

PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NA ERA DIGITAL: UMA VISÃO SOBRE A ECONOMIA COMPARTILHADA E ATUAÇÃO DAS *BIG TECHS*

RECEBIDO EM:	31.10.2025
APROVADO EM:	18.11.2025

Alicia Baptista Rodrigues

 <https://orcid.org/0009-0003-1160-1709>

Universidade Presbiteriana Mackenzie
São Paulo, São Paulo, Brasil
E-mail: aliciarodrigues18@gmail.com

Mariana Govões

 <https://orcid.org/0009-0005-8045-1198>

Universidade Presbiteriana Mackenzie
São Paulo, São Paulo, Brasil
E-mail: govoesm@gmail.com

Ana Elizabeth Lapa Wanderley Cavalcanti

 <https://orcid.org/0000-0001-7324-4741>

Universidade Presbiteriana Mackenzie
São Paulo, SP, Brasil
E-mail: ana.cavalcanti@mackenzie.br



Este artigo é publicado em acesso aberto sob a licença Creative Commons Attribution, que permite o uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.
This article is published in open access under the terms of Creative Commons Attribution License 4.0 International.

- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

Para citar este artigo: RODRIGUES, A. B.; GOVÕES, M.; CAVALCANTI, A. E. L. W. Proteção de dados pessoais na era digital: uma visão sobre a economia compartilhada e atuação das *big techs*. *Revista Direito Mackenzie*, São Paulo, SP, v. 19, n. 3, e18368, 2025. <http://dx.doi.org/10.5935/2317-2622/direito-mackenzie.v19n318368>.

- **RESUMO:** Esta pesquisa aborda a proteção de dados e o impacto das transformações sociais e econômicas provenientes do uso de plataformas e aplicativos digitais, no contexto da economia compartilhada e das *big techs*. Adota-se o método hipotético-dedutivo, com base em análise bibliográfica e normativa. O objetivo geral é investigar o papel do Direito na governança dos dados, proteção da privacidade, da transformação do mercado de consumo digital e sua interface com a defesa da concorrência e regulação sobre o controle de dados por parte das *big techs*. Como objetivos específicos, propõe-se examinar a função da informação nas plataformas digitais e avaliar os desafios regulatórios impostos por esse cenário, considerando os impactos da economia compartilhada e os efeitos da assimetria informacional no ambiente digital. Como resultado, verifica-se a necessidade de reconfigurar conceitos jurídicos tradicionais que possam auxiliar na solução de questões que violem o direito à proteção de dados pessoais.
- **PALAVRAS-CHAVE:** Plataformas digitais; proteção de dados; *big techs*.

PERSONAL DATA PROTECTION IN THE DIGITAL AGE: AN OVERVIEW OF THE SHARING ECONOMY AND THE ROLE OF BIG TECH COMPANIES

- **ABSTRACT:** This research addresses data protection and the impact of social and economic transformations resulting from the use of digital platforms and applications, in the context of the sharing economy and Big Tech companies. The study adopts the hypothetical-deductive method, based on bibliographic and normative analysis. The general objective is to investigate the role of law in data governance, privacy protection, the transformation of the digital consumer market, and its interface with competition law and regulation regarding data control by Big Tech companies. Specifically, it seeks to examine the function of information in digital platforms and to assess the regulatory challenges posed by



this scenario, considering the impacts of the sharing economy and the effects of informational asymmetry in the digital environment. As a result, it is possible to see a need to reconfigure traditional legal concepts that can help in solving issues that violate the right to protection of personal data.

■ **KEYWORDS:** Digital platforms; data protection; big techs.

1. Introdução

Na economia contemporânea, os dados adquiriram valor econômico relevante e estão sendo considerados um dos principais ativos na era digital. Diante de sua importância para o funcionamento das plataformas digitais e para a manutenção da economia compartilhada, considera-se imprescindível o uso de mecanismos eficazes para a proteção de dados pessoais. A tensão entre o uso intensivo de dados e a proteção da privacidade dos usuários coloca novos desafios às ciências jurídicas, no que se refere à regulação e ao equilíbrio entre o avanço tecnológico, livre iniciativa e a proteção dos direitos fundamentais.

Busca-se compreender de que forma a ciência jurídica contribui para a regulação das práticas de tratamento de dados pessoais adotadas por plataformas digitais, bem como analisar os efeitos da circulação de informações nas redes sociais no que tange à concorrência no mercado digital. Parte-se do pressuposto de que a informação se tornou ativo estratégico, capaz de gerar vantagens econômicas e distorções concorrentiais. Adota-se o método hipotético-dedutivo, com base em análise bibliográfica e normativa.

Partindo-se do questionamento sobre os efeitos da circulação de informações, especialmente dados pessoais, nas redes sociais e de que forma o acesso a essas informações impactam a concorrência no mercado digital, notadamente pelo controle de dados por parte das *big techs*, esta pesquisa propõe-se a analisar as dificuldades enfrentadas na proteção de dados pessoais em um cenário marcado pela intensa circulação de informações, sobretudo em plataformas de redes sociais e serviços baseados na lógica da economia compartilhada. Apresentando como objetivo principal, verificar de que maneira a ciência jurídica pode contribuir para a regulação do tratamento de dados pessoais, com vistas a garantir a proteção dos usuários, bem como assegurar a oferta



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

de serviços e produtos de forma ética, segura e eficiente, com vistas a não suprimir o mercado e o avanço econômico.

O referencial teórico adotado nesta pesquisa fundamenta-se, inicialmente, nas contribuições de Byung-Chul Han (2023), em sua obra *A crise da narração*, notadamente em suas análises acerca da crise da narrativa e da sociedade da informação, nas quais evidencia os efeitos da sobrecarga de dados na constituição da subjetividade e nas relações sociais contemporâneas. Complementarmente, recorre-se à perspectiva de Klaus Schwab (2023), na obra *Capitalismo stakeholder: uma economia global que trabalha para o progresso, as pessoas e o planeta*, em que se propõe uma reconfiguração do papel das empresas e das tecnologias, orientada por uma lógica de responsabilidade social e sustentabilidade. No que tange à aplicação do Direito Concorrencial em mercados bifaces, adota-se como base teórica a obra *A economia do bem comum*, de Jean Tirole (2020), que oferece subsídios para a compreensão das novas dinâmicas econômicas e dos desafios regulatórios impostos pelas transformações tecnológicas.

Cabe destacar que Byung-Chul Han utiliza o termo “informação” de forma ampla, frequentemente como sinônimo de dados. Contudo, sob a ótica da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), é importante distinguir esses conceitos. Dados são elementos que, quando relacionados a uma pessoa natural identificada ou identificável, tornam-se dados pessoais. Ou seja, qualquer dado que, isoladamente ou em conjunto com outros, possa revelar a identidade de um indivíduo. Ainda, no contexto dos dados pessoais, existe uma categoria especial, os dados pessoais sensíveis, que envolvem informações sobre origem racial ou étnica, convicções religiosas, opinião política, dados de saúde, entre outros, e que recebem proteção reforçada pela legislação. Para fins deste trabalho, os termos “dados” e “informação” serão usados de forma complementar, respeitando as distinções conceituais apresentadas.

Este artigo está estruturado de forma a, primeiramente, analisar o valor que a informação detém na sociedade atual e qual a transformação social e econômica advinda do uso das tecnologias presentes nas plataformas e aplicativos digitais, para que, logo em seguida, seja possível estabelecer uma relação dessa transformação à coleta de dados por *big techs*, aos impactos do controle de dados digitais no Direito Concorrencial e ao papel regulatório do Estado diante de nova dinâmica. Nesse sentido, a temática debatida no presente artigo ajusta-se à linha de pesquisa Poder Econômico, bem como seus limites jurídicos, proposta pela Revista.



1. O valor da informação na sociedade contemporânea

Na sociedade contemporânea, também conhecida como sociedade em rede, a informação tornou-se recurso estratégico capaz de orientar decisões políticas, econômicas e sociais. Mais do que uma simples mercadoria, os dados configuram uma forma de capital que gera valor e poder econômico. O domínio de seu uso confere vantagens competitivas, permitindo prever comportamentos, antecipar tendências e influenciar mercados, evidenciando que, na era digital, o capital informacional ocupa papel central na geração de valor (Verdegem, 2022, p. 730).

Essa nova forma de dominação é denominada por Byung-Chul Han (2022, p. 7) de “regime de informação”, exercido de modo não violento, invisível e eficaz. Segundo o autor, o novo regime está ligado ao capitalismo da vigilância que degrada os seres humanos, transformando-os em uma espécie de animais de consumo.

A reflexão proposta por Han parte do pressuposto que a técnica digital da informação transforma a comunicação em instrumento de vigilância. Quanto mais dados são gerados e quanto mais intensa for a comunicação, mais eficiente se torna o sistema de vigilância. Nesse sentido, ele observa que a transparência, tão exaltada na atualidade, contribui para a naturalização do controle, deslocando a vigilância dos aparatos estatais e religiosos para o cotidiano das pessoas, com a anuência dos próprios indivíduos em formato de “liberdade”. Paradoxalmente, a dominação, nesse caso, se estabelece quando liberdade e vigilância coincidem (Han, 2022, p. 13).

Com a monetização das redes sociais, uma postagem, ao ser curtida ou compartilhada, gera engajamento e, por consequência, valor econômico. Nesse aspecto, no ambiente digital, o conteúdo de uma rede social não é apenas expressão pessoal, mas também um ativo capaz de ser quantificado e valorado, pois o valor das plataformas aumenta conforme cresce o número de usuários que as utilizam. A participação e a troca entre os membros só ocorrem quando há uma base ativa de usuários (Verdegem, 2022, p. 730).

José Moreno (2015, p. 9) explica que na sociedade em rede, não são apenas empresas que geram e distribuem informações, mas os próprios usuários desempenham esse papel, configurando um novo paradigma comunicacional. Para Han (2018, p. 36), esse duplo papel aumenta a quantidade de informação, posto que hoje os usuários não



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

são mais apenas destinatários e consumidores passivos, mas também remetentes e produtores de conteúdos ativos nas redes sociais, constituindo uma sociedade de opinião *desmediatizada*, resultando numa maximização de informações. Ou seja, se no passado as mídias tradicionais como rádio e televisão se voltavam para um receptor passivo, as mídias digitais permitem que o usuário, antes apenas receptor, possa ser sujeito ativo na comunicação, compartilhando o mesmo espaço com as mais variadas formas de mídia. Se antes era necessária a presença da mídia para interpretar e transmitir uma informação, hoje, com a expansão das mídias digitais, não é mais essencial a presença da mídia como intermediário, balizador e representante da informação, constrói-se assim, um ambiente em que a opinião individual passa a ser tratada e recebida como informação.

Tal lógica contribui para a produção de um sujeito cada vez mais vulnerável, cuja autonomia está ameaçada pela influência constante dos algoritmos que orientam e moldam comportamentos dos seus usuários. Diante dessa nova forma de consumo, a informação é tratada como um bem econômico. A informação adquire um “valor de troca”, quantificável e passível de mensuração, revelando-se elemento estruturante da sociedade capitalista contemporânea.

Contudo, Han (2023, p. 23) faz um alerta, lembrando que a informação, apesar de abundante, esgota-se rapidamente. Seu efeito é momentâneo e carece de potencial de permanência. Em razão da fugacidade da informação, a sociedade vive uma *crise de narração*, que compromete a capacidade de atribuir sentido ao tempo e à experiência, criando uma fragmentação social e um vazio narrativo que dificulta a conexão entre as pessoas e a vida em comunidade.

Na visão do mencionado autor, a narrativa é essencial para gerar suporte e significado às experiências humanas; diferentemente da informação fragmentada e efêmera, a narrativa conecta e transforma o indivíduo em parte de uma comunidade ou tradição. Para isso, Han (2023) exemplifica o que seria a *narração* por meio de uma comparação com o calendário cristão, no qual muitas civilizações estruturaram o tempo a partir de momentos bíblicos celebrados ao longo do ano. Assim, os meses não se reduzem a uma simples contagem de dias, mas ganham significado em uma comunidade.

Por exemplo, o mês de dezembro, para aqueles que comemoram o Natal, é marcado pela reunião de familiares e amigos. No entanto, com o enfraquecimento das festividades mensais e o afastamento das celebrações comunitárias que conferem sentido ao tempo, sua passagem deixa de ter um caráter narrativo. Determinado mês deixa de



representar uma celebração ou uma memória coletiva e passa a ser apenas uma medida linear do tempo.

Na ausência dessas referências compartilhadas, o tempo passa a fluir de maneira indiferenciada, como a rolagem infinita das telas nas redes sociais e nos anúncios virtuais (Han, 2023, p. 63). Desse modo:

O homem digital passa os dedos no sentido de que ele enumera e calcula constantemente. O digital absolutiza o número e o enumerar. Também amigos do Facebook são, antes de tudo, contados [gezählt]. A amizade, porém, é uma narrativa. A era digital totaliza o aditivo, o enumerar e o enumerável. Mesmo tendências são contadas na forma de curtidas. O narrativo perde enormemente em significado. Hoje tudo é tornado enumerável, a fim de que poder ser convertido na linguagem do desempenho e da eficiência. Assim, tudo hoje, tudo aquilo que não é enumerável cessa de ser (Han, 2018, p. 66-67).

A reflexão que se pode fazer é que, na lógica contemporânea, tudo aquilo que não pode ser monetizado tende a ser descartado ou fadado à inexistência. Nesse sentido, as redes sociais, que em tese deveriam aproximar pessoas com os mesmos interesses, acabam por fragmentar e enfraquecer os laços sociais. À luz da crise da narratividade, a amizade, como citada no trecho anterior, pressupõe vínculos pessoais contínuos e duradouros, o que se mostra incompatível com a lógica da descartabilidade que rege as redes sociais da atualidade. Estas, por sua vez, operam sob a óptica do mercado, orientadas pela produção constante de dados, de acordo com interesses específicos de determinados grupos empresariais, as *big techs*.

A descartabilidade de informações e de pessoas (como seguidores), inserida na lógica do “curto, logo existo”, oposta ao pensamento desenvolvido por René Descartes ao formular a proposição “penso, logo existo”, integra a dinâmica da economia capitalista, que, segundo Bauman (2021), é marcada pelo excesso e pelo descarte, uma economia da decepção, como pode-se perceber das palavras do mencionado autor:

[...] o excesso e o descarte, a decepção não sinaliza um mau funcionamento. Pelo contrário, é sinal de boa saúde e sinal de que essa economia está no caminho certo; é uma marca distintiva do único regime sob o qual a sociedade de consumidores pode estar segura de sua sobrevivência (Bauman, 2021, p. 175).



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

Embora tenham sido concebidas como espaços de conexão de pessoas com interesses comuns, as redes sociais tornaram-se vitrines para o consumo. O usuário, imerso em um fluxo de postagens e anúncios, consome informações e produtos de forma simultânea e geralmente inconsciente. No espaço virtual, a informação perde sua função de meio e se transforma em fim: a própria vida compartilhada do usuário, convertida em dados, torna o usuário em produto.

Apesar das facilidades proporcionadas pelo amplo acesso à informação, o volume massivo de dados recebido diariamente pode acarretar efeitos negativos. A dificuldade que os usuários enfrentam para distinguir entre informações verdadeiras e falsas, aliada ao desconhecimento generalizado, favorece a proliferação de notícias falsas (Sanches; Cavalcanti, 2018, p. 459). Esse fenômeno provoca impactos profundos na formação da opinião pública, na confiança social e nos processos democráticos, configurando desafio crucial para a sociedade contemporânea.

É importante observar que as opressões existentes no mundo *offline* tendem a ser reproduzidas no ambiente digital. Um exemplo disso é o uso das *deepfakes*¹, tecnologia capaz de criar vídeos falsos extremamente realistas, utilizada não apenas para disseminar desinformação, mas também como instrumento de violência de gênero. Mulheres e meninas têm sido as principais vítimas dessa prática, especialmente por meio da chamada *deepfake pornography*, em que imagens são manipuladas com o auxílio de softwares e aplicativos de inteligência artificial, sem qualquer forma de consentimento (Chiarello de Souza Pinto; Franklin de Oliveira, 2023, p. 430).

Nas redes sociais, destaca-se um novo elemento: a atuação dos chamados influenciadores digitais, pessoas que utilizam seus perfis para divulgar seu cotidiano. Diferentemente dos comerciais televisivos, tradicionalmente exibidos nos intervalos e claramente identificados como publicidade, a divulgação de produtos por influenciadores nem sempre se apresenta de maneira transparente.

Diante da nova forma de publicizar produtos e serviços, a ciência jurídica foi acionada para regulamentar tais práticas, exigindo que postagens com finalidade comercial ou promovidas por empresas sejam expressamente identificadas como publicidade.

¹ A chamada *deep pornography* tem origem no termo *deepfake*, surgido por volta de 2017. Trata-se de imagens, vídeos ou áudios modificados e gerados por inteligência artificial (IA), de modo a parecer verdadeiros. Entretanto, não é incomum que sejam utilizados para disseminar desinformação e manipular a opinião pública. Apesar do termo *fake* tenha uma conotação negativa, por remeter à expressão *fake news*, as *deepfakes* também podem ter aplicações positivas, notadamente nas indústrias cinematográfica e de entretenimento.



Como resultado, tornou-se obrigatório o uso de indicações como #publi, #parceriapaga ou #publicidade para proteger o direito à informação de modo adequado e ostensivo, isso porque a publicidade deve ser apresentada de modo que o consumidor a identifique de forma clara e imediata como tal, conforme estabelece o artigo 36 do Código de Defesa do Consumidor.

A popularização dos influenciadores digitais e o crescimento exponencial de seus seguidores também são analisados por Han, que compara a atuação dessas figuras a figuras religiosas, ao afirmar que:

Os influenciadores do tipo de treino motivacional se comportam como se fossem redentores. Os Followers, os seguidores se comportam como discípulos, participando de sua vida, na medida em que compram produtos que pretendem consumi-los em seu próprio cotidiano encenado. Os *followers* participam, assim, de uma *eucarística digital*. Mídias sociais se assemelham a uma igreja: Like é amém. Compartilhar é comunicação. Consumo é redenção (Han, 2022, p. 18).

Salienta-se, entretanto, que além das redes sociais, outras tecnologias também vêm transformando profundamente o cotidiano das pessoas, ampliando a coleta e o uso de seus dados em diferentes esferas da vida. Assim, apesar das redes sociais terem contribuído e muito para a transformação da interação social e da forma de consumir, não é adequado pensar que foi a única causa dessa transformação social. A popularização dos *smartphones*, como exemplo, também impulsionou o surgimento de diversos aplicativos e ferramentas digitais que provocaram mudanças significativas no comportamento social, gerando, inclusive, novas demandas jurídicas.

Ainda nesse sentido, a inserção de novas tecnologias ao cotidiano digital, como as plataformas de serviços e de uso rotineiro e diário, voltadas, exemplificativamente, para deslocamento urbano, reserva de hospedagens e compra de alimentos, utilizam dados pessoais como localização, histórico de consumo e avaliações de serviços, que servem para incrementar o funcionamento dessas ferramentas, alegando-se a busca pela melhoria da experiência do usuário.

Esses novos *smartapps* tornam a dominação do regime informacional criado por estes grandes grupos empresariais, as *big techs*, ainda mais preocupante e pouco transparente, à medida que as ferramentas digitais se fundem quase que completamente com o cotidiano de seus usuários. Ou seja, a utilização massiva dessa tecnologia no dia a dia, sem a devida crítica sobre o uso e armazenamento dos dados pessoais coletados



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

em decorrência da funcionalidade dos aplicativos, gera um poder às empresas que são receptoras de tais informações. Portanto, no processo de fungibilidade tecnológica, em que inteligência artificial e aplicativos se integram às práticas diárias, a casa deixa de ser apenas uma moradia e se transforma em uma *smart home*, por exemplo. Tudo se transforma. Sob a perspectiva de Han (2022, p. 16/17), afirma-se que a casa inteligente transfigura o lar em uma prisão digital, capaz de protocolar minuciosamente a vida cotidiana. A vigilância, assim, se infiltra no cotidiano sob a aparência de conveniência e praticidade.

Tendo em vista tal preocupação, o uso das informações pessoais levanta questionamentos do ponto de vista ético e jurídico, em relação à proteção de dados pessoais e à privacidade do usuário. Diante do compartilhamento de inúmeros dados, é prudente refletir se há um limite para sua coleta frente à finalidade do serviço e se a sociedade está disposta a dar um novo entendimento para aquilo que a Constituição Federal de 1988 entende por privacidade.

Anderson Schreiber recorda que o direito à privacidade supera a figura do indivíduo, contemplando também a proteção dos seus dados pessoais:

Em outras palavras: o direito à privacidade hoje é mais amplo que o simples direito à intimidade. Não se limita ao direito de cada um de ser “deixado só” ou de impedir a intromissão alheia na sua vida íntima e particular. Transcede essa esfera doméstica para alcançar qualquer ambiente onde circulem dados pessoais do seu titular, aí incluídos suas características físicas, código genético, estado de saúde, crença religiosa e qualquer outra informação pertinente à pessoa. Nesse sentido, a privacidade pode ser definida sinteticamente como o direito ao controle da coleta e da utilização dos próprios dados pessoais (Schreiber, 2014, p. 139).

Ocorre que o excesso de compartilhamento de dados (informações) é um fenômeno que impõe desafios à ordem jurídica. Afinal, mesmo em ambiente virtual, as relações estabelecidas são jurídicas e sociais. É importante ressaltar que para a tutela desses direitos pessoais existem regras contratuais relacionadas aos contratos firmados no decorrer do uso desses serviços por meio de plataformas ou ferramentas digitais, como no caso do aceite dos termos de uso de uma plataforma. Há também incidência de normas constitucionais, como aquelas que tutelam direitos fundamentais, especialmente à intimidade e à proteção de dados (Nader, 2018, p. 350), além das normas civis que protegem os direitos da personalidade como a privacidade e autonomia.



Um exemplo emblemático sobre o uso indevido de dados pessoais sem consentimento é o julgamento da Apelação Cível nº 1090663-42.2018.8.26.0100, pela 8ª Câmara de Direito Público do TJSP. O caso ganhou destaque por evidenciar os riscos do tratamento indiscriminado de informações pessoais e reforçar a importância do consentimento como pilar da proteção de dados na era digital (São Paulo, 2023).

No caso mencionado acima, a concessionária do metrô de São Paulo foi condenada ao pagamento de R\$ 500.000,00 por dano moral coletivo, em razão da utilização de tecnologia capaz de captar e analisar imagens dos usuários para fins estatísticos, sem o devido consentimento. Embora a ViaQuatro sustentasse que os dados obtidos eram anônimos e usados apenas para gerar estatísticas, ficou comprovado que havia coleta de informações como gênero, faixa etária, tempo de permanência e reações à publicidade, configurando-se violação à proteção de dados pessoais, uma vez que o tratamento de informações sensíveis depende da autorização prévia dos titulares, providência que não ocorreu no caso analisado.

A LGPD prevê proteção especial aos dados pessoais sensíveis, autorizando seu tratamento apenas mediante consentimento claro e específico do titular ou, na ausência deste, nas hipóteses excepcionais previstas no inciso II do artigo 11 da própria lei – nenhuma das quais, como dito, se verificou no caso em análise.

Esse debate torna-se ainda mais relevante diante do avanço da economia digital, impulsionado pela disseminação da internet e pela popularização das redes sociais. A forma como a sociedade se comunica e compartilha informações foi profundamente transformada. Nesse novo cenário, a circulação de dados intensificou-se, e a noção de privacidade passou, em alguma medida, a ser relativizada diante do consumo constante de conteúdos e da crescente exposição pessoal nas plataformas digitais.

Diante da dificuldade em afirmar categoricamente se o uso da inteligência artificial e de novas tecnologias é benéfico ou prejudicial, Klaus Schwab (2023) explica que o uso da tecnologia não deve ser interpretado de forma dicotônica, pois seus impactos variam conforme a aplicação. Ressalta, ainda, que um governo inovador deve manter os interesses da sociedade como prioridade, uma vez que ela é sua maior aliada (Schwab, 2023, p. 245).

Considerando essa perspectiva, um possível “freio” ao uso indiscriminado de dados pessoais reside justamente no consentimento e na aceitação dos usuários. Em um contexto atual de consumo, a reflexão que se impõe é: os consumidores têm, de fato,



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

discernimento e informação suficientes para consentir no uso de seus dados, especialmente quando essa cessão é justificada pela promessa de progresso econômico?

Nesse sentido, importante ressaltar que as informações e dados coletados nas redes *online*, exceto os considerados sigilosos, estão inseridos no conceito de *Big Data*², caracterizado pelos chamados quatro “Vs”: volume, velocidade, variedade e valor (*volume, velocity, variety and value*). Assim, de fato, a análise massiva de dados possibilita inovações significativas, mas também levanta preocupações éticas e jurídicas quanto à privacidade e ao controle sobre o uso dessas informações.

Importa destacar que a compreensão contemporânea de privacidade não pode se restringir aos paradigmas de uma sociedade analógica. No mundo digital, surgem novas formas de vigilância, rastreamento e exploração de dados, que exigem abordagens normativas igualmente inovadoras. As redes sociais passaram a constituir um novo meio de interação social, e o uso de bens e serviços intermediados por plataformas digitais tornou-se realidade cotidiana.

Como forma de responder às crescentes críticas sobre os limites do compartilhamento de dados e a atuação das assistentes virtuais, a Amazon lançou, durante o Super Bowl de 2020, o comercial “#BeforeAlexa”, estrelado por Ellen DeGeneres e sua esposa. A campanha recorre ao humor para imaginar como seria a vida antes da existência da Alexa³, apresentando cenas com personagens históricos encarregados de cumprir tarefas hoje atribuídas à assistente virtual, como uma aristocrata que ordena à criada que alimente a lareira, um bobo da corte responsável por entreter a rainha e um garoto que anuncia notícias nas ruas (The Ellen Show, 2020). O comercial sugere que a tecnologia apenas substitui funções antes exercidas por trabalhadores mal remunerados, revelando implicitamente como a inovação tecnológica apenas reconfigura antigos papéis sociais.

Apesar do tom bem-humorado, o comercial apresenta uma visão simplista do impacto tecnológico nas relações sociais, uma vez que este não se resume à substituição de tarefas corriqueiras ou repetitivas, mas envolve também o acúmulo de dados. De fato, não se pode negar que a vida cotidiana se tornou mais acessível com o avanço da

² Trata-se de um processo de análise e interpretação de grande volume de dados estruturados ou não, armazenados *online*, que fluem em alta velocidade e que não podem ser processados por sistemas de gerenciamento de dados tradicionais e que servem para auxiliar na tomada de decisões estratégica de negócios.

³ Assistente virtual desenvolvida pela empresa Amazon e que responde a comandos de voz para realizar diversas tarefas, como tocar música, informar notícias e previsão do tempo, definir alarmes e controlar dispositivos domésticos.



tecnologia, entretanto, como observa Schwab (2023), os efeitos dessa transformação não podem desconsiderar os riscos da inovação.

Utilizando como exemplo a assistente virtual, para que ela reconheça comandos de voz e execute tarefas, é imprescindível o registro e o processamento de diversos dados do usuário. Assim, apesar de tais informações serem essenciais para o melhor desempenho do dispositivo, seu acúmulo acaba sendo concentrado nas *big techs*, no caso em questão, na Amazon, que detém não apenas a infraestrutura de logística para entrega de produtos e serviços, mas o monopólio informacional sobre os hábitos de consumo e comportamento de seus usuários.

Outro ponto a ser debatido é que o dispositivo Echo grava automaticamente as instruções dadas à Alexa, muitas vezes sem que os usuários ou outras pessoas presentes percebam. Essas gravações formam um grande banco de dados de áudios, revelando hábitos e desejos dos clientes, com potencial para exploração econômica. Além disso, há relatos de que o Echo às vezes se ativa sozinho, registrando conversas que nunca foram destinadas a serem gravadas, o que aumenta ainda mais a preocupação com a proteção da privacidade (Williamns, 2020, p. 42).

Nesse contexto, pode-se afirmar que o avanço tecnológico, para além de promover mudanças comportamentais e econômicas, impõe a ressignificação de institutos jurídicos tradicionais, exigindo novas interpretações. Como é o caso do direito à privacidade, que precisou ser reinterpretado diante do hábito de compartilhamento de informações pessoais na internet.

Diante dessa nova realidade, repensar os limites da atuação estatal e os deveres das plataformas digitais torna-se imprescindível para a proteção de direitos fundamentais na era da informação. As mesmas plataformas, aplicativos e redes sociais que se inserem de forma natural no cotidiano das pessoas são também as que alimentam debates cada vez mais urgentes sobre privacidade, direitos trabalhistas⁴, responsabilidade civil e regulação tecnológica etc. Nesse cenário, o desafio está em repensar se é possível ou não equilibrar inovação e inclusão digital com a efetiva garantia de direitos, objeto que será discutido na seção a seguir:

⁴ Embora as plataformas digitais se descrevam como meras intermediárias, fornecendo apenas a infraestrutura digital, sindicatos e movimentos sociais têm debatido que, na prática, muitas formas de trabalho continuam marcadas por relações salariais, mesmo aquelas que supostamente estariam fora do modelo tradicional de emprego assalariado (Leonardi, 2020).

- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

2. Transformações sociais e econômicas provenientes do uso de aplicativos digitais

A ascensão da economia compartilhada tem provocado transformações substanciais na prestação de serviços de consumo. Um exemplo importante é o caso dos serviços relacionados ao turismo, tradicionalmente oferecidos por empresas como hotéis, agências de viagens e companhias de transporte. Nesse novo modelo, as pessoas passaram a disponibilizar temporariamente seus próprios bens, como imóveis e veículos ou suas habilidades, como a preparação de refeições ou a condução de passeios turísticos. Essa reconfiguração representa uma ruptura com as formas convencionais de prestação de serviços, especialmente no setor de hospedagem, ao descentralizar a oferta e ampliar o acesso por meio de plataformas digitais (Rodas, 2018, p. 450).

A virtualização do consumo, por sua vez, gerou distanciamento entre os sujeitos da relação de consumo, tornando-a impessoal. Para mitigar tal impessoalidade, as plataformas digitais incorporaram elementos da economia comportamental, a fim de criar um ambiente de confiança entre os usuários, característica presente nas transações *peer-to-peer*. Nesse ambiente, a visualização das avaliações e experiências anteriores de outros usuários passou a exercer papel central na construção de um espaço percebido como seguro. Trata-se de estratégia arquitetônica da confiança, que reforça os vínculos entre os consumidores e os ofertantes, ao mesmo tempo em que legitima a atuação da própria plataforma como mediadora confiável (Rodas, 2018, p. 458).

O crescimento da economia compartilhada pode ser compreendido como reflexo de uma conjuntura sociocultural marcada por práticas colaborativas e pela atuação da chamada geração z, composta por pessoas que cresceram conectadas à internet e geralmente dispõem de menos recursos financeiros. Esse grupo manifesta maior abertura a modelos de consumo baseados na coletividade, no acesso em vez da posse, e na informalidade das relações de troca. A adoção de práticas colaborativas revela mudança de valores, em que o compartilhamento ganha protagonismo como alternativa viável ao consumo tradicional.

Contudo, ainda que esse modelo carregue um discurso de democratização, observa-se uma tensão entre o acesso ampliado e a lógica de exclusividade. As plataformas também se utilizam da noção de “experiência” como diferencial competitivo, promovendo a personalização e a distinção do serviço. Assim, convivem, na economia



compartilhada, tanto valores de cooperação quanto práticas de precificação baseadas na escassez simbólica e na valorização da experiência singular.

Tal fenômeno permite estabelecer um paralelo com a distinção entre os mercados de *commodities* e os mercados de *matching*. Enquanto o primeiro se caracteriza pela impessoalidade e pela negociação em massa, o segundo envolve interação mais direta entre comprador e vendedor, valorizando a pessoalidade da relação (Roth, 2016, p. 313).

Observa-se que, mesmo em mercados tradicionalmente impessoais, como o de *commodities*, há uma valorização crescente da experiência como fator de diferenciação. Roth (2016) exemplifica essa tendência no mercado do café: embora o grão seja considerado uma *commodity*, ou seja, negociado sem que se conheça todo o processo de produção, verifica-se a ampliação do espaço destinado à comercialização de cafés especiais. Nesses casos, a transação não se limita à aquisição de uma safra ou de uma saca de café genérico. O café classificado como *gourmet* agrega valor não apenas por sua qualidade superior, mas também pela experiência sensorial e simbólica que proporciona. Trata-se de um produto voltado a consumidores dispostos a pagar mais por uma vivência diferenciada, ainda que inserida em um mercado, em essência, pela padronização e impessoalidade (Roth, 2016, p. 315).

Da mesma forma, na economia compartilhada, observa-se um fenômeno semelhante ao da venda de café: no uso de aplicativos de transporte, por exemplo, o usuário pode escolher entre um carro popular ou um modelo de luxo, ajustar a temperatura do veículo e até decidir se deseja ou não conversar com o motorista durante o trajeto.

Retornando à velocidade com que as informações são criadas e compartilhadas, pode-se observar que a economia compartilhada com o uso massivo de aplicativos apenas apresenta funcionalidade em razão da inserção na arquitetura da chamada internet das coisas, em que os aparelhos aprendem as preferências do seu usuário. Isso contribui para que os usuários tomem decisões mais rápidas e direcionadas.

Um possível exemplo é o caso do Airbnb, o qual precisou avaliar e descobrir de que modo um mercado com muitos clientes, cada um oferecendo um quarto de cada vez, poderia competir mais eficazmente com os hotéis. O preço era relevante, mas foi a generalização dos *smartphones* que ajudou a superar a diferença de velocidade, e isso pode ter sido o fator preponderante para sua popularização. De modo semelhante à popularização do aplicativo da Uber, o uso de táxi já era comum, mas o uso do *smartphone* permitiu que não só conectasse o cliente ao motorista, mas que pudesse escolher o automóvel, prever o tempo do trajeto até a forma de pagamento de maneira antecipada.



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

A partir do exemplo acima, o que se encontra não é exatamente uma prestação de serviço inovadora, mas um novo modo de oferecer serviços já existentes. Motoristas particulares sempre existiram, assim como sempre foi possível alugar quartos vagos. Contudo, a popularização dos computadores e dos *smartphones* permitiu que plataformas como Airbnb e Uber se transformassem em empresas multibilionárias, tornando esses mercados mais amplos, dinâmicos e eficientes, ao mesmo tempo mais densos e menos congestionados.

A lógica da experiência também se manifesta em serviços como Airbnb e Uber. No caso do Airbnb, o usuário pode selecionar um imóvel que atenda às suas preferências específicas de conforto, localização e estilo, tendo a oportunidade de se hospedar em bairros que, muitas vezes, não são contemplados pelas redes hoteleiras tradicionais. Essa possibilidade permite vivenciar a cidade de forma mais próxima à realidade local, o que agrega valor à experiência. Já no caso do Uber, embora o serviço guarde semelhanças com o táxi, diferencia-se ao oferecer ao usuário opções de escolha quanto ao tipo de veículo, possibilidade de interação com o motorista, temperatura do ar-condicionado e, sobretudo, previsibilidade. O tempo de espera, por exemplo, é preenchido com o acompanhamento em tempo real do trajeto do motorista até o passageiro, o que contribui para a sensação de controle e confiança. Esses elementos são fundamentais na chamada economia compartilhada, marcada por interações entre pessoas anônimas e intermediadas por plataformas digitais.

Entretanto, é importante destacar que toda essa estrutura de comodidade e personalização é possibilitada pelo compartilhamento contínuo de dados pessoais entre usuários e plataformas digitais. Embora o fluxo de informações seja essencial para o funcionamento dos serviços na lógica da economia compartilhada, suscita preocupações relevantes quanto à proteção da privacidade e à eventual ocorrência de violações aos direitos dos titulares. Tais implicações serão examinadas na próxima seção.

3. *Big techs* e controle de dados pessoais digitais

O uso de aplicativos de serviços de consumo, como no caso de aplicativos de transporte e farmácias, por exemplo, exige o fornecimento de dados pessoais e confidenciais do usuário. Ocorre que esses dados fornecidos pelos usuários são armazenados, em regra, por grandes empresas de tecnologia (*big techs*), responsáveis pelo funcionamento das plataformas digitais e, desse armazenamento, surge um desafio importante, qual seja,



o de garantir a proteção efetiva dessas informações, diante da quantidade imensurável de dados compartilhados e combinados em tais situações de consumo (Meirelles, 2021).

Assim, as grandes empresas de tecnologia, conhecidas como *big techs*, são detentoras de inovações que impactam não apenas o comportamento social, mas também os cenários econômico, político, cultural e jurídico. Um dos fatores que contribuem para a influência dessas empresas na vida social é o uso do mecanismo denominado *machine learning*. Esse termo refere-se ao processo de alimentar a plataforma digital com dados por meio de um exercício estatístico. O processo permite que os algoritmos do computador ou da plataforma adquiram a capacidade de prever comportamentos, reconhecer rostos ou aplicar essa “inteligência” conforme os objetivos da empresa (Tirole, 2020, p. 394).

A partir de tal conceito, é possível compreender por que anúncios nas redes sociais ou sugestões de vídeos para entretenimento muita das vezes mimetizam os gostos pessoais do usuário. Esse processo ocorre pelo fato de a plataforma ser alimentada e programada para identificar padrões e prever comportamentos.

Diante da capacidade de identificar padrões e prever cenários a partir do comportamento compartilhado, a atuação das *big techs* tornase ainda mais complexa. Não se trata apenas do armazenamento de dados, mas também da possibilidade de seu uso. A nova realidade, formada pelo acúmulo de informações compartilhadas e consumidas por usuários, empresas e Estados nacionais, exige que as *big techs* reformulem suas políticas de segurança. Segundo Jean Tirole (2020, p. 394), a necessidade de resguardar direitos afeta áreas específicas do Direito, como a propriedade industrial, o direito do trabalho e até o direito da concorrência.

O que se pode extrair da análise de Tirole é que a sociedade está em processo de transformação, o que exige uma nova interpretação de direitos individuais, como a privacidade, conforme discutido anteriormente. Esse novo entendimento decorre do fato de que as *big techs* dependem de dados para oferecer serviços de qualidade, pois quanto mais informações detalhadas possuem sobre consumidores e concorrentes, maior é sua capacidade de reforçar a posição de mercado, dificultar a entrada de outros participantes e influenciar preços e práticas comerciais (Shapiro, 2019).

No entanto, o desafio ainda não solucionado, e talvez sem solução definitiva, é determinar: o que pode ser compartilhado? Quem decide o que pode ser compartilhado? E em que quantidade esses dados podem ser compartilhados?

Da análise de Tirole, extrai-se que não é possível aplicar o Direito concebido nos moldes de uma sociedade analógica da mesma forma em uma sociedade inserida, como



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

propõe Floridi (2024, p. 140), na infosfera, em que há constante interação entre os espaços *online* e *offline*.

Nessa nova lógica que caracteriza a sociedade contemporânea, Tirole acrescenta que a transformação econômica impulsionada pelos avanços tecnológicos e incorporada à dinâmica social deu origem ao chamado mercado biface: modelo no qual as plataformas digitais intermedeiam a relação entre quem oferece um serviço e quem dele deseja usufruir (Tirole, 2020, p. 395). Um exemplo é a Meta (antigo Facebook), que conecta os usuários que compartilham dados e interesses com os anunciantes, que buscam atingir públicos-alvo específicos. Dessa forma, a Meta atua como ambiente comercial, no qual o acesso gratuito aos usuários é compensado pela venda de seus dados aos anunciantes.

Nesse novo modelo de mercado biface, caracterizado pelas plataformas digitais que intermedeiam relações de consumo, é essencial que a empresa se preocupe simultaneamente com ambos os lados envolvidos na transação, isto é, com o prestador de serviço (como o caso do vendedor de roupas que utiliza o Facebook para anunciar) e com o usuário (que acessa a plataforma intencionalmente para buscar produtos ou é influenciado a comprá-los). Isso porque o valor da plataforma depende da satisfação recíproca entre esses dois grupos: se os vendedores não obtêm retorno, ou se os consumidores não encontram um bom serviço, a viabilidade econômica da plataforma como um todo é comprometida.

No mercado biface, portanto, a fidelização do usuário final se torna estratégica, pois quanto mais satisfeito estiver o consumidor com a experiência oferecida, maiores serão as chances de ele permanecer utilizando o serviço, o que, por sua vez, atrai e mantém os fornecedores. Assim, a plataforma cria um círculo virtuoso de valor, fortalecendo sua permanência no mercado.

Contudo, a concentração de dados nas mãos de um grupo restrito e de grandes empresas, embora possa ser considerada positiva por fomentar a inovação tecnológica, também levanta sérias preocupações. Essa realidade não apenas ameaça direitos fundamentais, como o direito à privacidade, mas pode comprometer a própria liberdade econômica, resultando em práticas de concorrência desleal. Isso ocorre porque, quanto maior o número de usuários satisfeitos, mais atrativos se tornam esses ambientes para anunciantes e fornecedores, o que, por sua vez, gera um volume ainda maior de dados compartilhados e combinados. Esse círculo de retroalimentação acaba por fortalecer



continuamente uma única *big tech*, concentrando poder de mercado. Diante dessa problemática, observa-se que:

Para construir uma vantagem competitiva relacionada ao Big Data, as empresas precisam desenvolver duas novas competências, sendo necessário atrair profissionais com habilidades para desenvolver e treinar algoritmos ou para projetar, implementar e conduzir experimentos significativos, já que são os insights provenientes desses esforços que podem transformar o big data em uma vantagem competitiva importante [...] Para construir uma vantagem competitiva sustentável, o foco de uma estratégia digital deve, portanto, estar em como utilizar as tecnologias digitais para gerar valor aos clientes de maneiras que antes eram impossíveis (Lambrecht; Tucker, 2015, p. 16).

Apesar das novas formas de mercado e do aumento do poderio das *big techs*, que acentuam a concorrência desleal, esse tema já está previsto na Convenção da União de Paris, cuja redação foi dada e revisada em 1925, em Haia, conforme o artigo 10. É importante destacar que, em um sistema capitalista e em democracias liberais, a garantia do direito à concorrência é fundamental (Meireles, 2021). A discussão sobre o tema permite avaliar quais empresas influenciam a política externa, pois, como estudado anteriormente, a informação é sinônimo de poder e de tomada de decisão.

A centralização de poder por grandes plataformas digitais já foi objeto de judicialização. Exemplo disso é a sanção aplicada pela Comissão Europeia à empresa Meta, multada em € 797,72 milhões por práticas abusivas em benefício do Facebook Marketplace, em violação ao artigo 102 do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia. A investigação concluiu que a empresa vinculava obrigatoriamente o serviço de classificados Facebook Marketplace à rede social Facebook, expondo usuários independentemente de sua vontade, o que conferia vantagem competitiva indevida. Além disso, a Meta impunha condições comerciais desleais a concorrentes que anunciam em suas plataformas, utilizando os dados desses anúncios para favorecer exclusivamente seu próprio serviço (Union European Commission, 2020).

Assim, diante dessas novas formas e meios de consumo, ganha relevância o conceito de mercado biface, no qual a lógica tradicional de compra e venda é profundamente transformada (Tirole, 2020, p. 407-408). Como já visto, nesse modelo, o intermediário, representado pelas plataformas digitais, deixa de ser uma parte neutra e passa a desempenhar um ativo, interferindo na dinâmica da regulação de preços aos



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

vendedores, voltando uma proteção maior aos compradores, tornando mais restrito aos vendedores o acesso à informação do cliente, inclusive podendo estipular regras para garantir um maior controle de qualidade àquele produto ou serviço.

Nesse sentido Bagnoli (2016, p. 74) explica que ao mesmo tempo a capacidade de análise massiva de dados (*Big Data*) pode representar um diferencial competitivo, ao possibilitar maior agilidade nas decisões empresariais e resultados eficazes, também podendo ser instrumentalizado de forma estratégica para limitar a concorrência, por meio de práticas anticompetitivas, como a elevação de obstáculos à entrada de novos agentes. O resultado disso é a restrição ao acesso a recursos essenciais e o fortalecimento de posições dominantes no mercado.

Perante esse novo cenário, o Direito Concorrencial previsto em documentos internacionais, criado antes mesmo do advento das *big techs*, precisa ficar atento a essas modificações oferecidas pela tecnologia e talvez, se reinventar, pois sua forma “pura” ou “tradicional” parece ser incompatível com o grau de complexidade em que o mercado biface se encontra. Desse modo, práticas como a regulação de preços, em que de um lado do mercado os valores estão muito elevados e do outro muito abaixo do esperado, podem resultar no declínio de outras empresas e configurar comportamento de boicote premeditado aos concorrentes mais limitados. Para Tirole (2020, p 409), os reguladores não deveriam aplicar, nesses casos, pura e simplesmente o Direito Concorrencial tradicional, dada a falta de aplicabilidade diante da complexidade que essa lógica exige, sugerindo, portanto, a elaboração de novos instrumentos que analisem o conjunto como um todo, e não os dois lados isoladamente.

4. Regulação sobre o controle de dados pessoais nas plataformas digitais

Como discutido até o momento, o principal desafio que permeia o debate entre avanço tecnológico, liberdade econômica e proteção de direitos fundamentais está em definir como e até que ponto regular o uso e exploração econômica dos dados pessoais. Diante dessa necessidade, discute-se sobre os limites da atuação do Estado nacional como agente regulador desses direitos e garantias.

Importante ressaltar que o direito à proteção de dados pessoais vai além da proteção do direito à privacidade, uma vez que a Emenda Constitucional nº 115/2022 incluiu a proteção de dados pessoais como direito e garantia fundamental no seu art. 5º,



inc. LXXIX. Assim, pode-se dizer que o direito à proteção de dados pessoais é um direito autônomo, com dimensão positiva, exigindo ações concretas do Estado.

Neste sentido, destaca-se que a LGPD (Lei nº 13.709/2018) foi promulgada com o objetivo de resguardar os direitos fundamentais à liberdade e à privacidade, uma vez que o direito à proteção de dados pessoais ainda não tinha sido reconhecido como direito fundamental no texto constitucional. O texto final da LGPD reflete a crescente relevância dos dados pessoais na economia digital e a forte influência da legislação europeia sobre proteção de dados (General Data Protection Regulation - GDPR). De modo geral, a LGPD busca essencialmente garantir a privacidade dos indivíduos no tratamento de dados pessoais mais comuns, como RG, CPF e número de telefone, bem como dos chamados dados sensíveis, que incluem informações sobre convicções religiosas, saúde e vida sexual do titular.

Ressalta-se que a LGPD não surgiu com o propósito de proibir a coleta e comercialização de dados por empresas e organizações, pelo contrário, sua criação atende à necessidade de assegurar proteção e segurança aos titulares de dados em um contexto de hiperconectividade, no qual a Economia Digital se desenvolve cada vez mais com base na utilização e no comércio de informações pessoais. A proteção de dados, nesse cenário, pode afetar diretamente os mercados digitais e influenciar a competitividade entre os Estados (Pereira, 2024, p. 31).

A relevância dos dados pessoais como fator preponderante de funcionamento das plataformas digitais tornou imperativa a aplicação dos princípios da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, como a finalidade, necessidade, transparência e segurança para a proteção desse direito. Ressalta-se que a autodeterminação informativa deve ser garantida como um princípio fundamental da proteção de dados pessoais, sobretudo diante de modelos de negócio que se sustentam sobre o uso intensivo dos dados dos usuários.

É imperioso destacar que uma limitação legislativa excessivamente rígida sobre o controle de dados pode gerar prejuízos significativos à inovação tecnológica e ao próprio desenvolvimento econômico do Estado. Isso porque é improvável que o Direito consiga antecipar todos os possíveis cenários decorrentes da exploração de dados ou acompanhar o ritmo acelerado em que a tecnologia avança. Nesse contexto, os dados vêm se consolidando como um dos principais motores da economia digital, tornando-se ferramenta estratégica de exploração econômica.

A inteligência artificial é um excelente exemplo de inovação tecnológica disruptiva precisa do abastecimento de dados pessoais para seu funcionamento, uma vez que



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

o alicerce para que as máquinas, por meio de modelos matemáticos, aprendam padrões e prevejam situações dependem de dados, e o refinamento e volume destes passam a aprimorar cada vez mais os resultados de tal tecnologia (Santos, 2025).

Já existem sistemas de inteligência artificial, por exemplo, que buscam avaliar e reconhecer emoções, demandando uma base de dados mais complexos que permita que aquele sistema reconheça microexpressões e comunicações não verbais, o que demonstra grande avanço no uso da tecnologia de reconhecimento facial, porém não se pode ignorar o fato de que esses dados são de natureza extremamente íntima (Moreira *et al.*, 2024, p. 5-9).

O uso desses dados pessoais para sustentar os sistemas de inteligência artificial, por exemplo, abre margem para debates acerca da liberdade econômica em face dos direitos fundamentais, sendo necessário que sejam elaboradas alternativas em meio ao avanço desenfreado da tecnologia, sendo que ao Direito resta a tarefa de buscar um fator intermediário que possa desenvolver alternativas que equilibrem ambos os eixos, em favor de manter o bem-estar social (Doneda, 2018, p. 3).

Somado à hipótese de um equilíbrio, merece destaque novamente o fato de os dados pessoais também estarem ligados intrinsecamente ao direito de privacidade, uma vez que denotam informações atinentes à persona, e o zelo por esse direito passa a ser uma preocupação coletiva dos consumidores. Com isso, surgem debates no âmbito dos limites da exploração do Direito Concorrencial, já que uma coleta de dados massiva não necessariamente pode resultar no aprimoramento de um produto, mas pode servir para fins alheios ao próprio serviço ofertado (Frazão; Santos; 2020).

É amplamente aceito que a concorrência nos mercados estimula a eficiência, aumenta a inovação e beneficia os consumidores. No entanto, os intervenientes no mercado podem envolver-se em práticas que afetam negativamente a concorrência, tais como abusar de uma posição dominante, celebrar acordos anticoncorrenciais ou realizar certas fusões ou aquisições. Portanto, os governos podem ter de intervir para prevenir tais práticas com o objetivo de assegurar concorrência suficiente e promover a inovação (Nooren, *et al.*, 2018, p. 276, tradução nossa).

Niamh Dunne (2020) afirma que a dificuldade em se aplicar uma regulação às plataformas digitais se deve ao fato de seu conceito amplo e impreciso, uma vez que a natureza das ações de tais plataformas não são regulatórias, ou seja, existe uma concepção de que elas desempenham papel de guardiões de acesso, como aqueles que criam o



mercados em seu próprio ecossistema, que vão gerar modelos de negócio e resultados próprios, como se então as plataformas fossem reguladoras por si próprias.

Como solução para essa controvérsia, propõe-se o modelo da responsabilidade especial, prevista no art. 102 do TFEU⁵. Esse modelo estabelece o dever de não prejudicar a concorrência ao se valer da posição de poder no mercado interno. A ideia é que, à liberdade da empresa para explorar dados e manter acessos, corresponde uma responsabilidade inerente de utilizar esses instrumentos de forma ética. Nessa perspectiva, as empresas são livres, por exemplo, para praticar preços muito baixos, desde que tais preços não sejam predatórios.

O Tema 987⁶ da Repercussão Geral, julgado pelo STF (2025), tratou da discussão sobre a constitucionalidade do artigo 19 do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014), que, por sua vez, exige ordem judicial prévia e específica para a remoção de conteúdos antes que provedores de internet, sites ou redes sociais possam ser responsabilizados por danos decorrentes de ações de terceiros. A questão foi examinada no Recurso Extraordinário nº 1.037.396, de relatoria do ministro Dias Toffoli, e teve repercussão geral reconhecida pelo Supremo Tribunal Federal (STF). Além disso, a decisão ampliou o rol de obrigações das plataformas para contribuição no combate a crimes contra a sociedade e ao próprio Estado democrático (Schreiber, 2025).

Sobre essa questão e tratando do Marco Civil da Internet, Do Valle (2023, p. 154) ressalta que:

É evidente que na raiz do contencioso constitucional quanto à matriz de responsabilidade civil aplicável às plataformas de conteúdo digital se tem a insatisfação com os critérios normativos hoje vigentes em ambos os ambientes nacionais. No caso específico do Brasil, ainda que se tenha em discussão preceito mais recente, datado de 2014, o acelerado evoluir das tecnologias de interação por plataformas evidenciou práticas e riscos que não foram cogitados na sua inteireza pelo legislador do Marco Civil da Internet.

- ⁵ Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia destina-se a impedir que as empresas de um setor abusem das suas posições, conspirando para fixar preços ou tomar medidas para impedir que novas empresas se instalem no setor.
- ⁶ “Tema 987 - Discussão sobre a constitucionalidade do art. 19 da Lei n. 12.965/2014 (Marco Civil da Internet) que determina a necessidade de prévia e específica ordem judicial de exclusão de conteúdo para a responsabilização civil de provedor de internet, websites e gestores de aplicativos de redes sociais por danos decorrentes de atos ilícitos praticados por terceiros.”



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

Além disso, a Câmara-e.net, Câmara Brasileira da Economia Digital, entidade que representa diversas empresas em prol de discutir o desenvolvimento no ecossistema digital econômico, publicou uma nota alertando sobre o risco da aplicação de responsabilidade automática às plataformas pela remoção de conteúdo, sob pena de incorrer em uma onda de remoção de conteúdos legítimos por parte das empresas pelo medo da represália, afetando o acesso a serviços essenciais, obstando investimentos e afastando usuários (Câmara-e.net, 2025).

Ademais, o governo federal enviou à Câmara dos Deputados em 17 de setembro de 2025 o Projeto de Lei nº 4.675/2025 que trata da regulação econômica e concorrencial das grandes empresas de tecnologia, que visa dotar o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) de instrumentos específicos para lidar com as dinâmicas complexas dos mercados digitais, identificando plataformas com poder sistêmico e impondo-lhes deveres particulares para garantir um ambiente competitivo de forma equilibrada.

O Projeto de Lei propõe a criação de uma estrutura institucional nomeada de Superintendência de Mercados Digitais que passará a integrar o Cade, a fim de fiscalizar e acompanhar as atividades econômico-digitais em que seu descumprimento pode acarretar as sanções previstas para as infrações de ordem econômica.

Diante desse cenário, evidencia-se que o debate em curso no Brasil sobre a responsabilidade das plataformas digitais transcende a mera questão da moderação de conteúdo, alcançando dimensões estruturais da economia digital e da proteção da concorrência. As discussões no Supremo Tribunal Federal e no Congresso Nacional revelam a necessidade de atualização jurídica para acompanhar a velocidade das transformações tecnológicas e garantir a compatibilidade a segurança jurídica e a livre iniciativa. Nesse contexto, o fortalecimento institucional do Conselho Administrativo de Defesa Econômica, por meio da criação da Superintendência de Mercados Digitais, representa passo relevante para a construção de um ambiente digital mais transparente, competitivo e alinhado aos princípios constitucionais que regem a ordem econômica e democrática brasileira.

5. Considerações finais

À medida que a sociedade passa por transformações intensas, impulsionadas pelo avanço acelerado da tecnologia, torna-se necessário repensar modelos e princípios



Este artigo é publicado em acesso aberto sob a licença Creative Commons Attribution, que permite o uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado. This article is published in open access under the terms of Creative Commons Attribution License 4.0 International.

tradicionais. A aplicação direta dessas categorias jurídicas às novas e complexas relações mostra-se, em muitos casos, ineficaz.

Nesse contexto, o conceito de privacidade previsto no artigo 5º da Constituição Federal de 1988 passa por um processo de ressignificação. A própria dinâmica do comércio eletrônico exige a oferta de dados pessoais pelos usuários para viabilizar transações. Como discutido anteriormente, a informação passou a ter valor econômico, o que levou à valorização e regulamentação mais específica da privacidade.

O Direito Concorrencial também precisa ser reavaliado. A partir do momento em que as relações de consumo e a estrutura do mercado contam com a atuação de um intermediário, que pode favorecer ora o vendedor, ora o comprador, a visão tradicional e fragmentada da concorrência deixa de atender às exigências dos casos concretos.

Conclui-se que, embora os dados tenham grande relevância, tanto econômica quanto individual, o uso excessivo dessas informações em nome do avanço tecnológico pode comprometer o bem-estar social em um Estado democrático e afetar direitos fundamentais garantidos pela Constituição Federal. Por outro lado, a adoção de regras inflexíveis ou de um rol fechado de práticas sobre o tratamento de dados pode limitar o desenvolvimento econômico e tecnológico. Diante desse cenário, o Direito deve oferecer soluções que promovam o equilíbrio entre inovação e proteção de direitos fundamentais. Refletir sobre isso é urgente.

Além disso, o debate em torno do compartilhamento de dados deve considerar o grau de inovação tecnológica almejado pela sociedade, bem como os efeitos decorrentes dessa escolha sobre a tutela da privacidade. No contexto da economia do compartilhamento, caracterizada pela lógica do mercado biface e pela intensiva utilização das redes sociais, a informação assume função estruturante das novas dinâmicas econômicas e sociais. A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, embora represente um marco regulatório relevante, não inova substancialmente no ordenamento jurídico trazendo soluções eficazes, mas reafirma direitos fundamentais já consagrados constitucionalmente. Trata-se, portanto, de um instrumento normativo voltado à concretização e atualização desses direitos, cuja complexidade e centralidade no ambiente digital exigiram regulamentação específica.

De fato, verifica-se que as plataformas digitais trouxeram inúmeras questões éticas e jurídicas que devem ser trabalhadas para que a proteção de dados pessoais possa ser efetivamente resguardada tendo em vista às transformações sociais, econômicas e mercadológicas da sociedade contemporânea, tendo como foco a economia compartilhada e o controle das *big techs* neste sentido.



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

REFERÊNCIAS

- BAGNOLI, V. *Direito Econômico e Concorrencial: o poder econômico e seus limites jurídicos*. 9. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022.
- BAGNOLI, V. The big data relevant market. *Concorrenza e Mercato*, Milão, n. 23, p. 73-94, 2016.
- BAUMAN, Z. *A ética é possível num mundo de consumidores?* 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.
- BRASIL. PL 4.675/2025. Altera a Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, dispõe sobre os processos de designação de agentes econômicos de relevância sistêmica em mercados digitais e de determinação de obrigações especiais a agentes econômicos de relevância sistêmica e cria a Superintendência de Mercados Digitais no âmbito do Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarIntegra?codteor=3003060&filename=PL%204675/2025. Acesso em: 13 out. 2025.
- BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Recurso Extraordinário nº 1.037.396, Tema 987: discussão sobre a constitucionalidade do art. 19 da Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da Internet). Rel. Min. Dias Toffoli. Repercussão geral reconhecida. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/jurisprudencia-Repercussao/verAndamentoProcesso.asp?incidente=5160549&numeroProcesso=1037396&classe-Processo=RE&numeroTema=987>. Acesso em: 28 out. 2025.
- CÂMARA-E.NET. STF pode romper equilíbrio do Marco Civil da Internet. Brasília, 3 jun. 2025. Disponível em: <https://camara-e.net/stf-pode-romper-equilibrio-do-marco-civil-da-internet/>. Acesso em: 11 abr. 2025.
- CHIARELLO DE SOUZA PINTO, F.; FRANKLIN DE OLIVEIRA, G. Não acredite em tudo que vê: deep-fake pornography e responsabilidade civil no ordenamento jurídico brasileiro. *Direito e Política*, [s. l.], v. 18, n. 2, p. 427-451, 2023. DOI: 10.14210/rdp.v18n2.p427-451. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/rdp/article/view/19869>. Acesso em: 30 out. 2025.
- DETEFFÉ, C. A. S.; TEPEDINO, G. O consentimento na circulação de dados pessoais. *Revista Brasileira de Direito Civil*, [s. l.], v. 25, n. 3, p. 83, 2020. Disponível em: <https://rbdcivil.emnuvens.com.br/rbdc/article/view/521>. Acesso em: 11 abr. 2025.
- DO VALLE, V. R. L. Regulação de plataformas digitais: uma agenda propositiva à luz dos *leading cases* de *judicial review* no Brasil e nos EUA. *Revista de Direito Administrativo & Constitucional*, Belo Horizonte, 2023, ano 23, n. 94, p.139-164, out./dez. Disponível em: <https://revistaaec.com/index.php/revistaaec/article/view/1805>. Acesso em: 13 out. 2025.
- DONEDA, D. C. M. et al. Considerações iniciais sobre inteligência artificial, ética e autonomia pessoal. *Pensar: Revista de Ciências Jurídicas*, Fortaleza, v. 23, n. 4, 2018. Disponível em: <https://ojs.unifor.br/rpen/article/view/8257/pdf>. Acesso em: 7 jun. 2025.
- DUNNE, N. *Platforms as regulators*. London School of Economics - Law School. London: Jul., 2020. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3665007. Acesso em: 13 out. 2025.
- FLORIDI, L. *Ética da inteligência artificial: princípios, desafios e oportunidades*. Curitiba: PUCPRESS, 2024.



FRAZÃO, A.; SANTOS, L. M. da S. B. Plataformas digitais e o negócio de dados: necessário diálogo entre o Direito da Concorrência e a Regulação dos Dados. *Revista Direito Público*, Brasília, 2020, v. 17, n. 93, 58-81, maio/jun. Disponível em: <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/direitopublico/article/view/3695/Fraz%C3%A3o%3B%20Santos%2C%20202020>. Acesso em: 13 out. 2025.

HAN, B.-C. *A crise da narração*. Petrópolis: Vozes, 2023.

HAN, B.-C. *Infocracia: a digitalização e a crise da democracia*. Petrópolis: Vozes, 2022.

HAN, B.-C. *No exame: perspectivas do digital*. Petrópolis: Vozes, 2018. p. 36.

LAMBRECHT, A.; TUCKER, C. E. *Can Big Data Protect a Firm from Competition?* 2015. DOI: 10.2139/ssrn.2705530.

LEONARDI, E.; PIRINA, G. Uber in the Portuguese gig economy: a laboratory for platform capitalism. *Work Organisation, Labour & Globalisation*, v. 14, n. 2, p. 46-63, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.13169/workorgalaboglob.14.2.0046>. Acesso em: 30 out. 2025.

MEIRELES, A. V. Algoritmos e autonomia: relações de poder e resistência no capitalismo de vigilância. *Opinião Pública*, Campinas, v. 27, n. 1, p. 28-50, abr. 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1807-0191202127128>. Acesso em: 7 jun. 2025.

MOREIRA, D. R. et al. Inteligência artificial, tecnologias de reconhecimento de emoções e o direito: importância do princípio da qualidade dos dados como pilar no direito fundamental à proteção de dados. *Revista Brasileira de Direito*, v. 20, n. 3, 2024. Disponível em: <https://seer.atus.edu.br/index.php/revistadireito/article/view/5158>. Acesso em: 7 jun. 2025.

MORENO, J. O valor económico da informação na sociedade em rede. *Observatorio (OBS)*, [s. l.], v. 9, n. 2, 2015. Disponível em: <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/801>. Acesso em: 6 abr. 2025.

NADER, P. *Curso de Direito Civil* - v. 1. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018. E-book. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788530979645/>. Acesso em: 6 abr. 2025.

NOOREN, P. et. al. Should we regulate digital platforms? A new framework for evaluating policy options. *Policy & Internet*, v. 10, n. 3, Wiley Periodicals, Sept. 2018. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/poi3.177>. Acesso em: 13 out. 2025.

PEREIRA, M. M. F.; MOURA, C. A. G. de. O direito concorrencial e a proteção de dados: a interseção na economia digital. *Revista de Direito, Inovação, Propriedade Intelectual e Concorrência, Encontro Virtual*, v. 10, n. 1, p. 20-39, jan./jul. 2024. e-ISSN 2526-0014.

RODAS, L. A.; GOSLING, M. de S. Comportamento do consumidor na economia compartilhada no turismo: um estudo sobre o CouchSurfing e o Airbnb. *Revista Turismo em Análise*, São Paulo, v. 29, n. 3, p. 447-467, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i3p447-467>. Acesso em: 19 maio 2025.

ROTH, A. E. *Como funcionam os mercados: a nova economia das combinações e do desenho de mercado*. Tradução de Isa Mara Lando e Mauro Lando. 1. ed. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2016.



- ALICIA BAPTISTA RODRIGUES
- MARIANA GOVÕES
- ANA ELIZABETH LAPA WANDERLEY CAVALCANTI

SAAVEDRA, G.; ABRUSIO, J.; TONIN, C. B. Privacidade e segurança pública: notas sobre os limites jurídicos à vigilância do Estado. *Revista Direito Mackenzie*, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 1-20, out. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.5935/2317-2622/direitomackenzie.v18n217135>. Acesso em: 7 jun. 2025.

SANCHES, S. H. Dal F. N.; CAVALCANTI, A. E. L. W. Direito à saúde na sociedade da informação: a questão das *fake news* e seus impactos na vacinação. *Revista Jurídica*, [s. l.], v. 3, n. 52, p. 448-466, set. 2018. Disponível em: <https://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/3227>. Acesso em: 12 abr. 2025.

SANTOS, M. F. *Direito de explicação em inteligência artificial*. 2025. Dissertação (Mestrado em Direito Político e Econômico) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/items/51a709b7-b3bb-4a51-b897-3e03ee87219f>. Acesso em: 7 jun. 2025.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. *Apelação Cível nº 1090663-42.2018.8.26.0100*. Ministério Público do Estado de São Paulo; Defensoria Pública do Estado de São Paulo. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Idec. Relator Antonio Celso Faria. São Paulo, SP, 10 de maio de 2023. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=16739524&cdForo=0>. Acesso em: 25 out. 2025.

SCHREIBER, A. *Direitos da personalidade*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

SCHREIBER, M. STF tem placar de 3x1 para endurecer regras para Big Techs; julgamento é paralisado. *BBC News Brasil*, Brasília, jun. 2025. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cp854y6g3g6o>. Acesso em: 4 jun. 2025.

SCHWAB, K. *Capitalismo stakeholder*: uma economia global que trabalha para o progresso, as pessoas e o planeta. São Paulo: Alta Cult, 2023. *E-book*.

SHAPIRO, C. Protecting competition in the American economy. *The Journal of Economic Perspectives*, v. 33, n. 3, p. 69-93, 2019. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/10.2307/26732322>. Acesso em: 30 out. 2025.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. STF. STF define parâmetros para responsabilização de plataformas por conteúdos de terceiros. *Notícias STF*, 26 jun. 2025. Disponível em: <https://noticias.stf.jus.br/postsnoticias/stf-define-parametros-para-responsabilizacao-de-plataformas-por-conteudos-de-terceiros/>. Acesso em: 28 out. 2025.

TIROLE, J. *Economia do bem comum*. Tradução de André Telles. Revisão técnica de Renato Gomes, Alípio Ferreira Cantisani. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

UNION EUROPEAN COMMISSION. Commission fines Meta for abuse of its dominant position in the social media and classified-ads markets. *Press Corner*, Bruxelas, Mar. 2024. Disponível em: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_5801. Acesso em: 22 jun. 2025.

VERDEGEM, P. Dismantling AI capitalism: the commons as an alternative to the power concentration of big tech. *Ai & Society*, [s. l.], v. 39, n. 2, p. 727-737, Apr. 2022. *Springer Science and Business Media LLC*. <http://dx.doi.org/10.1007/s00146-022-01437-8>. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01437-8>. Acesso em: 29 out. 2025.



WILLIAMS, D. M. Power accrues to the powerful: Amazon's market share, customer surveillance, and internet dominance. In: ALIMA HOMED-WILSON, J.; REESE, E. (ed.). *The cost of free shipping: Amazon in the global economy*. London: Pluto Press, 2020. p. 35-49. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/j.ctv16zjhcj.9>. Acesso em: 30 out. 2025.

Alicia Baptista Rodrigues

Mestranda em Direito Político e Econômico na Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM). Atualmente Assessora II do Conselho Municipal do Direito da Criança e do Adolescente do Município de São Paulo. Pesquisadora do CriAdirMack - Direito à vez e à voz de Crianças e Adolescentes. Integra o grupo de estudos Pessoas Invisíveis que trata da temática de combate ao tráfico de pessoas. Graduada em Direito (2022) pela Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Universidade Presbiteriana Mackenzie

São Paulo, São Paulo, Brasil

E-mail: aliciarodrigues18@gmail.com

Mariana Govões

Mestranda em Direito Político e Econômico na Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM). Especialista em Direito Processual Civil (UPM). Integrante dos grupos de pesquisa (CNPq) EsadirMack - Ética, Direito e Saúde e Estado e Economia do Brasil.

Universidade Presbiteriana Mackenzie

São Paulo, São Paulo, Brasil

E-mail: govoem@gmail.com

Ana Elizabeth Lapa Wanderley Cavalcanti

Doutora e mestre em Direito Civil pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Professora do PPGD em Direito Político e Econômico e da Graduação em Direito da Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM).

Universidade Presbiteriana Mackenzie

São Paulo, São Paulo, Brasil

E-mail: ana.cavalcanti@mackenzie.br

Equipe editorial

Editor Acadêmico Felipe Chiarello de Souza Pinto

Editor Executivo Marco Antonio Loschiavo Leme de Barros

Produção editorial

Coordenação Editorial Andréia Ferreira Cominetti

Preparação de texto Mônica de Aguiar Rocha

Diagramação Libro Comunicação

Revisão Vera Ayres

