

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA
COORDENAÇÃO ADJUNTA DE TRABALHO DE CURSO
PROJETO DE TRABALHO DE CURSO I

PROTEÇÃO DE DADOS E PRIVACIDADE
A LEI 13.709 E SUA APLICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

ORIENTANDO - ARTHUR OLIVEIRA TAVARES

ORIENTADOR - PROF. MARISVALDO CORTEZ AMADO

PROFA. MARIA CRISTINA VIDOTTE

GOIÂNIA

2021

ARTHUR OLIVEIRA TAVARES

PROTEÇÃO DE DADOS E PRIVACIDADE

A LEI 13.709 E SUA APLICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

Artigo Científico apresentado à disciplina Trabalho de Curso II, da Escola de Direito e Relações Internacionais, Curso de Direito, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUCGOIÁS). Prof. Orientador– Marivaldo Cortez Amado e Maria Cristina Vidotte.

GOIÂNIA

2021

ARTHUR OLIVEIRA TAVARES

PROTEÇÃO DE DADOS E PRIVACIDADE
A LEI 13.709 E SEUS BENEFÍCIOS

Data da Defesa: ____ de _____, de _____

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Maria Cristina Vidotte.

Examinador Convidado:

DEDICO ESTE TRABALHO A
MINHA FAMÍLIA E AMIGOS QUE
ME INCENTIVARAM E ME
APOIARAM DURANTE ESSA
JORNADA.

Quero agradecer em primeiro lugar a Deus por ter me abençoado e permitido concluir mais um de meus objetivos. Agradeço também a minha família e a Instituição Pontifícia Universidade Católica de Goiás, em especial aos professores orientadores que me ajudaram e me auxiliaram nessa jornada.

SUMÁRIO

1.RESUMO.....	8
2.INTRODUÇÃO	9
3. A IMPORTÂNCIA DOS DADOS.....	10
3.1 EVOLUÇÃO DA SOCIEDADE ATÉ OS DIAS ATUAIS	10
3.2 O USO DOS DADOS PELAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA.....	13
4. A ATUAÇÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS.....	15
4.1 O CONHECIMENTO DO USUÁRIO A RESPEITO DOS DADOS FORNECIDOS	15
4.2 A LGPD E SUA FUNÇÃO NA PROTEÇÃO DE DADOS.....	17
4.3 A APLICAÇÃO DA LGPD NO BRASIL.....	18
5. CONCLUSÃO.....	20
6.REFERÊNCIAS.....	21

1.RESUMO

A sociedade esteve em constante evolução durante toda a história, atravessando revoluções industriais, períodos de guerras, e cada vez mais se desenvolvendo tecnologicamente, culminando atualmente, onde o meio digital está presente em todos os lugares. Cada vez mais o ser humano se torna dependente dos meios eletrônicos, utilizando a internet para realizar compras, fazer reuniões, conversar com amigos e buscar entretenimento. Para tal, acaba por disponibilizar seus dados pessoais na rede, muitas das vezes sem nem ao menos saber disso. Diante disso, a importância da nova Lei Geral de Proteção de Dados, que irá ditar maneiras para assegurar privacidade e confiança para o usuário final.

Palavras-chave: Dados pessoais, Internet, Lei Geral de proteção de Dados, Privacidade.

2.INTRODUÇÃO

Na metade do Século XX, iniciou-se um novo período no mundo denominado de revolução digital, que trouxe a evolução e passagem da tecnologia mecânica e analógica para a tecnologia digital, culminando na criação de computadores e arquivos digitais, que estão cada vez mais presentes em nosso cotidiano.

De 1950 até os anos atuais, essas tecnologias se popularizaram, se tornaram mais baratas e acessíveis, e por que não indispensáveis? Vimos em 2020, com a pandemia do novo Corona vírus (Covid-19), que a tecnologia juntamente com a internet, foi um, se não, o nosso maior aliado durante essa crise.

Aulas em regime remoto, serviços de entregas de aplicativos, reuniões de trabalho, audiências de julgamento, a tecnologia nos deu meios e formas de continuar seguindo com nossas tarefas e deveres, mesmo em um momento complicado, além de trazer entretenimento com as redes sociais e serviços de streaming, tudo isso graças à revolução digital.

Com tamanhas influências em nossas vidas, acabamos cada vez mais por realizar tarefas de maneira online, expondo nossos dados e nossa vida na internet. Quando realizamos compras online, precisamos cadastrar nosso nome, CPF, RG, endereço, cartão de crédito e afins para efetuarmos a compra. Quando queremos acessar uma rede social, precisamos fazer um cadastro e aceitar as políticas de privacidade que ela nos impõe, muita das vezes sem saber o que está escrito nestes termos.

Com tantos dados pessoais disponíveis na internet, como saber que eles vão estar seguros? Como resguardar a privacidade e a liberdade das pessoas na rede mundial de computadores? É uma tarefa difícil, já que se trata de um assunto relativamente recente, e que não é de conhecimento tão acessível à maioria das pessoas.

Devido ao fato de as pessoas ignorarem na maioria dos casos o quanto de sua privacidade ou de seus dados estão ofertando na internet é que se faz necessário um estudo mais aprofundado e uma maneira mais casual de trazer e abordar esse assunto para as mesmas, mostrando que é importante fazer uso dessas ferramentas, mas tão importante quanto, é poder confiar que não sofrerá nenhum prejuízo por isto.

No Brasil e no mundo para tentar proteger a privacidade de dados na internet novas leis vêm sendo elaboradas, como por exemplo a lei 13.709 de 2018 batizada de Lei Geral de Proteção de Dados, já que a maioria de seus artigos só começaram a entrar em vigor em agosto de 2020. Sendo, portanto, um ramo novo a ser explorado no direito, com muitas jurisprudências a serem definidas e doutrinas a serem elaboradas.

Devido a esses fatos novos que vem surgindo e a possibilidade de explorar um tema que vem aparecendo com grande relevância nos dias atuais, foi que decidi optar pela realização deste trabalho, podendo assim abordar um tema que apesar de ser projeto de estudos a diversos anos, vem a cada dia se renovando e precisando ser constantemente atualizado, uma vez que a internet a cada vez mais se modifica trazendo diversas possibilidades.

3. A IMPORTÂNCIA DOS DADOS

3.1 EVOLUÇÃO DA SOCIEDADE ATÉ OS DIAS ATUAIS

Ao decorrer da história, o ser humano se mostrou essencialmente um ser sociável, que necessitava da vida em grupo para se fortalecer e manter a sua subsistência. Durante esse tempo a sociedade desenvolveu diversas formas de organizações sociais, que se modificam em virtude das constantes evoluções que ocorriam.

Por exemplo na sociedade agrícola, onde o homem dedicava seu esforço exclusivamente no campo para obter seu sustento e tirava de lá seus insumos,

com isso gerando novos meios de se obter produtos, através da prática do escambo e desenvolvendo assim a primeira prática comercial da história.

Com tudo isso ocorrendo, a sociedade que está sempre em um papel constante de modificação e evolução, continuou a buscar meios de se obter sustento e riquezas, com isso inovações foram surgindo e modificando os meios de serviços.

A chegada da Revolução Industrial só se tornou possível graças a invenção dos motores, que na época eram movidos a carvão ou a vapor. Graças a isso as indústrias conseguiram mecanizar, melhorar e padronizar os produtos produzidos.

Esse período foi comandado pelas fábricas e pela produção de produtos em série, elevando grandemente a quantidade de produtos produzidos, o que possibilitou que a sociedade tivesse pela primeira vez produtos em abundância para ser suprida.

Com indústrias a pleno vapor e produtos em abundância a sociedade começou a evoluir cada vez mais rápido, impulsionadas pelas duas grandes guerras mundiais o setor de tecnologia sofreu um salto gigantesco, computadores, processadores, meios de se comunicar de forma rápida e eficiente se tornaram essenciais.

O período pós-guerra iniciado na Guerra Fria também foi de extrema valia para o desenvolvimento tecnológico, foi lá que o que nós hoje conhecemos como internet surgiu, assim também como outras descobertas tecnológicas que foram usadas na guerra e depois foram introduzidas na sociedade e assim evoluindo constantemente na área tecnológica.

Graças a todos esses processos e evoluções que a sociedade sofreu, foi que chegamos aonde estamos hoje, a chamada geração da informação.

De acordo com Bioni (2020, p.4)

No estágio atual a sociedade está encravada por uma nova forma de organização em que a informação é o elemento nuclear para o desenvolvimento da economia, substituindo os recursos que outrora estruturavam as sociedades agrícola, industrial e pós-industrial.

Ou seja, a nossa sociedade na qual estamos inseridos hoje, é uma sociedade sedimentada com base na revolução tecnológica recente, onde temos equipamentos capazes de processar e transmitir quase que de forma instantânea informações para qualquer pessoa e lugar do mundo.

Graças a isso os relacionamentos sociais, e a maneira como enxergamos as coisas vem mudando, podemos nos relacionar, fazer amizades, realizar negócios de maneira digital e com isso mudando a economia e a maneira de realizar negócios.

Também há de se dizer que a tecnologia também revolucionou os meios de entretenimento das pessoas, graças a internet podemos acessar através de nossos computadores, diversos estilos de conteúdo, podendo desde ler um bom livro, até assistir um lançamento de um filme, sem precisar que tenhamos que sair de casa.

Com as grandes lojas vendendo produtos online, serviços de entregas, serviços de streaming, jogos online, aplicativos de mensagens, podemos nos comunicar, nos divertir, fazer compras, resolver negócios, tudo sem precisar sair de casa.

Também temos as redes sociais, onde compartilhamos os acontecimentos do dia, compartilhamos informações, vídeos, postamos fotos de momentos especiais, curtimos o que nossos amigos estão fazendo, sabemos para onde eles estão viajando, o que estão comendo, quais produtos estão consumindo tudo na palma da nossa mão.

E em tudo isso que utilizamos frequentemente acabamos por deixar um pouquinho de nós, já que quando compramos em uma loja online, disponibilizamos para as mesmas, nosso nome, CPF, endereço, número do cartão de crédito, nas redes sociais aceitamos termos de privacidade que muitas vezes não temos conhecimento do que dizem, permitimos que aplicativos tenham acesso a câmera de nossos celulares.

Com tantas informações, intimidades e dados nossos disponibilizados nas redes, como podemos ter certeza de que esses dados estão seguros? Como ter garantia que nenhuma informação pessoal seja espalhada e se torne pública e de conhecimento de todos? Esse é um questionamento que está cada vez mais em pauta, uma vez que as empresas de tecnologia armazenam esses dados e os utilizam para chegar ao cliente de uma maneira mais eficaz, uma vez que elas

têm bastante conhecimento sobre a vida, sobre os gostos os produtos que este consome.

Sendo assim, as empresas conseguem traçar um perfil do usuário e colocar propagandas dos produtos que ele mais consome, quais notícias ele prefere ver, fazendo com que seja mais fácil para uma empresa patrocinadora atingir o público específico que ela almeja.

3.2 O USO DOS DADOS PELAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA

Como dito acima, as empresas de tecnologia como Facebook, Google, Apple, Amazon, Microsoft, além de outras que são as gigantes do mercado, disponibilizam serviços online, alguns gratuitos e outros pagos e dentro desses serviços, precisamos conceder permissões para poder utilizar dos benefícios deles.

Diversas vezes entramos em sites de compras online, para olharmos preços de produto, ou até mesmo para efetuarmos compras e logo após pesquisar por um determinado tipo de produto, começamos a nos deparar com diversas propagandas a respeito do produto pesquisado.

Isso se dá porque as empresas cada vez mais apostam no mercado digital, já que a todo ano o e-commerce brasileiro continua crescendo. Em 2019 o mercado cresceu 22.7% em relação a 2018 faturando um total de 75,1 bilhões de reais.

Diante desse amplo mercado que a cada dia cresce mais, foi percebido pelas empresas que a Internet proporciona uma maneira mais certa e mais efetiva de chegar ao consumidor, fazendo com que os anúncios conseguissem atingir de forma mais precisa as pessoas que se interessam mais por determinado serviço ou produto, fazendo que empresas economizassem muito dinheiro pagando por anúncios.

Para chegar a essas informações sites utilizam de algumas ferramentas, a principal delas é conhecida como *cookies*.

De acordo com Martins (2008, p.227-228)

Cookies são 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.

Por meio dessas ferramentas de registro de navegação, os sites criam uma espécie de perfil do usuário, que informa as suas preferências, tendo uma maneira melhor para personalizar o anúncio publicitário e atingir mais lucro. Gerando assim uma maior eficácia e precisão em alcançar um perfil de um potencial consumidor.

Por isso que dizemos que a publicidade on-line reduz em muito os custos de ação publicitária, uma vez que o bem de consumo ofertado tem relação clara as preferências do usuário, fazendo com que a empresa anunciante tenha uma maneira simples de conseguir se comunicar com seu público-alvo, ocasionando assim uma maior chance de o usuário adquirir o produto.

Igualmente falando as redes sociais também acumulam os mais diversos dados pessoais dos seus usuários, porque uma vez logado em seu perfil o usuário transmite uma série de dados importantes que são analisados e assim geram um direcionamento de publicidade específico.

Diversos outros serviços utilizam de maneiras similares para obter tais dados, sendo assim o usuário está a todo tempo sendo monitorado, gerando uma série de dados comportamentais que são aplicados para a personalização da abordagem publicitária.

Com a popularização dos smartphones, tudo ficou ainda mais intenso, uma vez que temos agora aparelhos com grande capacidade de processamento e armazenamento que levamos conosco para todos os lugares, não precisamos mais de um computador para acessarmos a internet, podemos fazer tudo na palma da nossa mão.

Graças aos celulares, para onde vamos estamos conectados, podendo ficar a todo tempo on-line. Graças a isso surgiu a possibilidade de monitorar o posicionamento das pessoas em tempo real, graças a tecnologia do GPS (global Positioning system).

Com a tecnologia do GPS, também há a possibilidade de os anunciantes conseguirem enviar suas publicidades baseadas na posição do usuário, fazendo dessa uma ótima ferramenta para trazer o consumidor até sua loja pela proximidade física dele até o local.

Também o celular traz os aplicativos de mensagens instantâneas, o que revolucionou e muito a maneira como as pessoas podem se relacionar, fazendo com que a proximidade física não seja necessária para que as pessoas possam conversar.

E claramente as empresas também utilizam desses aplicativos para conseguir extrair dados e informações dos usuários, entre elas o estado emocional do usuário.

Por exemplo quando nos comunicamos com outra pessoa fazendo uso dos emoticons ou das “figurinhas” de WhatsApp, ou ao interagir com um aplicativo de música para que ele toque músicas, conforme seu estado de humor, todas essas informações são coletadas e demonstram um rico retrato das emoções do usuário.

Diante de todo esses relatos, resta claro que as empresas procuram obter de diversas formas possíveis o máximo de informações dos seus usuários, para conseguir personalizar ainda mais a ação publicitária.

4. A ATUAÇÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

4.1 O CONHECIMENTO DO USUÁRIO A RESPEITO DOS DADOS FORNECIDOS

Diante do que foi dito acima e do interesse das empresas em obter acessos aos mais variados tipos de informações e dados do usuário de seu produto. Resta saber como se comporta o usuário nessa questão, se ele

compreende, se ele aceita e se ele tem escolha em partilhar esses dados e informações com estas empresas.

A maioria dos serviços de internet, sejam pagos ou gratuitos, tentam obter nossas informações, como explicado anteriormente, cada dado coletado tem um grande valor significativo, e as empresas tentam fazer tudo o possível para obtê-los.

As grandes responsáveis pelas coletas de nossos dados, são as grandes empresas do mercado de tecnologia, como Microsoft, Google, Apple e Facebook. Elas dominam o mercado e se você utiliza a internet ou celular hoje, certamente está ligado a uma dessas empresas.

A Facebook, uma das maiores empresas do mundo, é dona das principais redes sociais do mundo, e as mais utilizadas no Brasil, que são elas, Facebook, Instagram e WhatsApp. A empresa apresenta números de usuários gigantescos em todos os lugares do mundo e no Brasil não seria diferente, sendo 130 milhões de usuários brasileiros no Facebook, 95 milhões no Instagram e 136 milhões de usuários no WhatsApp.

Tal a importância dessas empresas e dessas redes sociais em nossas vidas e no Brasil, que estudos indicam que o maior canal de comunicação e de informação no Brasil hoje é o WhatsApp (aplicativo de mensagens instantâneas de texto, imagens e vídeos e também chamadas de voz e de vídeo) informações de todos os tipos são circuladas quase que instantaneamente entre pessoas do mundo todo, e devido a gratuidade ofertada pelo serviço e a maneira rápida e fácil de se comunicar através dele, fez dele um sucesso gigantesco no Brasil estando presente em quase todos celulares brasileiros.

E são nas redes sociais onde compartilhamos mais os nossos dados pessoais, seja em conversas privadas com amigos, seja em postagens de fotos, acabamos por compartilhar os mais diversos tipos de informação. Seja o lugar em que estamos, nosso humor, notícias, tudo é vinculado através dessas redes e são registradas nos bancos de dados dessas empresas.

Mas será que o usuário tem consciência sobre isso? Ele concorda em expor para essas empresas informações importantes de sua vida, tanto financeira, quanto pessoal? O usuário sabe que tem o comportamento monitorado e as informações desse comportamento armazenadas em bancos de dados?

A resposta esperada deveria ser o sim, uma vez que o usuário ao se cadastrar nessas empresas aceita os contratos de termo de uso e política de privacidade.

Os Termos e Condições de Uso estabelecem regras e diretrizes que os usuários devem concordar e seguir para usar e acessar o site ou aplicativo móvel. Já a Política de Privacidade de Dados se refere aos direitos e deveres relacionados aos dados dos usuários recebidos e como serão usados esses dados.

Mas na maioria das vezes quando o usuário aceita estas condições impostas pela empresa ela nem faz ideia de quais informações ela está fornecendo, na maioria das vezes, ou pode se dizer quase em todos os casos, o usuário nem ao menos se importa em ler o que está imposto nos termos.

Sabendo disso, os órgãos governamentais decidiram por intervir, criando leis para proibir que as empresas cometam abusos com o uso dessas informações, uma vez que os usuários muitas vezes não conhecem o total conteúdo destes termos e acabam por entregar seus dados e outras informações sem contestações.

4.2 A LGPD E SUA FUNÇÃO NA PROTEÇÃO DE DADOS

Diante desse direito de escolha, órgãos do governo começaram a intervir nesse meio, um dos primeiros a tomar partido foi o GDPR (Regulamento geral sobre proteção de dados), que é uma regulamentação da União Europeia que visa proteger a privacidade do cidadão, e é válida em todos os países membros do bloco.

Um grande avanço dessa regulamentação é o princípio do consentimento, este princípio rege que os dados pessoais coletados pela empresa só podem ser utilizados por ela, após o consentimento expresso dado pelo usuário, devendo a empresa informar qual o a finalidade da coleta de dados, nos casos de menores de idade os pais devem dar a autorização.

Devido a grande presença da internet na vida das pessoas e a sua influência cada dia maior no mundo e no Brasil, e a necessidade de uma regulamentação que protegesse e resguardasse os direitos do cidadão, fez com

que a Lei 13.709/2018 conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados fosse criada.

Antes da criação da LGPD, a lei que regulava o funcionamento da internet no Brasil era a lei 12.965/2014, conhecida como Marco Civil da internet. Essa lei foi de extrema importância para que se compreendesse que a internet traz consequências ao nosso cotidiano.

O Marco Civil da Internet serviu para regular o uso da Internet no Brasil, garantindo ao usuário o direito a liberdade de expressão na internet entre outras garantias importantes, garantias essas que futuramente foram asseguradas e ampliadas com a Lei Geral de Proteção de Dados.

Também trazendo algumas mudanças para os meios eletrônicos, foi editado o decreto Nº 7.962 que acrescentou mudanças ao Código de Defesa do Consumidor, essas mudanças estão relacionadas a privacidade, confidencialidade e a segurança das informações, fornecendo mais direitos aos usuários de internet.

4.3 A APLICAÇÃO DA LGPD NO BRASIL

A lei 13.709 foi redigida no ano de 2018, foi inspirada na GDPR Europeia, presando pela segurança do usuário em primeiro lugar. Já no primeiro artigo da Lei Geral de Proteção de Dados, o legislador se preocupou em informar com clareza quais seriam os objetivos, finalidades e direitos que esta lei iria assegurar ao cidadão Brasileiro.

Sendo que os direitos devem ser respeitados pelas empresas que coletam dados, tais como o direito fundamental a liberdade, a privacidade, o livre direito de expressão, comunicação, os direitos humanos e entre outros direitos que agora também serão assegurados aos cidadãos que utilizem a internet em território brasileiro.

Como dito anteriormente as principais empresas que controlam os tráfegos de dados são gigantes do Exterior, como Facebook, Google e Microsoft. Porém a Lei Geral de Proteção de dados também será aplicada a estas empresas sem nenhum tipo de distinção, uma vez que a lei terá efeito sobre todas as operações de tráfegos de dados realizadas em solo brasileiro.

Para que o tratamento dos dados pessoais seja realizado é preciso que sejam cumpridas algumas regras, podendo-se destacar a principal delas como o consentimento expresso do titular dos referidos dados. Para a transferência de dados entre diferentes empresas é preciso que a empresa que deseja fornecer os dados também tenha o consentimento do titular para este referido fim.

O Titular dos dados também tem o direito assegurado de revogar o consentimento para o tratamento de dados a qualquer momento. A revogação não pode ser dificultada pelos agentes de tratamento em nenhuma hipótese, e não poderá ser cobrado nada do usuário nos casos em que houver revogação dos dados.

Caso o controlador dos dados queira realizar alterações na maneira como deseja tratar os dados do titular, será preciso que informe as alterações que pretende fazer e será preciso que o titular aprove essas mudanças, tornando necessário que ele forneça novamente o consentimento para que a mudança possa ser realizada.

Outra garantia que a Lei geral de Proteção de Dados traz para defender o usuário é a garantia do titular saber todas as informações sobre como o controlador trata seus dados. Devendo estar informações estar expostas de forma clara, de maneira que o usuário consiga entender perfeitamente sobre como tais dados estão sendo usados.

Entre as informações que precisam ser prestadas, estão a finalidade do tratamento de dados pela qual o controlador pediu o acesso, qual a forma e a duração de tempo que estes dados ficaram em seus bancos de dados. Também deverá constar qual a responsabilidade o controlador terá com esses dados, todas as identificações possíveis dele e maneiras simples que o usuário consiga se comunicar com a empresa responsável.

Como grande parte das crianças e adolescentes, obtém acesso a internet muito cedo, a legislação se preocupou em especial com eles. Sendo necessário que o consentimento de transmissão de dados seja fornecido por um dos responsáveis do menor. A empresa deverá garantir de todas as maneiras que ela puder que a autorização tenha realmente sido concedida por um dos responsáveis e não pelo próprio menor.

Como grande parte dos nossos dados são compartilhados com empresas estrangeiras, a lei assegura que essas empresas precisam cumprir uma série de

requisitos importantes que tragam segurança ao usuário e aos dados que eles fornecem.

As empresas que desejam trabalhar em território brasileiro e desejam coletar dados de seus usuários precisam proporcionar proteção a estes dados em conformidade ao que exige a lei brasileira, sendo submetidas a verificações feitas por agentes de autoridade nacional, que verificarão se tudo está em conformidade com o que pede a lei.

Nos casos em que a empresa não cumprir com a regulamentação e a proteção de dados de seus usuários será responsabilizada civilmente pelos danos causados aos seus clientes. A Lei ainda fornece amparo especial aos cidadãos uma vez que nesses casos poderá ocorrer a inversão do ônus da prova, visto que a tarefa de produzir provas sobre o dano sofrido pode se tornar extremamente complicada e onerosa a um cidadão comum.

Somente em determinados casos o controlador de dados não será responsabilizado, tendo que provar que na culpa foi de titular ou terceiro ou que ele não era o agente que realizava o tratamento de dados.

Diante de todo o exposto, vemos que a Lei Geral de Proteção de Dados é um grande avanço e conquista para assegurar a privacidade e a liberdade dos cidadãos brasileiros ao utilizarem a internet.

Uma vez que sua principal missão é assegurar que as informações fornecidas e utilizadas tenham uma destinação específica e que o usuário tenha controle sobre o que pretende compartilhar, trazendo para si uma maior confiança e segurança.

5. CONCLUSÃO

Com o presente estudo podemos chegar ao consentimento que a nossa sociedade está em constante evolução e em cada ciclo dessa história diferentes rodas movimentaram essas mudanças. Sendo que atualmente estamos buscando obter o máximo de informações e dados possíveis sobre o máximo de pessoas.

Uma vez que, essas informações apresentam um grande valor econômico e conseguem impulsionar as empresas, que os obtém de diversas maneiras

possíveis, tornando mais fácil que ela consiga atingir seu público específico e com um custo muito menor.

Diante desse fascínio pelos dados pessoais dos usuários, surgiu um questionamento a respeito da privacidade e liberdade dos usuários. Uma vez que muitos usuários da internet e redes sociais não entendem muito sobre tecnologia e não sabem que seus dados são coletados e armazenados.

Diante disso, houve a necessidade de criação de leis para proteger e resguardar os cidadãos, tanto no mundo quanto no Brasil. A criação da Lei Geral de proteção de dados é um grande avanço quanto a isso, pois ela traz garantias e direitos para os titulares dos dados coletados, colocando normas e regras para o controlador sobre como e porque coletou os dados.

Apesar disso, é importante que as pessoas se atentem e tenham mais conhecimento sobre as empresas e quais são seus dados coletados, pois apesar das normas expostas, não há uma segurança efetiva que sua privacidade e liberdade estarão seguras.

Diante disso, podemos concluir que este trabalho teve o intuito de demonstrar as novas mudanças que a Lei Geral de proteção de dados trouxe, além de expor como o usuário comum é afetado pelo tráfico de informações no qual ele é constantemente exposto.

Demonstrar como a nova Lei Geral de Proteção de Dados influenciará a vida do cidadão e buscará meios de resguardar sua privacidade e liberdade ao se utilizar redes sociais e a internet.

6.REFERÊNCIAS

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

Fernandes, Dinalva. E-commerce brasileiro cresce 22.7% com faturamento de R\$ 75 bi em 2019. Ecommercebrasil.com.br, 2020. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/e-commerce-brasileiro-cresce-2019-compreconfie/>>. Acesso em 12 de novembro de 2020.

LISBOA, Roberto Senise. Direito na sociedade da informação. *Revista dos tribunais*, ano 95, v.847, p.78, maio 2007.

BRASIL. Lei Nº 13.709, DE 14 DE agosto DE 2018. **Lei Geral de Proteção de dados**, Brasília, DF, ago. 2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm>. Acesso em: 20 nov. 2020.

MARQUES, Garcia; MARTINS, Lourenço. *Direito da Informática*. Coimbra: Almedina 2006. P.36.

MARTINS, Guilherme Magalhães. *Responsabilidade por acidente de consumo na internet*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

SILVA, Daniel Pereira Militão. *Desafios do ensino jurídico na pós-modernidade: Da sociedade agrícola e industrial para a sociedade da informação*. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Direito da Pontifícia universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009. p. 43.

LASTRES, helena Maria Martins; FERRAZ, João Carlos. *Informação e Globalização na era do conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus, 1999. P. 33.

DRUCKER, Peter. *A sociedade pós-capitalista*. Trad. Nivaldo Montigelli Jr. São Paulo: Pioneira, 1993. P,15-20.

TORRES, Cláudio. *A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre o marketing e a publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. São Paulo: Novatec, 2009. P.22-24.