

**ENTRE TELAS E CONTRATOS: MUDANÇAS INSTITUCIONAIS E PRÁTICAS
ABUSIVAS NAS PLATAFORMAS DE STREAMING**

**BETWEEN SCREENS AND CONTRACTS: INSTITUTIONAL CHANGES AND ABUSIVE
PRACTICES ON STREAMING PLATFORMS**

**ENTRE PANTALLAS Y CONTRATOS: CAMBIOS INSTITUCIONALES Y PRÁCTICAS
ABUSIVAS EN LAS PLATAFORMAS DE STREAMING**

 <https://doi.org/10.56238/arev7n11-345>

Data de submissão: 26/11/2025

Data de publicação: 26/11/2025

Sebastião Patrício Mendes da Costa

Pós-doutor em Direito Civil e Filosofia do Direito

Instituição: Universidade Federal do Piauí (UFPI)

E-mail: sebastiaocosta@ufpi.edu.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2821-1235>

Adara Gomes Barbosa de Sousa

Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Direito

Instituição: Universidade Federal do Piauí (UFPI)

E-mail: adaragomes1@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0009-1787-439X>

Ana Clara Ribeiro de Sousa Castro

Mestranda em Direito pelo Programa de Pós-graduação em Direito

Instituição: Universidade Federal do Piauí (UFPI)

E-mail: claracastro@ufpi.edu.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4857-4591>

RESUMO

O artigo tem como objetivo analisar as mudanças institucionais provocadas pelas plataformas de Streaming nas relações de consumo, observando como seus contratos de uso, algoritmos e práticas de monetização impactam o equilíbrio contratual, a transparência e a proteção de dados dos consumidores. O estudo investiga, sob a ótica do Direito do Consumidor e da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), práticas recentes como a limitação de uso por endereço, a cobrança adicional por compartilhamento de contas e a inserção de anúncios em serviços pagos. A metodologia adotada combina análise bibliográfica, com base em doutrina nacional e estrangeira, com exame de jurisprudência recente, especialmente a decisão da 3ª Turma Recursal dos Juizados Especiais da Bahia, que condenou a Amazon Prime Video por publicidade indevida. Conclui-se que o avanço das plataformas digitais representa uma mutação institucional do mercado de consumo, deslocando a autoridade normativa para o setor privado e exigindo novas formas de *accountability*, transparência e regulação jurídica capazes de garantir a autonomia e a dignidade do consumidor na era digital.

Palavras-chave: Mudanças Institucionais. Streaming. Contratos Digitais. Publicidade. Proteção de Dados.

ABSTRACT

This article aims to analyze the institutional changes brought about by streaming platforms in consumer relations, examining how their terms of use, algorithms, and monetization practices impact contractual balance, transparency, and consumer data protection. The study investigates, from the perspective of Consumer Law and the Brazilian General Data Protection Law (LGPD), recent practices such as restricting use by address, charging additional fees for account sharing, and inserting advertisements into paid services. The methodology combines bibliographic analysis—based on national and international legal scholarship—with an examination of recent case law, especially the decision of the 3rd Appeals Panel of the Special Civil Courts of Bahia, which condemned Amazon Prime Video for improper advertising. The study concludes that the advancement of digital platforms represents an institutional shift in the consumer market, transferring normative authority to the private sector and requiring new forms of accountability, transparency, and legal regulation capable of ensuring consumer autonomy and dignity in the digital age.

Keywords: Institutional Changes. Streaming. Digital Contracts. Advertising. Data Protection.

RESUMEN

El artículo tiene como objetivo analizar los cambios institucionales provocados por las plataformas de streaming en las relaciones de consumo, observando cómo sus contratos de uso, algoritmos y prácticas de monetización impactan el equilibrio contractual, la transparencia y la protección de datos de los consumidores. El estudio investiga, desde la perspectiva del Derecho del Consumidor y de la Ley General de Protección de Datos Personales (LGPD), prácticas recientes como la limitación de uso por dirección, el cobro adicional por compartir cuentas y la inserción de anuncios en servicios pagos. La metodología adoptada combina un análisis bibliográfico —basado en doctrina nacional y extranjera— con el examen de jurisprudencia reciente, especialmente la decisión de la 3ª Sala Recursal de los Juzgados Especiales de Bahía, que condenó a Amazon Prime Video por publicidad indebida. Se concluye que el avance de las plataformas digitales representa una mutación institucional del mercado de consumo, desplazando la autoridad normativa hacia el sector privado y exigiendo nuevas formas de **accountability**, transparencia y regulación jurídica capaces de garantizar la autonomía y la dignidad del consumidor en la era digital.

Palabras clave: Cambios Institucionales. Streaming. Contratos Digitales. Publicidad. Protección de Datos.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o mercado de plataformas de Streaming conheceu uma rápida expansão, transformando-se em peça central na economia digital e no cotidiano de milhões de consumidores no Brasil. Nesse ambiente, modelos contratuais originalmente estruturados em torno de assinaturas “ilimitadas” por domicílio vêm sendo revistas pelas plataformas: surgem limitações de uso por “endereço”, compartilhamento de senha passa a ser tarifado ou penalizado, e a oferta de planos mais baratos com anúncios (*ad-supported tiers*) ganha força.

Essas transformações, embora compreensíveis sob a ótica do modelo de negócio, geram impactos profundos para os consumidores: oneram o acesso, criam camadas diferenciadas de tratamento e podem implicar práticas comerciais abusivas ou desigualdades de acesso.

As plataformas de Streaming e demais serviços por assinatura costumam realizar reajustes de preços, o que suscita importantes questões jurídicas. De acordo com o artigo 51, inciso X, do Código de Defesa do Consumidor (CDC), são nulas as cláusulas contratuais que autorizem aumentos unilaterais de valores. Assim, qualquer alteração nos preços deve ser previamente comunicada ao consumidor, de forma clara e com antecedência razoável, para que ele possa decidir se deseja manter ou rescindir o contrato. A jurisprudência tem reconhecido como abusivos os reajustes realizados sem justificativa objetiva ou sem o devido aviso prévio ao assinante.

No Brasil, a recente decisão do Tribunal de Justiça da Bahia¹, que condenou a Amazon Prime Video ao pagamento de R\$2.000 (dois mil reais) em razão da inclusão de propagandas em um plano originalmente ofertado como “sem anúncios”, revela um cenário jurídico em constante vigilância. O episódio funciona como um alerta: quando a promessa contratual é rompida, o Judiciário se movimenta para restabelecer a confiança do consumidor e reafirmar os limites da atuação empresarial.

A metodologia utilizada é de natureza qualitativa, apoiada em análise bibliográfica, documental e comparativa. Foram examinados artigos doutrinários nacionais e estrangeiros, decisões judiciais recentes, notícias jurídicas e alguns regulamentos internacionais, a fim de identificar padrões de atuação das plataformas de Streaming e suas possíveis repercussões jurídicas.

A problematização central parte da constatação de que tais empresas não apenas prestam serviços de entretenimento, mas, também, instituem normas privadas que afetam diretamente o equilíbrio contratual e a autonomia informacional dos consumidores. Essa nova configuração levanta

¹A juíza Ivana Carvalho Silva Fernandes, da 3ª turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais da Bahia considerou abusiva a inserção de propagandas em conteúdo pago e manteve indenização de R\$ 2 mil proferida pelo juízo *a quo*. Processo: 0002485-49.2025.8.05.0141.

o questionamento sobre a suficiência (ou não) das instituições jurídicas tradicionais, como o CDC e a LGPD, para conter práticas potencialmente abusivas e assegurar *accountability* e transparência nas relações digitais.

Diante desse cenário, o presente estudo investiga se, e em que medida, as políticas de limitação de uso por endereço e a imposição crescente de anúncios em planos de assinatura configuram práticas abusivas no âmbito do direito do consumidor brasileiro. A hipótese que se apresenta é a de que tais condutas, ao ferirem os princípios da transparência, equilíbrio contratual e vulnerabilidade do consumidor, exigem regulação ou intervenção jurídica.

A estrutura deste trabalho segue um percurso progressivo. Inicialmente, delinea-se o contexto tecnológico e mercadológico que sustenta o funcionamento das plataformas de Streaming. Em seguida, examina-se o arcabouço jurídico brasileiro aplicável ao setor. Depois, aprofunda-se a análise crítica das principais práticas adotadas por essas empresas, com atenção especial às restrições por endereço e à inserção de anúncios. Ao final, apresentam-se diretrizes com intuito de orientar o desenvolvimento desse ecossistema.

2 O CONSUMO DIGITAL EM MUTAÇÃO E OS DESAFIOS INSTITUCIONAIS

O avanço das plataformas de Streaming transformou a maneira como o consumidor contemporâneo se relaciona com o entretenimento e, ao mesmo tempo, trouxe novos desafios para a compreensão jurídica dessa relação de consumo. O contrato que antes se limitava a uma assinatura mensal e ao acesso irrestrito a conteúdos audiovisuais se tornou um instrumento dinâmico, alterado unilateralmente pelas empresas e sustentado por algoritmos, políticas de uso e práticas contratuais que, muitas vezes, escapam da transparência exigida pelo ordenamento jurídico brasileiro (Gallo, Chavans, 2020).

Os chamados contratos de adesão, regidos pelo art. 54 do Código de Defesa do Consumidor², são a espinha dorsal dessas plataformas; e neles o consumidor não possui qualquer poder de negociação. Aceita-se, de forma tácita, um conjunto de cláusulas complexas, redigidas em linguagem técnica e frequentemente sujeitas a alterações unilaterais, comunicadas apenas por notificações digitais, na qual o usuário só pode continuar acessando o Streaming com a aceitação. Essa realidade

² Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

tende a comprometer o princípio da boa-fé objetiva e o direito à informação clara e adequada, previsto no art. 6º, III, do CDC³ (Brito, 2017).

A dimensão prática desse problema se manifesta de forma emblemática em casos recentes. Em 2024, ganhou destaque internacional o episódio envolvendo a The Walt Disney Company, em que a empresa invocou os termos de uso do serviço de Streaming Disney+ para afastar a responsabilidade em um caso trágico de morte por reação alérgica em um dos parques.

O argumento apresentado pela corporação baseou-se em cláusula contratual que impedia o consumidor de processar a empresa, uma vez que, ao aderir ao Streaming, teria aceitado a arbitragem compulsória e renunciado ao direito de recorrer ao Judiciário. A reação pública foi imediata, reacendendo o debate sobre a abusividade de cláusulas que, sob o pretexto de eficiência contratual, retiram direitos fundamentais do consumidor (Conklin, 2024).

Para Conklin (2024), este caso ilumina variados aspectos do sistema jurídico: os limites externos das cláusulas arbitrais quanto ao escopo material, ao consentimento e à abusividade; a questão processual de tentar impor arbitragem após participar do discovery e o pragmatismo de estratégias processuais e seus custos reputacionais. Para o autor, poderia estimular tentativas novas de impor arbitragem, citando como exemplo:

um grande grupo de corporações acordando cláusulas com referenciamento cruzado. Se admitido, alguém que compra um item no site do Wal-Mart poderia ser compelido a arbitrar qualquer demanda contra McDonald's, Verizon, Microsoft ou General Motors, mesmo sem ter celebrado cláusula diretamente com essas empresas. (Traduzido livremente de Conklin, 2024, pg. 12)

Após a grande repercussão social, em 20 de agosto de 2024, a Disney divulgou nota informando que renunciaria ao direito de arbitragem no caso em questão, afirmando:

Na Disney, buscamos colocar a humanidade acima de todas as demais considerações. Diante de circunstâncias tão singulares quanto as deste caso, entendemos que a situação exige uma abordagem sensível para agilizar uma solução para a família que sofreu uma perda tão dolorosa. Por isso, decidimos renunciar ao nosso direito à arbitragem e permitir que a matéria prossiga em juízo. (Traduzido livremente de Yeung, Passantino, 2024).

Mesmo com a probabilidade da renúncia ter sido resultado de uma impressão negativa, como sustenta Conklin (2024), esse cenário expõe o crescente poder das plataformas digitais em ditar

³ Art. 6º São direitos básicos do consumidor: III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

unilateralmente as condições de consumo, inserindo o consumidor em um ecossistema de controle tecnológico e de perfis digitais.

Para Kweskin (2017), normalmente é o governo quem força as empresas a alterar seus termos legais ao criar novas leis específicas de cada país, obrigando-as a modificar seus termos de uso e políticas de privacidade. O setor de assinatura *over-the-top* (OTT)⁴, no entanto, se destaca como exceção. Nele, os principais agentes desejam justamente o contrário: a criação de um código unificado de normas que padronize os serviços prestados em diferentes países.

Isso ocorre porque praticamente todos compartilham suas assinaturas com amigos e conhecidos, como se fossem itens de uso comum, como comida ou material de escritório. Com a queda no número de assinantes e no valor de mercado de empresas como Netflix e Disney+, estas viram como essencial reavaliar a legalidade dessa prática (Kweskin, 2017).

Considerando o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) da União Europeia, percebe-se a consolidação de parâmetros claros de proteção ao consumidor no âmbito do tratamento de dados pessoais. Desde a implementação desse novo ordenamento, os dados personalizados tornaram-se o centro das discussões sobre privacidade, influenciando legislações como a LGPD brasileira e inspirando empresas como Apple e Google a adotarem diretrizes rígidas sobre coleta, armazenamento e uso de dados (Kweskin 2017).

Com base em dados de comportamento e localização, as empresas passam a monitorar padrões de uso, identificar dispositivos e determinar “domicílios” digitais. É o caso da Netflix, que, a partir de 2023, instituiu a cobrança adicional para usuários que acessarem o serviço fora do endereço principal cadastrado, política que posteriormente foi replicada por Disney+, HBO Max (atual Max) e outras plataformas. (D’Andréa, 2021)

Embora a prática seja apresentada como medida de proteção contra o compartilhamento indevido de contas, seu efeito real é a limitação de acesso legítimo por famílias, estudantes ou consumidores que se deslocam com frequência, impondo um custo adicional sem contraprestação efetiva (Kim; Biswas, 2025).

Do ponto de vista de Kim e Biswas (2025), há violação direta ao princípio da transparência e ao direito de informação, já que tais alterações são introduzidas sem comunicação prévia e sem alternativa proporcional ao usuário. Além disso, ao rastrear endereços de IP, dispositivos e padrões de login, as plataformas realizam tratamento de dados pessoais sensíveis, o que atrai a incidência da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018).

⁴ Uma assinatura *over-the-top* (OTT) é o pagamento mensal ou anual para acessar serviços de streaming de conteúdo, como Netflix, Spotify, dentre outros.

Nessa perspectiva, a prática de verificação por “endereço doméstico” ultrapassa o âmbito contratual e alcança a seara da privacidade. O art. 6º da LGPD impõe princípios como necessidade, adequação e minimização, exigindo que o tratamento de dados seja limitado ao mínimo necessário para a finalidade proposta.

O uso de dados de localização e georreferenciamento, para restringir acesso ou impor cobranças adicionais, pode caracterizar tratamento abusivo, especialmente quando realizado sem consentimento específico e informado. Além disso, a ausência de transparência quanto aos critérios automatizados de bloqueio ou tarifação viola o direito do titular de dados à explicação e à revisão de decisões automatizadas, previsto no art. 20 da LGPD⁵ (Miragem, 2020).

Para Costa e Carvalho (2023), os padrões de localização, aperfeiçoados pelos algoritmos, já são uma realidade e acabam por desvirtuar as leis de mercado, pois conduzem a manipulações artificiais de preços e passam a escalonar para públicos específicos, o que pode, inclusive, ensejar a discriminação a pessoas de classes sociais diferentes.

A problematização jurídica dessas condutas é também atravessada pela noção de perfilização digital, uma vez que as plataformas passam a segmentar usuários com base em comportamento, consumo e capacidade de pagamento, estabelecendo preços e experiências distintas a partir desses parâmetros. Essa prática, segundo Doneda (2021), além de gerar discriminação econômica, afronta o princípio da isonomia nas relações de consumo e pode configurar prática abusiva nos termos do art. 39, V, do CDC⁶, que proíbe o fornecedor de exigir vantagem manifestamente excessiva.

Os dados da pesquisa trazido pelo relatório Digital Media Trends de 2024⁷, da Deloitte, mostram que os consumidores norte-americanos estão questionando o valor das assinaturas de Streaming, ao mesmo tempo em que afirmam não estarem dispostos a pagar por redes sociais. Enquanto as plataformas de Streaming tentam reconstruir os modelos de publicidade que sustentavam a TV paga, menos pessoas se deixam influenciar por anúncios tradicionais e, em vez disso, buscam recomendações de criadores e influenciadores confiáveis (Gallo, Chavans, 2020).

Essa trajetória das plataformas demonstra uma evolução progressiva na forma de monetização, primeiro vedando o compartilhamento de senhas, agora inserindo anúncios cada vez mais frequentes dentro da programação.

⁵ Art. 20. O titular dos dados tem direito a solicitar a revisão de decisões tomadas unicamente com base em tratamento automatizado de dados pessoais que afetem seus interesses, incluídas as decisões destinadas a definir o seu perfil pessoal, profissional, de consumo e de crédito ou os aspectos de sua personalidade.

⁶ Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

⁷ Ver mais em: <https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey/2024.html>

No início, ofereciam um modelo “sem anúncios” como contraponto às mídias tradicionais. Posteriormente, começaram a introduzir intervalos publicitários curtos, de poucos segundos, sob o argumento de garantir sustentabilidade financeira e oferecer opções mais baratas de assinatura (Gallo, Chavans, 2020).

Hoje, contudo, observa Santaella (2001), há um retorno à lógica da televisão comercial: interrupções múltiplas, propagandas que chegam a ultrapassar um minuto e que se repetem em diversos pontos de um mesmo episódio. O resultado é a descaracterização do produto originalmente contratado e a imposição de uma experiência de consumo degradada, que apenas se resolve mediante a adesão a planos mais caros.

Segundo Beller (2006), a sociedade vive uma espécie de “economia da atenção”, na qual o olhar e o tempo do espectador se transformam em mercadoria e o ato de assistir se converte em trabalho produtivo.

Essa dinâmica é aprofundada por Citton (2017), que traduz a ideia de que a atenção constitui um recurso econômico escasso, disputado por corporações e plataformas digitais, que estruturam estratégias para capturá-la e convertê-la em valor financeiro. Nessa perspectiva, o fenômeno pode ser descrito como uma comoditização da atenção, em que o tempo, a concentração e a experiência subjetiva do consumidor se tornam o verdadeiro produto comercializado.

De acordo com Fuchs (2012), o usuário das plataformas digitais ocupa uma posição ambígua no processo de produção de valor, pois é simultaneamente produtor e mercadoria. O autor denomina esse fenômeno de dupla comoditização: as empresas se apropriam tanto do conteúdo gerado pelos usuários quanto dos rastros deixados por suas atividades online.

No caso do Google, por exemplo, a companhia não apenas utiliza o material publicado na rede para alimentar seus mecanismos de busca, mas também coleta e analisa os comportamentos de pesquisa, como os termos mais recorrentes, horários e frequência de uso, convertendo essas informações em dados estratégicos para fins comerciais e publicitários (D’Andrea, 2022).

Para Costa e Carvalho (2023) resta claro que as dinâmicas do mundo físico e do mundo virtual não apenas se influenciam mutuamente, mas se articulam de forma contínua. Os autores sustentam que o debate sobre tecnologias digitais ultrapassa a mera dimensão online, produzindo repercussões políticas e econômicas globais, especialmente no contexto do capitalismo de vigilância, no qual empresas privadas de tecnologia acumulam poder econômico ao administrarem vastos bancos de dados pessoais.

Como aponta Zuboff (2019), o capitalismo de vigilância opera pela extração e monetização de comportamentos humanos, transformando a atenção e os dados pessoais em matéria-prima do lucro.

O caso brasileiro decidido recentemente pela 3ª Turma Recursal da Bahia⁸, que condenou a Amazon Prime Video por veicular anúncios em serviço contratado como “sem publicidade”, constitui a primeira resposta judicial concreta a essa tendência. Ao reconhecer a falha na prestação do serviço e a violação do dever de informação, a decisão inaugura um precedente relevante e reforça o papel protetivo do Judiciário diante da assimetria contratual que marca as relações de consumo digitais (Migalhas, 2025).

No panorama internacional, as críticas à sobreposição de contratos, ao cruzamento intensivo de perfis de dados e uso de algoritmos que restringem funcionalidades, têm ganhado força em estudos acadêmicos e análises jornalísticas. Em diferentes países europeus, especialistas apontam que tais práticas minam a autodeterminação informacional, ao mesmo tempo em que consumidores, em fóruns e redes sociais, relatam experiências que revelam o caráter predatório dessas mudanças. A imprensa especializada passou a noticiar o fenômeno como uma forma de “retrocesso digital”, comparando a atual lógica das plataformas à de serviços por assinatura dos anos 1990, em que o consumidor pagava cada vez mais por menos liberdade (Citton, 2017).

A cultura popular também reflete essas tensões. O episódio “Pessoas Comuns”, da sétima temporada da série Black Mirror, oferece uma metáfora precisa sobre o custo humano da mercantilização dos dados e da dependência tecnológica. Nele, a personagem principal adere a um programa de aprimoramento cerebral para sobreviver, mas descobre que a manutenção de sua vida depende de sucessivos pagamentos e atualizações, caso contrário seu “pacote de operações” será repleto de anúncios (Forbes, 2025).

A narrativa termina em tragédia, como uma crítica direta ao modelo de exploração contínua da vulnerabilidade humana, a mesma lógica que, transposta ao mercado digital, converte o consumidor em objeto de lucro contínuo.

Assim, a discussão sobre as práticas das plataformas de Streaming não é apenas contratual ou tecnológica, mas também se trata de compreender até que ponto o fornecedor pode intervir na autonomia do consumidor e redefinir, unilateralmente, os limites de um contrato que, embora digital, continua a ser regido pelos mesmos princípios de equilíbrio, informação e boa-fé que norteiam o Direito do Consumidor brasileiro (Miragem, 2020).

⁸ Processo: 0002485-49.2025.8.05.0141 - TJ-BA

3 PRÁTICAS ABUSIVAS, ONEROSIDADE EXCESSIVA E VIOLAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR NAS PLATAFORMAS DE STREAMING

O modelo de negócios das plataformas de Streaming evoluiu rapidamente de um serviço simples de assinatura para um ecossistema de monetização múltipla, no qual o consumidor é continuamente induzido a pagar mais por menos liberdade. A prática se sustenta em alterações unilaterais de contrato, inserção de anúncios não previamente informados e imposição de restrições tecnológicas que condicionam o uso do serviço a localizações específicas ou dispositivos cadastrados (Carneiro, 2020).

Do ponto de vista jurídico, essas condutas desafiam diretamente os pilares do Direito do Consumidor. O artigo 6º, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor, por exemplo, estabelece a proteção contra práticas e cláusulas abusivas como direito básico, enquanto o artigo 39 proíbe o fornecedor de exigir vantagem manifestamente excessiva ou condicionar o fornecimento de serviço a limitações arbitrárias. No mesmo sentido, o artigo 51 prevê a nulidade de cláusulas contratuais que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, que sejam incompatíveis com a boa-fé ou que permitam ao fornecedor modificar unilateralmente o contrato (Doneda, 2021).

Nunes (2024) reforça essa perspectiva ao afirmar que o equilíbrio contratual nas relações de consumo não se limita à proporcionalidade econômica entre as prestações, mas envolve também a preservação das características essenciais do serviço originalmente contratado, cuja alteração compromete a decisão racional do consumidor.

A onerosidade excessiva, nesses casos, não se restringe ao aspecto financeiro, mas alcança a própria experiência do consumidor. O serviço, antes contratado como uma forma de entretenimento fluido e sem interrupções, transforma-se em um ambiente saturado de propagandas e restrições, obrigando o usuário a optar por planos mais caros para retomar a condição inicial (Nunes, 2024).

Esse fenômeno, descrito como deterioração artificial da qualidade e redução intencional de funcionalidades por Marques (2023), corresponde ao que a literatura econômica internacional denomina *versioning ou degraded versions*, isto é, a criação deliberada de versões inferiores para forçar upgrades. Em ambas as situações, evidencia-se prática abusiva que se aproveita da vulnerabilidade do consumidor, afrontando diretamente os deveres anexos da boa-fé objetiva e comprometendo o equilíbrio da relação contratual (Shapiro, Varian, 1999).

A decisão da juíza Ivana Carvalho Silva Fernandes, da 3ª turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais da Bahia ao condenar a Amazon Prime Video por inserir anúncios em planos supostamente “sem publicidade”, é emblemática, mantendo a indenização de R\$ 2 mil proferida pelo juízo de 1º grau.

Apesar da Amazon ter sustentado em sua defesa que a inclusão de anúncios não configuraria modificação substancial do serviço, pois, segundo alegado, não haveria impacto no conteúdo disponibilizado nem na qualidade da entrega. O magistrado Ricardo Guimarães Martins reconheceu que a alteração contratual sem consentimento prévio configurou falha na prestação do serviço e violou o dever de informação, nos termos do art. 14 do CDC. Ao fundamentar:

Inicialmente destaca-se que a requerida implementou a alteração com comunicação feita apenas em 48 horas (dias 25 e 26 de fevereiro, conforme confessado na defesa anexada ao evento 11), violando o dever de informação previsto no art. 6º, III, do CDC, que assegura como direito básico do consumidor "a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem. Além disso, a inserção de propagandas que interrompem a exibição dos filmes caracteriza vício de qualidade do serviço, nos termos do art. 20 do CDC, pois torna o serviço inadequado para os fins que razoavelmente dele se esperam, diminuindo seu valor (Brasil, 2025).

Nesse contexto, a dinâmica verificada no caso analisado aproxima-se da prática conhecida como *bait-and-switch* (isca e troca), identificada pela doutrina consumerista como estratégia na qual o fornecedor atrai o consumidor por meio de uma oferta aparentemente vantajosa, como o preço promocional do plano sem anúncios, para, posteriormente, modificar substancialmente as condições do serviço, introduzindo limitações não previstas e exigindo pagamento adicional para manter o padrão originalmente contratado (Nunes, 2024).

Miragem (2020) explica que essa modalidade de conduta constitui prática comercial desleal, pois rompe a legítima expectativa criada no momento da contratação e viola a boa-fé objetiva ao alterar o equilíbrio econômico da relação em benefício exclusivo do fornecedor. No mesmo sentido, Benjamin (2019) observa que práticas como o *bait-and-switch* afrontam a função social do contrato e a proteção da confiança, uma vez que a vantagem inicial oferecida gera uma expectativa juridicamente tutelada que não pode ser frustrada por alterações unilaterais que desnaturam o pacto e comprometam o sinalagma original.

Diante desse arcabouço normativo e doutrinário, evidencia-se que a conduta da empresa configura prática abusiva, impondo ao consumidor uma desvantagem não informada e incompatível com os deveres de transparência e boa-fé, o que justifica o reconhecimento da nulidade das cláusulas que viabilizaram a alteração unilateral do serviço (Brasil, 2025).

Essa decisão consolida o entendimento de que a mudança de condições contratuais, mesmo em serviços digitais, deve obedecer aos mesmos limites de transparência e proporcionalidade que regem as relações tradicionais de consumo (Doneda, 2021).

A jurisprudência brasileira, ainda incipiente, começa a consolidar o entendimento de que o ambiente digital não afasta a incidência do CDC. Essa interpretação tem sido reforçada pela doutrina contemporânea, que reconhece a assimetria técnica e informacional como forma de vulnerabilidade agravada. Miragem (2020) sustenta que a opacidade dos algoritmos e dos contratos digitais constitui nova forma de violação à confiança legítima do consumidor, devendo ser combatida por meio de uma hermenêutica protetiva.

A política de limitação de contas por endereço, adotada por empresas como Netflix e Disney+, é um exemplo paradigmático dessa assimetria. A restrição, ao utilizar dados de geolocalização e dispositivos conectados para determinar o “domicílio digital” do usuário, impõe uma vigilância constante e transforma o ato de consumo em uma forma de controle (Carneiro, 2020).

Sob a ótica da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, essa prática só seria legítima se estivesse amparada em bases legais claras, em especial o consentimento informado e a finalidade legítima. Contudo, na maior parte das vezes, o usuário sequer é informado sobre o monitoramento de localização, sendo surpreendido pela cobrança adicional ou bloqueio automático (Carneiro, 2020).

Esse rastreamento de IPs, endereços e dispositivos configura uma forma de perfilização digital, em que o consumidor passa a ser segmentado e tarifado conforme padrões de comportamento e localização. Embora muitas plataformas justifiquem tais medidas como forma de combater fraudes, o uso desses dados extrapola essa finalidade, resultando em discriminação indireta. O princípio da finalidade, previsto no artigo 6º da LGPD, é violado quando o tratamento de dados excede o propósito originalmente declarado.

Do ponto de vista internacional, o tema tem gerado debate em torno da autodeterminação informacional, conceito consagrado pelo Tribunal Constitucional Alemão e incorporado ao Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia (GDPR). Na Europa, o Regulamento de Portabilidade de Conteúdos Online (Regulation 2017/1128) garante ao consumidor o direito de acessar conteúdos digitais em qualquer Estado-membro, reforçando que a restrição geográfica de acesso deve ser a exceção, e não a regra. Essa abordagem reforça que o controle de uso por localização fere o princípio da livre fruição do serviço contratado (Yeung, 2024).

Em ambas as situações, evidencia-se prática abusiva que se aproveita da vulnerabilidade do consumidor, afrontando diretamente os deveres anexos da boa-fé objetiva e comprometendo o equilíbrio da relação contratual. A experiência norte-americana, por outro lado, caminha em direção oposta. Lá, o debate sobre o compartilhamento de senhas tem sido pautado pela criminalização potencial de quem compartilha contas de Streaming, com base em leis de acesso não autorizado a sistemas (Computer Fraud and Abuse Act). Essa perspectiva, entretanto, é criticada por estudiosos

como Kweskin e Goel (2023), que argumentam que tais práticas não configuram invasão, mas simples uso coletivo de um serviço licitamente pago.

A repercussão pública dessas medidas tem sido considerada negativa, do ponto de vista de Carneiro (2020). Um estudo da American Customer Satisfaction Index (ACSI) mostra que a satisfação dos consumidores americanos com serviços de Streaming atingiu seu ponto mais baixo em 2024, em razão da proliferação de anúncios e da limitação de acessos simultâneos.

Com a tecnologia, os serviços de streaming acabaram se tornaram muito mais pessoais, segundo Ascensão (2023), a internet inaugurou uma nova experiência de consumo, marcada por um fluxo contínuo e massivo de informações. Nesse ambiente, os dados não servem apenas para expor conteúdos ao usuário, mas permitem que as empresas segmentem, analisem perfis e personalizem sugestões, reduzindo o tempo gasto pelo consumidor na busca de produtos em meio a um vasto universo de opções.

Dessa forma, as práticas atuais das plataformas de Streaming podem configurar um novo tipo de abuso de poder econômico no ambiente digital, onde o contrato de adesão serve como instrumento de renúncia silenciosa de direitos. Cabe ao Direito do Consumidor restabelecer os limites dessa relação, reafirmando que a inovação tecnológica não pode ser escudo para práticas contratuais lesivas ou invasivas (Gallo, 2020).

4 PERSPECTIVAS REGULATÓRIAS NO CONSUMO DIGITAL

A transformação das relações de consumo no ambiente digital não é apenas um fenômeno econômico, mas sobretudo jurídico e institucional. A ausência de regulação específica para plataformas de Streaming tem levado o Poder Judiciário e os órgãos de defesa do consumidor a exercerem um papel progressivamente ativo na contenção de abusos contratuais e na preservação do equilíbrio entre inovação e proteção do usuário (Gallo, 2020).

O caso recente, apresentado anteriormente, julgado pela 3ª Turma Recursal dos Juizados Especiais da Bahia, envolvendo a Amazon Prime Video, representa um marco nesse processo. Essa decisão, embora isolada no cenário nacional, revela o início de uma jurisprudência sensível às novas modalidades de onerosidade excessiva e de manipulação digital do consumidor.

Casos análogos já foram apreciados por órgãos judiciais, como a juíza Simone Gomes Rodrigues Casoretti, da 9ª Vara da Fazenda Pública de São Paulo, que manteve a multa de R\$12,5 milhões aplicada à Netflix pelo Procon-SP, em 2023, por introduzir, sem transparência adequada, regras de cobrança adicional pelo compartilhamento de senhas entre usuários de diferentes endereços. Em ambos os episódios, o cerne da controvérsia reside no mesmo ponto: a imposição de condições

contratuais que alteram substancialmente o objeto do serviço, em desacordo com o art. 51 do CDC (Souza, 2023).

Para Souza (2023), as repercussões sociais dessas práticas foram amplamente documentadas pela imprensa e pelas redes sociais. A insatisfação dos consumidores não se limita ao desconforto econômico, mas reflete um sentimento de perda de autonomia frente a plataformas que, em tese, deveriam ampliar o acesso à cultura e à informação. A lógica de monetização progressiva, em que o usuário paga para escapar de anúncios, limitações ou monitoramentos, desvirtua o propósito original dos serviços de streaming e consolida um modelo regressivo de consumo, em que a liberdade é gradativamente condicionada ao poder aquisitivo.

No plano jurídico, o desafio é conciliar a liberdade empresarial com a tutela da vulnerabilidade digital. O princípio da transparência, alicerçado no art. 6º, III, do CDC, exige que o consumidor seja informado de forma clara e ostensiva sobre as condições do contrato, inclusive sobre alterações posteriores. Contudo, nas plataformas digitais, as comunicações são frequentemente relegadas a notificações automatizadas, termos de uso extensos e linguagem técnica inacessível. Essa forma de comunicação não satisfaz os critérios de informação adequada e pode caracterizar omissão dolosa, uma vez que impede a compreensão plena do alcance das mudanças (Ascensão, 2023)

A questão da privacidade e da perfilização digital também emerge como elemento central. O monitoramento de dados de uso, localização e dispositivos, práticas recorrentes nas políticas de “uso por endereço”, configura tratamento de dados pessoais, sujeito à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei n.º 13.709/2018). A ausência de consentimento específico e informado, somada ao caráter invasivo dessas técnicas, pode representar violação dos princípios da finalidade, necessidade e transparência, previstos no art. 6º da LGPD (Souza, 2023).

Sob o prisma internacional, observa-se que a União Europeia tem avançado em diretrizes que limitam práticas semelhantes. O Regulamento de Portabilidade de Conteúdos Online (Regulation 2017/1128) assegura aos consumidores o direito de acessar seus serviços de Streaming em qualquer Estado-membro, independentemente de restrições geográficas, e o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) impõe limites rigorosos à coleta de dados comportamentais. Essas iniciativas reforçam o entendimento de que o controle de uso e a personalização invasiva ferem a autodeterminação informacional do consumidor.

Nos Estados Unidos, embora prevaleça uma tradição de menor intervenção estatal, o debate público sobre a legitimidade de restrições contratuais unilaterais vem ganhando destaque, especialmente após a criminalização potencial do compartilhamento de senhas sob a Computer Fraud and Abuse Act (CFAA). Doutrinadores como Goel e Singh (2023) sustentam que tais medidas

extrapolam o limite da razoabilidade e configuram desproporção entre o suposto dano econômico e a repressão imposta ao usuário.

Essas experiências comparadas demonstram que a lacuna regulatória não é apenas brasileira, mas global. O desafio contemporâneo é construir um marco normativo capaz de equilibrar a inovação tecnológica e a proteção de direitos fundamentais. No Brasil, isso passa pelo fortalecimento das competências da Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON) e dos Procons estaduais, além da necessidade de integração entre o CDC e a LGPD. A criação de parâmetros normativos para transparência algorítmica, limitação de publicidade direcionada e proibição de alterações unilaterais de contrato sem consentimento prévio pode constituir um avanço significativo (Doneda, 2020).

A jurisprudência que se forma e as discussões legislativas que despontam indicam que o Direito do Consumidor deve ocupar papel central na regulação do ambiente digital, com a constante melhoria na LGPD. A proteção do usuário, nesse contexto, não se resume à garantia de acesso, mas à preservação de sua autonomia e dignidade. As práticas das plataformas de Streaming evidenciam a necessidade de reinterpretar o princípio da boa-fé objetiva à luz da era algorítmica, resgatando o equilíbrio contratual como instrumento de justiça e de limitação do poder econômico digital.

5 CONCLUSÃO

As transformações promovidas pelas plataformas de Streaming no modo de consumir cultura e entretenimento não se limitam a alterações contratuais, mas configuram um processo mais profundo de mudança institucional no Direito do Consumidor. A economia digital instituiu um novo regime de governança privada, em que empresas globais assumem papel normativo, criando e impondo regras com força quase jurídica por meio de termos de uso e políticas internas.

O contrato digital passou a exercer função regulatória, substituindo em parte a atuação tradicional do Estado e transferindo a formação das normas de conduta para o âmbito das corporações tecnológicas. Essa inversão de papéis redefine o campo institucional do consumo.

No ambiente digital, as plataformas se tornaram criadoras dessas regras, operando como instituições privadas globais, capazes de determinar o acesso, o preço, a publicidade e até as condições de privacidade dos usuários. Ao mesmo tempo, o Estado, enquanto instituição formal, reage tardiamente, por meio de decisões judiciais e sanções administrativas, tentando restabelecer o equilíbrio e a previsibilidade que outrora eram monopólio do direito público.

O caso da Amazon Prime Video, condenada no Brasil por inserir anúncios em serviço contratado como “sem publicidade”, ilustra a fase inicial dessa reação institucional. Decisões como essa, somadas à multa aplicada à Netflix pelo Procon-SP, representam esforços de contenção do poder

econômico e de reafirmação da função protetiva do CDC. Revelam, portanto, um movimento de adaptação institucional, no qual o sistema jurídico busca atualizar suas ferramentas tradicionais diante das novas formas de abuso digital.

Sob esse prisma, o Direito do Consumidor passa a desempenhar papel estratégico na reconstrução institucional do mercado digital. O que está em jogo não é apenas a legalidade de cláusulas contratuais, mas a disputa pelo poder de definir normas e valores que estruturam as relações econômicas. A proteção do consumidor, prevista no art. 5º, XXXII, da Constituição Federal, assume feição dinâmica, tornando-se instrumento de defesa da autonomia informacional e do equilíbrio econômico frente à lógica algorítmica das plataformas.

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018) complementa essa função, ao estabelecer mecanismos de *accountability* e transparência que limitam o poder informacional das empresas. O princípio da responsabilidade demonstrada exige que os controladores de dados sejam capazes de comprovar conformidade com os princípios de finalidade, necessidade e proporcionalidade. Aplicado ao contexto das plataformas de Streaming, esse princípio redefine a estrutura de governança, deslocando o foco da regulação *ex post* (repressiva) para a regulação *ex ante* (preventiva), baseada em conformidade e ética digital.

Ao articular CDC e LGPD sob a perspectiva institucional, percebe-se que o desafio do século XXI é de natureza estrutural. Como observa Miragem (2020), a vulnerabilidade do consumidor digital não decorre apenas da desigualdade econômica, mas também da assimetria informacional e da opacidade algorítmica. Já Gonzaga (2022) destaca que o Direito contemporâneo precisa reconhecer a centralidade das mudanças institucionais que emergem da interação entre tecnologia e economia, sob pena de perder sua capacidade de mediação social.

Dessa forma, a proteção do consumidor em ambientes digitais deve ser entendida como parte de um processo de reconstrução institucional do próprio Direito, exigindo uma nova postura regulatória que una eficiência econômica e justiça social. O paradigma de governança algorítmica demanda respostas jurídicas flexíveis, interdisciplinares e fundamentadas em princípios constitucionais de solidariedade, dignidade e proporcionalidade.

As práticas adotadas pelas plataformas de Streaming, quais sejam: limitação por endereço, inserção de anúncios, monitoramento de dados e discriminação de acesso, revelam a necessidade urgente de políticas públicas e normativas capazes de restabelecer o equilíbrio institucional perdido.

O Direito do Consumidor, enquanto ramo vocacionado à tutela da parte vulnerável, deve reafirmar-se como instrumento de resistência democrática diante da concentração de poder econômico e informacional nas mãos de poucos atores globais. O futuro da regulação digital depende, portanto,

da capacidade das instituições jurídicas de compreenderem e se adaptarem às transformações em curso, sem renunciar aos valores fundantes da proteção do ser humano como destinatário final da ordem econômica.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Ana Carolina de. **A vedação ao compartilhamento de senhas pela plataforma de streaming Netflix: uma análise sob a ótica da boa-fé objetiva no ordenamento jurídico brasileiro.** Universidade Federal de Lavras, Lavras, MG, 2023.
- ASCENÇÃO, Stella Soares. Percepção do consumidor no mercado de streaming no Brasil. **Studies & Publicações**, 2023.
- BENJAMIN, Antônio Herman V. Das Práticas Comerciais. In: GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto.** 12ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 328
- BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990.
- BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.** Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 ago. 2018.
- BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado da Bahia. **Juizado Especial Cível da 1ª Vara do Sistema dos Juizados – Jequié.** Processo nº 0002485-49.2025.8.05.0141. Autor: Gabriel Sá Barreto Queiroz. Ré: Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda. Sentença proferida pelo Juiz Ricardo Guimarães Martins, Jequié, 03 jul. 2025.
- BELLER, Jonathan. **The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and the Society of the Spectacle.** Hanover: Dartmouth College Press, 2006.
- BRITO, Dante Ponte de. **Publicidade subliminar na internet: identificação e responsabilização nas relações de consumo.** 1a ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.
- CARNEIRO, Ramon Mariano. “Li e aceito”: violações a direitos fundamentais nos termos de uso das plataformas digitais. **Revista Internet & Sociedade**, 2020.
- CITTON, Yves. **The Ecology of Attention.** Cambridge: Polity Press, 2017.
- CONKLIN, Michael. To Infinity and Beyond all Reasonable Bounds of Arbitration Clauses: Disney’s Attempt to Compel Arbitration in a Restaurant Wrongful Death Claim from a Disney+ Arbitration Clause. **SSRN Electronic Journal**, 2024. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=4942884>. Acesso em: 30 out. 2025.
- COSTA, Sebastião Patrício Mendes; CARVALHO, Rebecka Coelho de Oliveira. A Generalização dos Preços de mercado ao encaminhamento individualizado de ofertas: Potencialização dos efeitos discriminatórios em geoblocking e geopricing. In: **Tecnologia & Discriminação.** Tomo II. Porto Alegre: Editora Fundação Fênix, 2023.
- D’ANDRÉA, C. **Para além dos dados coletados: políticas das APIs nas plataformas de mídias digitais.** Matrizes, [S. l.], v. 15, n. 1, p. 103-122, 2021.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais: elementos da formação da autoridade e do direito fundamental à proteção de dados pessoais no Brasil.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

FORBES Tech. Black Mirror: a tecnologia do episódio “Pessoas Comuns” pode existir? **Forbes Brasil**, 15 abr. 2025. Disponível em: https://forbes.com.br/forbes-tech/2025/04/black-mirror-a-tecnologia-do-episodio-pessoas-comuns-pode-existir/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 18 nov. 2025.

FUCHS, Christian. **Digital labour and Karl Marx: towards a political economy of labour in the digital age.** Bromley: Routledge, 2012.

GALLO, L., Almeida, J. F. de; CHAVANS, J. Crise na cultura da Gratuidade: o avanço do streaming sem inserção publicitária. **Revista Unaerp**, 2020. Disponível em: <https://revistas.unaerp.br/inrevista/article/view/1839>. Acesso em: 12 nov. 2025.

GOEL, Param; SINGH, Jivitesh. Password Sharing Laws with Respect to OTT Subscriptions. **SSRN Electronic Journal**, 2023. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4788266. Acesso em: 30 out. 2025.

GONZAGA, Álvaro de Azevedo; SILVESTRE, Gilberto Fachetti. Teoria geral e filosofia do direito: da antiguidade à contemporaneidade. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2022.

KIM, Nam Young; SEO, Ki Won; BISWAS, Masudul. Unlocking Advertising Potentials of Live-Streaming Platforms: Investigating the Impact of Telepresence and Flow on Advertising Avoidance on Twitch. **Athens Journal of Mass Media and Communications**, v. 11, n. 2, p. 73-92, Apr. 2025. Disponível em: <https://www.athensjournals.gr/media/2025-11-2-1-Kim.pdf>. Acesso em: 30 out. 2025.

KWESKIN, Joshua. Netflix and No Chill: The Criminal Ramifications of Password Sharing. **Business, Entrepreneurship & Tax Law Review**, v. 6, n. 1, p. 45-72, 2023.

MIGALHAS. Amazon deve indenizar consumidor por anúncios no Prime Video. Migalhas, São Paulo, 29 out. 2025. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/443366/amazon-deve-indenizar-consumidor-por-anuncios-no-prime-video>. Acesso em: 30 out. 2025.

MIRAGEM, Bruno. **Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor.** Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2020.

NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor.** 14ª ed. São Paulo: Saraiva, 2024, p. 673

SANTAELLA, Lucia. Novos desafios da comunicação. Lumina – Facom/UFJF, Juiz de Fora, v. 4, n. 1, p. 1-10, jan./jun. 2001. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/facom/files/2013/03/R5-Lucia.pdf>. Acesso em: 30 out. 2025.

SHAPIRO, Carl; VARIAN, Hal R. **Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy.** Boston: Harvard Business School Press, 1999.

UNIÃO EUROPEIA. **Regulation (EU) 2017/1128** of the European Parliament and of the Council of 14 June 2017 on cross-border portability of online content services in the internal market. Official Journal of the European Union, Brussels, 2017.

UNIÃO EUROPEIA. **Regulation (EU) 2016/679** (General Data Protection Regulation – GDPR). Official Journal of the European Union, Brussels, 2016.

YEUNG, Jessie Yeung; PASSANTINO, Jon. Disney Reverses Course on Bid to Block Wrongful Death Lawsuits by Widower who had Disney+, **CNN**, 2024. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2024/08/19/business/disney-arbitration-wrongful-death-lawsuit-intl-hnk>. Acesso em: 29 out. 2025.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução de George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. (Título original: The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power).