

# Sumário

<b>Lista de Figuras</b> .....	XIII
<b>Lista de Abreviaturas e Siglas</b> .....	XV
<b>Prefácio</b> .....	1
<b>Apresentação</b> .....	7
<b>1 Introdução</b> .....	9
<b>2 Poder Computacional, Tempo, Dados Pessoais e Conteúdo dos Outros</b> .....	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
<b>3 Consumidor. Matéria-Prima. Produto.</b> .....	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
<b>4 Desarmando a Armadilha da Gratuidade Enganosa .....</b>	<b>137</b>
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
<b>5 Conclusões.....</b>	<b>225</b>
<b>Referências .....</b>	<b>229</b>