

RESUMO EXPANDIDO - EIXO 4 - DIREITOS HUMANOS, GOVERNANÇA E
POLÍTICAS PÚBLICAS

**PUBLICIDADE DIGITAL: RASTREADORES E PROTEÇÃO DE DADOS DO
USUÁRIO**

Henrique Perez Da Silva Carneiro (henrique.pcarneiro@gmail.com)

Glauco De Figueiredo Carneiro (glauco.carneiro@dcomp.ufs.br)

Discute-se como as relações de consumo evoluíram com o progresso das tecnologias digitais e a expansão da publicidade na web. A partir de dispositivos conectados e da internet, surge uma nova dimensão de mercado em que as empresas competem pela coleta constante de dados dos usuários para criar perfis detalhados, frequentemente compartilhados com terceiros sem controle efetivo dos titulares, a fim de direcionar publicidade. Dessa forma, analisa-se como técnicas invasivas, a exemplo do rastreamento realizado por terceiros (third-party tracking), são consideradas centrais para o mercado da personalização de anúncios, porém comprometem a segurança dos usuários à luz da legislação brasileira e da União Europeia.

Palavras-chave: direito; proteção de dados; rastreadores; lgpd; gdpr; direitos fundamentais; direito do consumidor.