

Por Paulo R. Roque A. Khouri

Introdução

Os dados pessoais estão no centro das atenções dos ordenamentos jurídicos modernos. A Europa editou a *General Data Protection Regulation* (GDPR), nos Estados Unidos tem-se a *California Consumer Privacy Act of 2018* (CCPA) e o Brasil aprovou recentemente a Lei Geral de Proteção de dados, a LGPD. Qual o sentido de todo esse movimento regulatório? A corrida no mundo virtual é diretamente por maior número de usuários [1], que deixam seus dados armazenados nas mais diversas plataformas. Quanto ao *Facebook*, que tem 2,2 bilhões de usuários, v.g., estima-se que a cada três meses cada usuário nos Estados Unidos e Canadá lhe dê uma receita de cerca de US\$ 16 em média (aproximadamente R\$ 64) [2]. Tal fato levou Tim Wu, professor de Direito da Universidade Columbia, em Nova York, a afirmar que "*a maior inovação do Facebook não é a rede social, mas o fato de ter convencido as pessoas a darem muita informação em troca de quase nada*" [3]. Nas palavras do professor de Columbia, a atenção virou uma das maiores commodities do tempo atual [4]: "*A razão é simples: quanto maior o tempo em que o usuário permanece online na plataforma, maior o tempo que esta dispõe para coletar os dados dele e ainda para submetê-lo à publicidade e a outras formas de exploração comercial*" [5].

[Leia aqui na íntegra.](#)

Fonte: Consultor Jurídico, em 31.03.2021