

TECNOLOGIA, PRIVACIDADE E CONSUMO: UM ENCONTRO DE ÉTICA E INTERESSE

Ana Fábria da Silva¹

Francisca Vanessa Rodrigues Lima Isidio²

José Guilherme Brasil Mota³

Thauan Pereira Gomes⁴

Lígia Vieira da Silva Cavalcante⁵

INTRODUÇÃO: A tecnologia da informação vem se tornando cada vez mais presente no cotidiano da humanidade melhorando diversos aspectos sejam pessoais ou profissionais. No entanto, desafios éticos são encontrados no que diz respeito à segurança dos dados de usuários na Internet e como podem ser utilizados para tornar usuários em consumidores. O uso dessas informações para fins comerciais levanta questões sobre a linha tênue entre necessidade real e consumo exacerbado, evidenciando um dilema ético que permeia a sociedade digital contemporânea. **OBJETIVO:** Este trabalho tem como objetivo investigar a relação entre os dados fornecidos por consumidores e como essas informações são utilizadas para influenciar comportamentos de compra, muitas vezes de forma personalizada e direcionada. **METODOLOGIA:** O procedimento metodológico adotado foi uma pesquisa bibliográfica, com análise teórica baseada em fontes acadêmicas e estudos recentes sobre ética digital, privacidade, inteligência artificial e Internet das Coisas (IoT). Foram examinados textos que abordam a construção de perfis comportamentais a partir de dados coletados, bem como os riscos associados à vulnerabilidade dos sistemas tecnológicos utilizados para esse fim. **RESULTADOS E DISCUSSÕES:** Os resultados apontam que os consumidores, ao fornecerem dados em ambientes digitais, tornam-se alvos de campanhas publicitárias altamente segmentadas.

¹ Discente do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Faculdade Princesa do Oeste (FPO). E-mail: ana.fabria@alu.fpo.edu.br

² Discente do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Faculdade Princesa do Oeste (FPO). E-mail: francisca.vanessa@alu.fpo.edu.br

³ Discente do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Faculdade Princesa do Oeste (FPO). E-mail: jose.mota@alu.fpo.edu.br

⁴ Discente do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Faculdade Princesa do Oeste (FPO). E-mail: thauan.gomes@alu.fpo.edu.br

⁵ Orientadora. Mestre em Ensino. Professora da Faculdade Princesa do Oeste (FPO). E-mail: ligia.vieira@fpo.edu.br

Essa segmentação é possível graças ao uso de algoritmos que interpretam padrões de comportamento e direcionam conteúdos específicos, influenciando decisões de compra (Magrani, 2019). Além disso, dispositivos conectados à IoT, cada vez mais inteligentes e autônomos, ampliam o alcance da coleta de dados, exigindo maior responsabilidade dos desenvolvedores quanto à segurança e à ética na concepção desses dispositivos (Narciso et al., 2025). A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) estabelece diretrizes para o tratamento de dados pessoais, reforçando a importância da transparência e do consentimento dos usuários (Brasil, 2018). Diante disso, destaca-se a necessidade de refletir sobre os limites da atuação comercial frente à privacidade dos usuários. A personalização da publicidade, embora eficiente do ponto de vista mercadológico, pode comprometer a liberdade de escolha e fomentar práticas de consumo não sustentáveis. A imprevisibilidade dos sistemas inteligentes e a ausência de regulamentações claras agravam esse cenário, tornando urgente o debate sobre políticas públicas e padrões éticos que protejam os direitos digitais dos cidadãos. **CONSIDERAÇÕES FINAIS:** Em síntese, o estudo reforça a importância de uma abordagem multidisciplinar que envolva tecnologia, ética, educação e legislação. A promoção de um ambiente digital seguro e justo depende da conscientização dos usuários, da transparência das empresas e da atuação regulatória eficaz. Assim, é fundamental incorporar práticas educativas e políticas que garantam o uso responsável da informação, respeitando a privacidade e a autonomia dos indivíduos em meio à era da hiperconectividade.

Palavras-chave: Consumo; Dados; Ética; Segurança Digital.

Referências

BRASIL. **Lei nº 13709**. Lei Geral de Proteção dos dados de 14 de agosto de 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 21 de out. 2025.

MAGRANI, Eduardo. **Entre dados e robôs: ética e privacidade na era da hiperconectividade**. Arquipélago Editorial, 2019.

NARCISO, R.; SILVA, A. A. U.; BARROS, A. M. R. Ética e privacidade na educação digital: os desafios éticos e de privacidade no uso de tecnologias digitais. **Revista FOCO**. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/4123/2902>. Acesso em: 21 de out. 2025.