

Gustavo Xavier de Camargo

DADOS PESSOAIS, VIGILÂNCIA E CONTROLE

Como proteger Direitos
Fundamentais em um
mundo dominado por
plataformas digitais?

EDITORA LUMEN JURIS

RIO DE JANEIRO

2021

Copyright © 2021 by Gustavo Xavier de Camargo

Categoria: Direito Digital

PRODUÇÃO EDITORIAL
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Capa: Rogerio Pedro
Diagramação: Renata Chagas

A LIVRARIA E EDITORA LUMEN JURIS LTDA.
não se responsabiliza pelas opiniões
emitidas nesta obra por seu Autor.

É proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer
meio ou processo, inclusive quanto às características
gráficas e/ou editoriais. A violação de direitos autorais
constitui crime (Código Penal, art. 184 e §§, e Lei nº 6.895,
de 17/12/1980), sujeitando-se a busca e apreensão e
indenizações diversas (Lei nº 9.610/98).

Todos os direitos desta edição reservados à
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Impresso no Brasil
Printed in Brazil

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE

C172d

Camargo, Gustavo Xavier de

Dados pessoais, vigilância e controle : como proteger direitos funda-
mentais em um mundo dominado por plataformas digitais? / Gustavo Xa-
vier de Camargo. – Rio de Janeiro : Lumen Juris, 2021.

268 p. ; 23 cm.

Bibliografia : p. 229-250.

ISBN 978-65-5510-441-7

1. Direitos fundamentais. 2. Proteção de dados - Brasil. 3. Regulação.
4. Internet - Legislação - Brasil. 5. Plataformas digitais. I. Título.

CDD 343.8109944

Ficha catalográfica elaborada por Ellen Tuzi CRB-7: 6927

Sumário

Lista de Figuras	XIII
Lista de Abreviaturas e Siglas	XV
Prefácio	1
Apresentação	7
1 Introdução	9
2 Poder Computacional, Tempo, Dados Pessoais e Conteúdo dos Outros	15
2.1 Ao Nosso Lado, Temos a Lei de Moore.....	18
2.1.1 Latifúndios computacionais	21
2.1.2 Cookies, APIs e Open Source.....	31
2.1.3 Transistores e sensores em todos os lugares.....	37
2.2 Um Alvo Sempre na Mira.....	46
2.2.1 A economia do encontro.....	48
2.2.2 Da economia do encontro à economia da vigilância.....	54
2.2.3 Quem paga pelo tempo livre?	61
2.3 Nós Não Vamos Pagar Nada, É Tudo Free.....	66
2.3.1 Apropriação de conteúdo.....	68
2.3.2 Nossa vida como conteúdo.....	76
3 Consumidor. Matéria-Prima. Produto.	83
3.1 Gratuidade, Concentração de Poder e o Mercado de Um.....	84
3.1.1 A economia da privacidade.....	88
3.1.2 Plataformas, mercados de dois lados e monopólio.....	98
3.1.2.1 Efeitos de rede e competição.....	102
3.1.2.2 Data-driving network effects.....	104

3.1.2.3 Preço zero do lado do usuário.....	107
3.1.2.4 Lei de Metcalfe e o efeito de rede.....	111
3.2 Personalidade como Mercadoria Sem Preço.....	115
3.2.1 A dupla face dos dados pessoais e a sua proteção constitucional	116
3.2.1.1 Bens não rivais, propriedade e acesso	118
3.2.1.2 Proteção de dados pessoais como garantia constitucional	127
3.3 Consumidor Empacotado e Entregue.....	133
4 Desarmando a Armadilha da Gratuidade Enganosa	137
4.1 Um Problema Grande Demais para as Legislações de Proteção de Dados Pessoais.....	139
4.1.1 Repensar a privacidade e a proteção de dados como um todo?.....	141
4.1.2 Uma visão crítica sobre a GDPR.....	152
4.1.2.1 A amplitude dos conceitos de dados pessoais e de tratamento de dados pessoais	153
4.1.2.2 Como identificar o responsável, se a responsabilidade é de todo mundo?	164
4.1.2.3 Foco no compliance e não na proteção de dados pessoais.....	167
4.2 Direito do Consumidor e Concorrencial na Defesa dos Direitos Fundamentais.....	169
4.2.1 A simbiose entre Proteção à Concorrência e Proteção de Dados Pessoais.....	172
4.2.1.1 Novos parâmetros para a proteção à competição.....	181
4.2.2 Direito do Consumidor e seu papel na extensão da proteção dos Direitos Fundamentais.....	188
4.2.2.1 Simulacro da remuneração indireta e práticas abusivas.....	191
4.3 Liberdade para Pagar.....	201
4.3.1 Definindo os alvos da regulação	203
4.3.2 No mercado, tudo tem um preço.....	206
4.3.2.1 Precificação indireta dos dados pessoais.....	208
4.3.2.2 Os contornos da vedação à gratuidade compulsória.....	213

4.3.3 Ganhos potencialmente gerados pelo fim da gratuidade compulsória.....	218
4.3.4 Limitações do modelo	222
5 Conclusões.....	225
Referências	229