B., *Escambo de dados pessoais: a polêmica da nova moeda*. Personal, p. 1834–1849, 2019.
- DONEDA, D. *Da privacidade à proteção dos dados pessoais*. Renovar, 2006.
- LIEM, C.; PETROPOULOS, G. *The economic value of personal data for online platforms, firms and consumers*. Blog Post Bruegel, 2016. Disponível em: The economic value of personal data for online platforms, firms and consumers | Bruegel
- MACHADO, F. N. R. *Big Data: o futuro dos dados e aplicações*. São Paulo: Érica, 2018.
- MARTINS, G. M. *Responsabilidade por acidente de consumo na Internet*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.
- MIRAGEM, B. *A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito do Consumidor*. Revista dos Tribunais, v. 1009, p. 1–35, 2019.
- PINHEIRO, P. P. *Proteção de dados pessoais: comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD)* / Patricia Peck Pinheiro – 2. ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2020.
- PINHEIRO, P. P. (Coord). *Segurança Digital: proteção de dados*

- nas empresas. In. PINHEITO, Patricia Peck (Org.). LO-TUFO, Larissa. *Proteção de Dados Pessoais*. São Paulo: Atlas, 2021.
- SADOWSKI, J. *Companies are making money from our personal data – but at what cost?* The Guardian, London, 31 de ago. 2016. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2016/aug/31/personal-data-corporate-use-google-amazon>
- SILVEIRA, S. A. da. *Tudo sobre tod@s: Redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais*. São Paulo: Sesc, 2017.
- SILVEIRA, S. A. da; AVELINO, Rodolfo; SOUZA, Joyce. *A privacidade e o mercado de dados pessoais | Privacy and the market of personal data*. Liinc em Revista, v. 12, n. 2, 30 nov. 2016.
- SANTOS, L. C. dos; SOBRAL DE SOUZA, P. V. N. C. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais: um estudo do atual cenário nacional e sua adequação à norma. In: Aline Ouriques Freire Fernandes; Ana Keuly Luz Bezerra; Carolina Bessa Ferreira de Oliveira; Thaís Dalla Corte. (Org.). *Visões sobre direitos humanos e fundamentais*. 1ed. Rio de Janeiro: Pembroke Collins, 2021, v. 1, p. 261-276.
- SOBRAL DE SOUZA, P. V. N.C; SOARES, R. M. F. A influência do BIG DATA no controle social da gestão pública. *Revista de Direitos Humanos Fundamentais*, v. 2, p. 83-107, 2019.
- TANNER, A. (2013) "Never Give Stores Your ZIP Code. Here's Why". *Revista FORBES*. Disponível em: <http://bit.ly/2UWih2w>
- WARREN, S. D.; BRANDEIS, L. D. *Right to privacy*. *Harvard Law Review*, v. IV, n. 5, December, 1890. Disponível em: <http://faculty.uml.edu/sgallagher/Brandeisprivacy.htm>. Acesso em: 14 mar. 2021.
- ZANON, J. C. *Direito à proteção dos dados pessoais*. São

Paulo: *Revista dos Tribunais*, 2013.