**DIREITO E ESCOLHA: O CONTRASSENSO ENTRE A LIBERDADE E O CONSUMO NA ERA DIGITAL**

Francisco Fernando Café - UFRN

*fernando.cafe.701@ufrn.edu.br*

Pablo Victor Roseno dos Santos - UFRN

*pablo.roseno.707@ufrn.edu.br*

*Carlos Francisco do Nascimento - UFRN*

*carlos.nascimento@ufrn.br*

**INTRODUÇÃO**

A partir da popularização das interfaces digitais de consumo de conteúdo e a evolução gradativa de algoritmos inteligentes e programas de computador, as redes sociais e a força da internet passaram a determinar um cenário onde quaisquer atos de escolha são direcionados a atender uma dinâmica de capital, lucro e influência. Em consequência, vários são os exemplos de plataformas de vídeos em *loop* como o *TikTok*, aplicativo de música baseado em recomendações únicas e a veiculação massiva de propaganda direcionada presentes na internet com o objetivo de manter seus usuários conectados. O indivíduo torna-se, por sua vez, acidentalmente subjugado a uma estrutura social que é definida com base no consumo desenfreado a partir da anuência do usuário em ceder seus dados de navegação e parte de sua privacidade para estas plataformas. A pauta – a qual foi inclusive tema da redação do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) em 2018 – entrou no debate público após o escândalo envolvendo o vazamento de informações de pelo menos 50 milhões de usuários do *Facebook*,indevidamente utilizados para construir perfis de eleitores e influenciar os resultados das eleições presidenciais dos EUA em 2016.

A partir de contratos extremamente longos e pouco compreensíveis para leigos, o direito à liberdade de escolha pessoal entra em xeque no que tange a captura de dados através de mecanismos de controle social baseados em linhas de código.

Portanto, o presente trabalho foi realizado com a proposta de analisar como o direito é fundamental à liberdade individual e adquire pontos de controvérsia em meio a era digital e informacional no âmbito da privacidade, considerando as previsões da legislação vigente, bem como o efeito prático desta.

**MATERIAIS E MÉTODOS**

O presente estudo estrutura-se com base em uma revisão bibliográfica, exploratória descritiva e documental a partir da análise qualitativa acerca da temática e seus efeitos na realidade. Para isso, faz-se a utilização de uma abordagem teórica fundamentada em três pilares: (1) uma breve descrição do cenário que conjuga tecnologia, consumo e liberdade de escolha; (2) análise legislativa sobre os artigos da Constituição de 1988 e da Lei Geral de Proteção de Dados em relação à liberdade e ao consumo; (3) abordagem entre as duas áreas centrado em análise de casos concretos e decisões do Supremo Tribunal Federal na área. Tal análise é estruturada com base nos estudos de Max Horkheimer, Theodor Adorno, Vanessa Santos, Mateus de Oliveira e outros com temáticas que interligam direito, Indústria Cultural e capitalismo de vigilância.

**RESULTADOS**

Conforme fundamentado nas análises desta investigação, é possível concluir que baseado nas teses críticas de Max Horkheimer, Theodor Adorno e outros, na abordagem jurídica e na análise de casos concretos, a tecnologia se instrumentaliza como um mecanismo gerador de escolhas e de necessidades do capital e do consumo que, muitas vezes, se sobressaem sob as verdadeiras vontades e liberdades individuais. Desse modo, o ato de comprar reflete-se como um instrumento de legitimação social, no qual, conforme defendido por Assis e Ferreira, “as marcas deixaram de ser apenas a imagem de produtos para se tornarem a nossa imagem enquanto pessoas” (Assis, Ferreira *apud* Monteiro, 2019, p.2). Desse modo, quando tratamos das ideias de Indústria Cultural, por exemplo, vê-se a transformação do consumo enquanto elemento digitalizado e hiperconectado, no qual a definição do público-alvo, dos produtos e as formas de convencimento possuem como base definidora de ação os dados oferecidos pela tecnologia. Afinal,

O contexto do big data é de formação de estratégias de impulsionamento comportamental (nudges) altamente poderosos de acordo com suas amplas redes, constante atualização, dinâmica e alta capacidade persuasiva — algo que não pode ser regulado via consentimento (Fornasier, Knebel *apud* Yeung, 2019, p.22)

Logo, em diálogo com as abordagens de Mateus de Oliveira e Norberto Milton, percebe-se a atuação do direito na tentativa de regulação das controvérsias dessa temática, que representa um problema social que se expande em uma velocidade maior do que a evolução do pensamento jurídico. Desse modo, observa-se como resultados a interface entre o avanço tecnológico e o aumento da influência do poder decisório do consumo na população.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Em virtude dos argumentos apresentados, é possível concluir que o processo de informatização digital influencia a sociedade nas decisões sobre o consumo, utilizando, para isto, dados e marketing que possuem nas redes sociais um ambiente de propagação e de contato. Com ideais modernos, cada indivíduo possui direitos fundamentais que se relacionam com a autonomia individual como um fator intrínseco às suas decisões. Entretanto, a era contemporânea impõe um novo paradigma que intersecciona o aparato digital e o poder econômico. Essa realidade evidencia uma insegurança jurídica acerca dos métodos de proteção à liberdade, à intimidade, à informação e aos dados pessoais, o que atinge a população que carece de aparatos legais através do Direito. Tal barreira, logo, adquire novos contornos e mutações constantes que dialogam com o avanço tecnológico e, por essa rapidez, urge uma necessidade de aplicações, com base jurídica, de novas interpretações científicas e de análises sociais críticas dessa questão.

**PALAVRAS-CHAVE:** Liberdade; Consumo; Influência; Manipulação de dados.

**AGRADECIMENTOS:**

Ao professor Carlos Francisco do Nascimento (UFRN), nossa gratidão por não apenas orientar a pesquisa, como também por incentivar uma formação centrada na análise social, crítica e jurídica da realidade (características essenciais para a contemporaneidade). Aos colegas Braz Leoncio de Carvalho Bisneto, Felipe de Azevedo Bezerra, Francisco Pontes do Nascimento Junior e Melchizedech Pereira Batista de Araujo, nosso obrigado por serem o ponto de partida deste trabalho a partir das discussões sobre Indústria Cultural. Aos nossos familiares, nosso reconhecimento pelo apoio (em especial a Francisca de Fátima, tia de Fernando Cafe, que, durante a escrita deste projeto, faleceu abruptamente).

**Referências** (**NBR 6023)**

AMORIM, B. P.; FELICÍSSIMO, V. R. C.; MEDEIRO JÚNIOR., A.; TABATA, P. I. Os impactos da inteligência artificial nas estratégias de marketing. **Revista Fatec Zona Sul**, São Paulo, v. 9, n. 1, 2022. Disponível em: [https://www.mackenzie.br/fileadmin/ARQUIVOS/Public/6-pos-graduacao/upm-higienopolis/mestrado-doutorado/admin-desen-negocios/2023/18\_Os\_Impactos\_da\_Inteligência\_Artificial\_nas\_Estratégias\_de\_Marketing.pdf](https://www.mackenzie.br/fileadmin/ARQUIVOS/Public/6-pos-graduacao/upm-higienopolis/mestrado-doutorado/admin-desen-negocios/2023/18_Os_Impactos_da_Intelig%C3%AAncia_Artificial_nas_Estrat%C3%A9gias_de_Marketing.pdf). Acesso em: 10 ago. 2023.

ASSIS, V. S; FERREIRA, A. Marketing de influência: a era do digital influencer.**Anais do Encontro de Marketing Crítico da Uesb**. Vitória da Conquista, out. 2019. Disponível em: [http://www2.uesb.br/eventos/workshopdemarketing/wp-content/uploads/2018/10/VF-Marketing-de-Influência.pdf](http://www2.uesb.br/eventos/workshopdemarketing/wp-content/uploads/2018/10/VF-Marketing-de-Influ%C3%AAncia.pdf). Acesso em: 10 ago. 2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88\_Livro\_EC91\_2016.pdf. Acesso em: 12 ago. 2023.

BRASIL. **Lei n° 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Brasília, DF: Presidência da República [2018]. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm>. Acesso em: 12 ago. 2023.

CONFESSORE, N. Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout So Far. **The New York Times**. Nova Iorque, 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html>. Acesso em 20 set. 2023.

FORNASIER, M. O.; KNEBEL, N. M. P. O titular de dados como sujeito de direito no capitalismo de vigilância e mercantilização dos dados na lei geral de proteção de dados. **Rev. Direito e Práx**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 1002-1033, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdp/a/hTqmGJVy7FP5PWq4Z7RsbCG/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 ago. 2023.

MORENO, A. C.; OLIVEIRA, E. Redação do Enem 2018 tem como tema a 'manipulação do comportamento do usuário pelo controle de dados na internet’. **g1**. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/enem/2018/noticia/2018/11/04/redacao-do-enem-2018-tem-como-tema-manipulacao-do-comportamento-do-usuario-pelo-controle-de-dados-na-internet.ghtml>. Acesso em: 20 set. 2023.