

GT-5 – Política e Economia da Informação

ISSN 2177-3688

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: O PODER DOS DADOS NA CHINA

DIGITAL TRANSFORMATION: THE POWER OF DATA IN CHINA

Priscila Ramos Carvalho - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT)

Jean Pierre Cabestan - Hong Kong Baptist University

Lu Yaohuai - Suzhou University of Science and Technology

Fábio Castro Gouveia - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) e
Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz)

Modalidade: Resumo Expandido

Resumo: Os dados são o novo petróleo e a China possui uma imensidão deles. O estudo apresenta um resultado preliminar de uma pesquisa em desenvolvimento. A partir da perspectiva da Ciência da Informação, foi conduzido um questionário de pesquisa através da plataforma SurveyMonkey com 20 indivíduos da China com intenção de captar a impressão destes sobre os dados no país. O resultado apontou a preocupação dos respondentes com a privacidade dos dados, ao mesmo tempo que compreendem a importância dos dados para o desenvolvimento de produtos e serviços inovadores e economia digital no país.

Palavras-chave: dados; China; ética em informação; privacidade dos dados.

Abstract: Data is the new oil and China has a lot of it. The study presents a preliminary result of a research in progress. From an Information Science perspective, a questionnaire was conducted through the SurveyMonkey platform with 20 individuals from China with the intention of capturing their impression of the data in the country. The result pointed to the respondents' concern with data privacy, while understanding the importance of data for the development of innovative products and services and the digital economy in the country.

Keywords: data; China; information ethics; data privacy.

1 INTRODUÇÃO

Os números na República Popular da China são expressivos globalmente. O país é o segundo em termos populacionais com mais de 1,4 bilhões de pessoas, recentemente ultrapassado pela Índia, e possui a quarta maior dimensão territorial com 9.562 milhões de km², conforme dados da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (ORGANIZAÇÃO..., 2023). A China é considerada a segunda economia mundial com 18.27 trilhões de dólares de Produto Interno Bruto (PIB), segundo Fundo Monetário Internacional (INTERNATIONAL..., 2022), e possui a terceira cidade mais populosa do globo, Xangai com 24.758,9 milhões de residentes (HONGHEIKU, 2022).

De acordo com o 50º relatório estatístico do *China Internet Network Information Center* (CNNIC), publicado em 30 de agosto de 2022, o país chegou ao total de 1,051 bilhão de pessoas conectadas, ou seja, a taxa de penetração da internet alcançou 74,4% da população chinesa (THE NUMBER..., 2022).

O relatório da CNNIC de 2022 apontou mudanças no hábito de uso da internet em relação a dezembro de 2021 como, por exemplo, o uso em média de 29,5 horas por semana online, sendo que cerca de 99,6% acessaram a internet através de aparelhos celulares. O número de usuários de vídeos curtos online alcançou 962 milhões, ou seja, cerca de 91,5% do total de usuários da internet. Já o número de mensagens instantâneas online atingiu 1,027 bilhão ou 97,7% do total de internautas enquanto o de acesso a notícias online chegou a 788 milhões, ou 75% do total de indivíduos na internet. As transmissões ao vivo na rede foram de 716 milhões ou 68,1% do total de usuários online.

A transformação digital e a expansão da internet aconteceram ao mesmo tempo em que houve a adesão cultural de chineses aos aplicativos de celular. Enquanto os Estados Unidos têm o Google, Amazon e Facebook (GAF) como grandes empresas de tecnologia, detentoras de aplicativos de celular, na China existem o Baidu, Alibaba e Tencent (BAT). A Baidu, lançada em 2000 e com sede em Pequim, possui o maior mecanismo de busca chinês e seus principais negócios abrangem o buscador (pesquisa), a computação em nuvem, o *big data* e a inteligência artificial (FU, 2019).

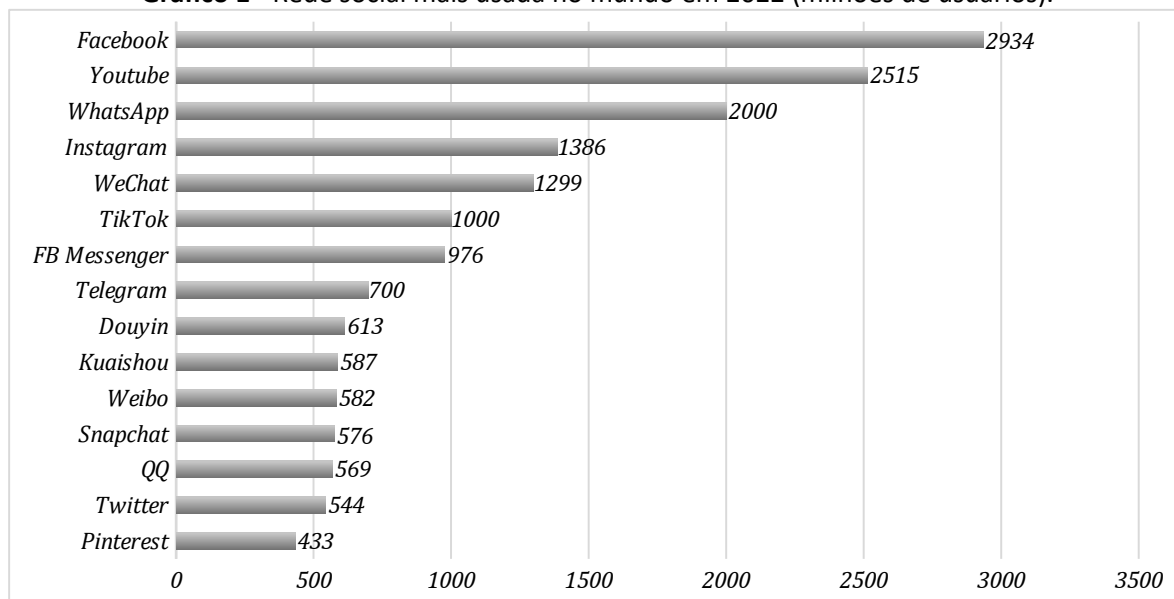
O Grupo Alibaba, criado em 1999 por 18 pessoas lideradas por Jack Ma, na cidade de Hangzhou, é líder em comércio eletrônico na China e possui as unidades de negócio: Alibaba, Taobao, Tmall, Alibaba Cloud, AliExpress, Ant Financial (Alipay) e CaiNiao, as quais cobrem comércio eletrônico B2B, B2C, leilão, viagens, jogos, softwares, infraestrutura tecnológica em nuvem, redes sociais, logística e serviços financeiros (CLARK, 2019).

A Tencent, fundada em 1998 na cidade de Shenzhen por Ma Huateng, Zhang Zhidong, Xu Chenye, Chen Yidan e Zeng Liqing, é proprietária do WeChat, o aplicativo de mensagens mais utilizado na China. A empresa se tornou um conglomerado multinacional com produtos que vão desde plataformas de entretenimento a redes sociais e meios de pagamentos.

Cabe complementar que alguns aplicativos chineses ganharam representatividade em termos de quantidade de usuários como WeChat para mensagens; TikTok para vídeos de

15 segundos; Douyin para vídeos curtos de música; e Weibo, um microblog com texto, fotos e vídeos, conforme demonstrado no Gráfico 1 a seguir.

Gráfico 1 - Rede social mais usada no mundo em 2022 (milhões de usuários).



Fonte: Relatório do KEMP (2022).

A pandemia de COVID-19 contribuiu para o aumento do uso de aplicativos de celular seja na compra de itens alimentícios em restaurantes no Weituan, um app como iFood, como também para itens em geral no Taobao, app de compras do Alibaba, mediante pagamento com aplicativos como Alipay ou WeChat, que exigem dos usuários o cadastramento de dados do Documento de Identificação (ID) e uma conta em bancos chineses.

Estes dois aplicativos de celular são utilizados como meio de pagamento para uma infinidade de coisas, desde o transporte público até impostos (THE CENTRAL..., 2022). As ferramentas digitais e a digitalização facilitam a expansão da economia digital na China, contudo paralelamente favorecem a implementação de um sistema de vigilância mesmo que fragmentado (CABESTAN, 2020) como também a composição de um “Estado Informacional” capaz de ter acesso aos dados de tudo e todos (BRAMAN, 2006).

A iniciativa Data Twenty foi lançada em dezembro de 2022 com a intenção de delinear os vinte pontos importantes para a construção de um sistema básico de dados que possibilite o desenvolvimento econômico do país. Nesse sentido, o governo chinês se rendeu a ideia de que os dados são o novo petróleo. Além disso, a China tem a vantagem de possuir uma imensidão de dados e *know-how* para gerar um ambiente para uso de dados de tal forma a proporcionar o avanço da economia digital no país (THE CENTRAL..., 2022).

A partir da perspectiva da Ciência da Informação, o estudo apresenta o resultado de um recorte da amostra de pesquisa em desenvolvimento, composta por 20 indivíduos da China, conduzida em fevereiro de 2023, através da plataforma digital SurveyMonkey, com objetivo de identificar uma impressão sobre a questão do uso dos dados no país.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Os dados são cada vez mais valiosos para empresas e administrações governamentais, conforme apontam a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (ORGANIZAÇÃO..., 2013) em conjunto com a Autoridade Europeia para a Proteção de Dados (EUROPEAN..., 2014) e o Conselho da Presidência de Ciência e Tecnologia dos Estados Unidos (PRESIDENT’S..., 2014), que reconhecem a importância de uma economia baseada em dados como também a existência de reveses no que tange a privacidade (FU, 2019).

Desde 2001, quando a China entrou na Organização Mundial do Comércio (OMC), o problema da privacidade de dados tem aumentado no país. Por um lado, cada vez mais empresas estrangeiras entraram na China para produzir e comercializar bens e serviços, contribuindo para o consumidor chinês se preocupar com a proteção e privacidade de seus dados; por outro lado, cada vez mais empresas chinesas expandem seus negócios para o exterior, exigindo a adoção de regras de privacidade internacionais. O Quadro 1 lista um breve registro de legislações que regem a privacidade e segurança de dados na China.

Quadro 1 - Leis que envolvem a proteção e a segurança dos dados na China.

Legislação	Breve explicação
Regulamento do Serviço de Informação na Internet (2000)	Art. 14 exige a manutenção de registros dos usuários, incluindo o tempo gasto online, conta, endereço IP, entre outros dados por 60 dias e o fornecimento das informações quando necessário para o governo
Medidas Administrativas para Proteção da Segurança da Informação (2007)	Cria uma escala com base nos potenciais riscos e danos do sistema de informação
Lei de Proteção de Informações de Pessoais nas Telecomunicações e Rede (2012)	Lei para a proteção de direitos e interesses dos usuários de telecomunicações e da Internet, em que se aplica à coleta e uso de informações no processo de prestação de serviços na China
Lei de Cibersegurança (2018)	Lei visa salvaguardar a segurança cibernética nacional, a soberania do ciberespaço e os interesses da nação
Lei de Comércio Eletrônico (2018)	Art. 69 expõe que o Estado mantém a segurança das transações de comércio eletrônico, protege as informações do usuário de comércio eletrônico, incentiva o desenvolvimento e a aplicação de dados de comércio eletrônico e garante o fluxo ordenado e livre de dados de comércio eletrônico consoante a lei.
Lei de Proteção de Informações Pessoais (2021)	Art.10 explica que qualquer organização ou indivíduo não deve coletar, usar, processar ou transmitir ilegalmente informações pessoais de

	terceiros, e não deve comprar, vender, fornecer ou divulgar informações pessoais de terceiros ilegalmente
Lei de Segurança de Dados (2021)	Art.1 dispõe que a Lei foi formulada para regular as atividades de processamento de dados, garantir a segurança dos dados, promover o desenvolvimento e utilização de dados, proteger os direitos e interesses legítimos de indivíduos e organizações e salvaguardar a soberania nacional, segurança e interesses de desenvolvimento

Fonte: tradução e adaptação de Kshetri (2014) e Jia (2020).

Enquanto a internet, big data e tecnologias de informação e comunicação avançam sua penetração no país e tornam as informações facilmente acessíveis, a legislação de proteção de informações pessoais segue em implementação demonstrando os esforços do governo em estabelecer um regime jurídico de proteção de dados, embora problemas de interpretação e aplicação da lei persistam na China (JIA, 2020).

O escopo da privacidade para o chinês contemporâneo foi expandido, o conceito de privacidade não está mais limitado ao senso comum de segredo vergonhoso, em chinês *yǐn sī* (隱 私), ao incluir todas as informações vergonhosas ou não dos indivíduos (YAO-HUAI, 2005).

Estas informações podem ser divididas em três categorias: 1) Informações pessoais abrangem todas as informações associadas ao indivíduo como nome social, endereço ou número de telefone; 2) Informação sensível é o conjunto de informações que permitem identificar de forma direta ou indireta uma determinada pessoa; 3) Informações de identificação pessoal referem-se a qualquer informação atribuída que pode ser usada para identificar, contatar ou localizar um indivíduo a quem essas informações pertencem como um CPF ou Documento de Identificação (LIU, 2013).

O que torna a informação especial é que ela é reproduzível. Em formato digital, a informação pode ser copiada um número infinito de vezes e distribuída a baixo custo. Nesse sentido, convém ponderar sobre a ética em informação e a questão da privacidade. Yu (2004) propõe quatro princípios éticos para proteger os direitos de privacidade: 1) respeito ao direito à privacidade nas redes deve incorporar o humanitarismo socialista; 2) consentimento informado no qual as pessoas devem ser informadas e aprovar ou não previamente a coleta de dados; 3) equilíbrio entre a segurança da privacidade pessoal e a segurança da sociedade onde as comunicações nas redes podem ser gravadas por um órgão competente para conferi-las a fim de garantir a segurança social; 4) retificação social em

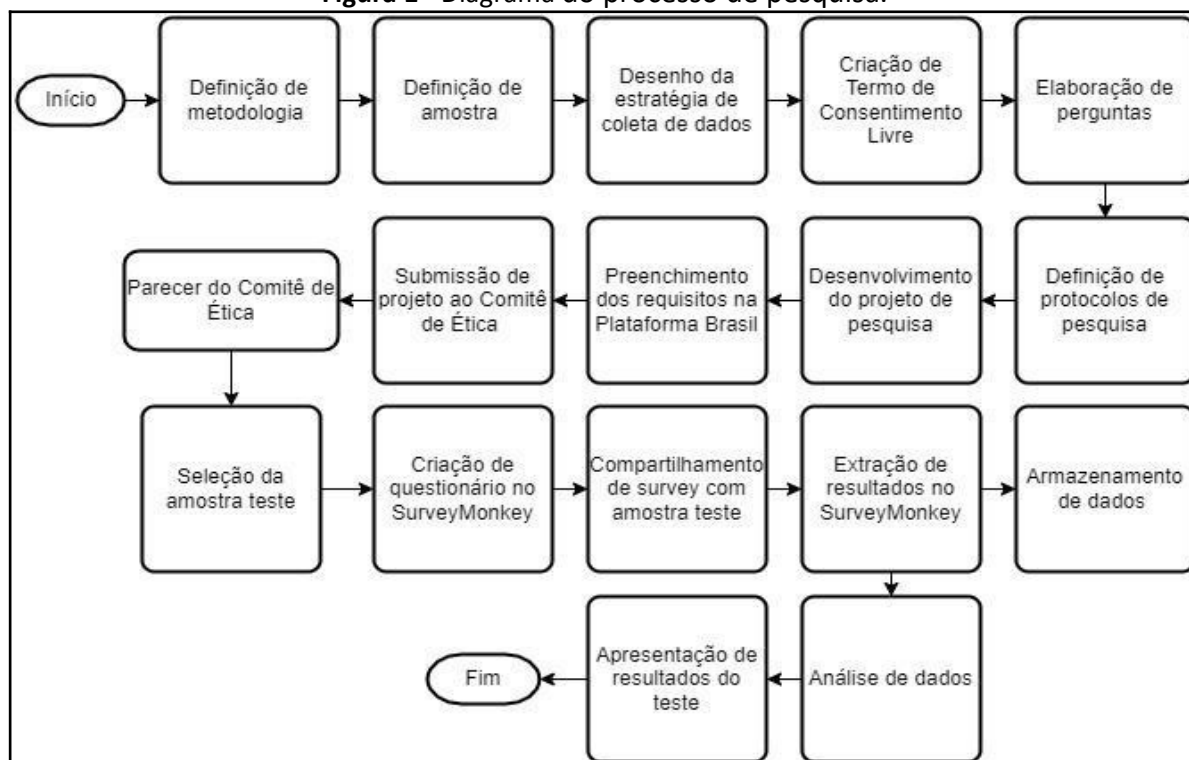
caso de violação do direito à privacidade com intuito de garantir a estabilidade da ordem social (YU, 2004).

Na sociedade contemporânea chinesa, a ética se adapta às exigências da diversidade social em busca da unificação dialética dos interesses coletivos e dos interesses individuais. No entanto, a ética aponta que à luz do princípio do coletivismo da ética vigente, interesses coletivos e interesses individuais são ambos importantes, mas comparativamente, os interesses coletivos são mais importantes do que os interesses individuais (YAO-HUAI, 2005).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A investigação em andamento busca extrair uma opinião coletiva sobre o uso e acesso aos dados pessoais na China. A partir de uma amostra iniciada com um grupo semente de conveniência, utilizou-se um convite via WeChat para compartilhar a pesquisa com outros colegas chineses, expandindo-se a coleta pelo método de amostragem bola de neve (GOODMAN, 1961). Na etapa desta pesquisa em desenvolvimento, visamos verificar os métodos empregados de coleta e a aceitação do formulário elaborado, assim como efetuar uma primeira análise das respostas obtidas. A Figura 1 exibe o processo de pesquisa.

Figura 1 - Diagrama do processo de pesquisa.



Fonte: criação nossa (2023).

A pesquisa descritiva é um procedimento adequado para investigar o que as pessoas fazem, fizeram ou pretendem fazer, o que creem, valorizam, almejam, evitam, pensam, desejam, entre outros (GIL, 2002).

O levantamento de dados foi realizado em fevereiro de 2023 via questionário em chinês (Mandarim) implementado na plataforma SurveyMonkey, o qual era composto por 10 questões, sendo a primeira parte formada por quatro perguntas visando delinear um perfil dos participantes (faixa etária, gênero, área de conhecimento e atuação profissional) e a segunda parte constituída por seis questões pretendendo captar a opinião dos participantes. Posteriormente, as respostas foram traduzidas para o inglês e português com intuito de facilitar a análise de dados e a apresentação dos resultados.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A primeira parte dos resultados mostra o perfil em geral da composição da amostra de 20 indivíduos, sendo 13 (65%) do sexo feminino e 7 (35%) do sexo masculino. No que diz respeito à faixa etária, 1 (5%) é da faixa até 19 anos, 17 (85%) pertencem à faixa entre os 20 a 24 anos e 2 (10%) fazem parte da faixa etária de 25 a 29 anos.

Quanto a área de conhecimento dos respondentes temos: 10 (50%) de Línguas Estrangeiras, 2 (10%) de Ciências Sociais, 2 (10%) de Engenharias, 1 (5%) de Finanças, 1 (5%) de Contabilidade, 1 (5%) de Ciência da Informação, 1 (5%) de Artes, além de 2 (10%) que não responderam. As respostas sobre atuação profissional (onde trabalha) apontaram mais para localização, não necessariamente a instituição, a saber: China (2 ou 10%), Pequim (1 ou 5%), Xangai (1 ou 5%), Hong Kong (1 ou 5%), Cantão (1 ou 5%), LuoYang (1 ou 5%), Tianjin (1 ou 5%), Angola (1 ou 5%), Universidade Lanzhou Jiaotong (1 ou 5%), além disso, houve respostas como estudante (5 ou 25%), sem trabalho (1 ou 5%) e sem resposta (4 ou 20%).

Portanto, a amostra possui um perfil jovem, sendo em sua maioria do gênero feminino e da área de Línguas Estrangeiras, sendo difícil afirmar se a maioria possui emprego, mesmo com a sinalização de $\frac{1}{4}$ sendo estudante (5) e $\frac{1}{4}$ sem trabalho (5) nas respostas. Cabe sinalizar que o chinês que informou Angola como localização informou ser tradutor e no grupo feminino foi identificada uma estudante de Engenharia Mecatrônica.

A segunda parte abarca perguntas sobre uso de aplicativos em celular, a percepção sobre o compartilhamento de dados junto aos apps e como o uso dos dados poderiam auxiliar a China. No quesito uso de aplicativos, o WeChat ficou em primeiro lugar com 18

respondentes (95%), em segundo lugar ficou Alipay com 15 (75%), em terceiro lugar Taobao com 8 (40%) e em quarto lugar Meituan com 4 (20%). Foram mencionados apenas uma vez (5%) os seguintes aplicativos chineses: Jingdong, Weibo, Bilibili e TikTok, mais os apps WhatsApp e Instagram.

No tópico sobre vantagens do compartilhamento de dados, os respondentes opinaram como mais relevante o acesso à informação com 15 respondentes (75%), em seguida a facilidade de utilização com 14 (70%), depois empatados com 4 (20%) a ampliação da disponibilidade de serviços e o controle de problemas como COVID-19, em último lugar com 2 (10%) foram citados descontos em serviços e segurança.

Na indagação sobre as desvantagens do compartilhamento de dados, os respondentes comentaram ser a maior inconveniência: risco da privacidade dos dados com 18 respondentes (90%), o risco de segurança da informação com 13 (65%); o monitoramento de atividades com 7 (35%); o controle da informação com 4 (20%); e a limitação do acesso a serviços com 2 (10%).

Duas perguntas foram trabalhadas na matriz de concordância e discordância a fim de observar o ponto de vista dos respondentes sobre privacidade dos dados, tendo 15 respondentes (75%) da amostra sinalizado a preocupação com a privacidade dos dados e 10 (50%) receio sobre o acesso aos seus dados através dos aplicativos de celular. Apesar disso, 7 respondentes (35%) da amostra concordaram em receber benefícios por compartilhar dados e 6 (30%) compreenderam como justo expor os dados de pessoas más pagadoras.

A respeito do gerenciamento dos dados, não ficou clara a opinião dos respondentes sobre quem deveria ser o responsável pela gestão dos dados, pois 2 respondentes (10%) da amostra concordaram que deveria ser o governo, empresas privadas e a própria pessoa que produziu os dados. Na pergunta que visava verificar o posicionamento, 5 respondentes (25%) da amostra discordaram sobre a responsabilidade da administração dos dados ser do governo e 4 (20%) divergiram sobre o responsável ser uma empresa ou os próprios indivíduos geradores dos dados.

Sobre o armazenamento dos dados, 4 dos respondentes (20%) concordaram que os dados deveriam ficar no país onde foram gerados e 1 (5%) não percebe problema sobre os dados serem mantidos em segurança no exterior, contudo 14 dos respondentes (70%) discordaram sobre a segurança do armazenamento de dados em outro país.

Quanto a opinião sobre “como os dados poderiam ajudar no desenvolvimento da China”, 13 dos respondentes (65%) disseram que os dados podem impulsionar a inovação de produtos e serviços; 11 (55%) indicaram que os dados corroboram com a transformação digital como também para a economia digital; 9 (45%) compreendem que pode estimular a criação de novos produtos com inteligência artificial; e 7 (35%) percebem que os dados podem melhorar a gestão governamental e a aplicação das leis. Ademais, apenas 5 (25%) apontaram que os dados podem contribuir com o empreendedorismo no país.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa demonstrou que a privacidade dos dados é uma grande preocupação, embora os chineses tenham se habituado com a facilidade de uso dos aplicativos de celular para o acesso à informação, o que reforça os apontamentos na revisão da literatura. Todavia, é interessante pontuar que um número menor, cerca de 6 dos respondentes (30%) da amostra demonstrou se importar ou se preocupar com o monitoramento dos dados e 4 (20%) com controle da informação, sendo possível elucubrar que o motivo deva ser a institucionalização na sociedade chinesa do controle do Estado.

Não foi possível definir claramente nas respostas uma opinião mais bem-definida sobre as questões de gestão e armazenamento dos dados, talvez devido ao perfil jovem e área de conhecimento dos respondentes. Sobre a importância dos dados para o desenvolvimento da China, o discurso dos respondentes apontou positivamente para o uso dos dados em favor da inovação de produtos e serviços, assim como os dados contribuem para a transformação digital e a economia digital no país.

Foi possível observar uma certa dificuldade no acesso ao SurveyMonkey, visto que as plataformas chinesas são integradas aos celulares e as pessoas acessam mais o celular do que o e-mail. Por isso, pretende-se incluir uma plataforma chinesa no desdobramento desta pesquisa. Em pesquisas na China se utiliza mais frequentemente plataformas integradas ao Wechat, o que facilita o acesso ao questionário e maior retorno em respostas.

Não foram percebidos problemas no entendimento do formulário apresentado e as respostas foram condizentes com o que foi perguntado, exceção feita a pergunta sobre atuação profissional que gerou respostas diversas.

Por fim, embora o resultado da amostra teste seja reduzido, foi possível perceber junto com a literatura que a questão dos dados na China é um tópico emergente e que as

discussões sobre ética em informação e privacidade dos dados cresce em paralelo com decorrer das diretrizes governamentais e implementação do sistema básico de dados no país.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) - Código de Financiamento 001 e Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Processo 430982/2018-6 e 315521/2020-1.

REFERÊNCIAS

BRAMAN, S. Information, policy, and power in the informational state. *In: Change of state: Information, policy, and power*. Cambridge, MA: MIT Press, p. 313-328, 2006.

CABESTAN, J. P. The State and Digital Society in China: Big Brother Xi is Watching You! Issues & Studies: *A Social Science Quarterly on China, Taiwan, and East Asian Affairs*. v. 56, n. 1 (March 2020). Disponível em:

<https://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S1013251120400032>. Acesso em: 6 jun. 2023.

CLARK, D. **Alibaba, a gigante do comércio eletrônico**: o império Construído por Jack Ma; Tradução Eduardo Rieche. 1 ed. Rio de Janeiro: Best Business, 2019.

EUROPEAN DATA PROTECTION SUPERVISOR. **Privacy and competitiveness in the age of big data**: The interplay between data protection, competition law and consumer protection in the Digital Economy, Bruxelas: EDPS, 2014. Disponível em: https://edps.europa.eu/sites/edp/files/publication/14-03-26_competition_law_big_data_en.pdf. Acesso em: 6 jun. 2023.

FU, T. China's personal information protection in a data-driven economy: A privacy policy study of Alibaba, Baidu and Tencent. *Global Media and Communication*, v. 15, n. 2, 195-213, 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOODMAN, L. Snowball Sampling. *The Annals of Mathematical Statistics*, Beachwood-Ohio, v. 32, n. 1. p. 148-170, 1961.

HONGHEIKU. Disponível em: <https://www.hongheiku.com/shijirenkou/1082.html#>. Acesso em: 19 maio 2023.

INTERNATIONAL MONETARY FUND. **Board Discussions on People's Republic of China**, 2022. Disponível em: <https://www.imf.org/en/Countries/CHN>. Acesso em: 19 maio 2023.

JIA, L. Unpacking China's Social Credit System: Informatization, Regulatory Framework, and Market Dynamics. **Communication & Culture**, v. 45, n. 1, p. 113-127, 2020.

KEMP, S. **Digital 2022**: october global statshot report, Singapore, 20 out. 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-october-global-statshot>. Acesso em: 23 maio 2023.

KSHETRI, N. China's Data Privacy Regulations: A Tricky Tradeoff between ICT's Productive utilization and cybercontrol, **IEEE Security & Privacy**, v. 12, n. 4, p. 38-45, 2014.

LIU, Y. Legal Protection for Personal Information Privacy. *In*: HUMAN ASPECTS OF INFORMATION SECURITY, PRIVACY AND TRUST, 1., 2013, Las Vegas, **Anais [...]**. Las Vegas: HAS, 2013. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-642-39345-7_28. Acesso em: 23 maio 2023.

ORGANIZAÇÃO PARA A ECONOMIA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO. **People's Republic of China**, 2023. Disponível em: <https://data.oecd.org/china-people-s-republic-of.htm>. Acesso em: 19 maio 2023.

ORGANIZAÇÃO PARA A ECONOMIA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO. **The OCDE privacy framework**, 2013. Disponível em: https://www.oecd.org/sti/ieconomy/oecd_privacy_framework.pdf. Acesso em: 6 jun. 2023.

PRESIDENT'S COUNCIL OF ADVISORS ON SCIENCE AND TECHNOLOGY. **Big Data and Privacy: A Technological Perspective**, 2014. Disponível em: <https://www.hsdl.org/c/abstract/?docid=755569>. Acesso em: 06 jun. 2023.

SURVEYMONKEY. 关于数据重要性的研究 (Research on the importance of data). Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/r/R6CHHBC>. Acesso em: 21 maio 2023.

THE CENTRAL Committee of the Communist Party of China and the State Council on Building a Basic Data System Suggestions for making better use of data elements. **Xinhua News Agency**, Beijing, 19 dez. 2022. Disponível em: http://www.gov.cn/gongbao/content/2023/content_5736707.htm. Acesso em: 19 maio 2023.

THE NUMBER of Internet users in my country reaches 1.051 billion. **Xinhua News Agency**, Beijing, 31 ago. 2022. Disponível em: http://www.gov.cn/xinwen/2022-08/31/content_5707605.htm. Acesso em: 19 maio 2023.

YAO-HUAI, L. Privacy and data privacy issues in contemporary China. *In*: Miller, K. and Taddeo, M. (eds.) **Ethics and Information Technology**. Routledge: London. v. 7, n. 1. p. 7-15, 2005.

YU, Y.-F. On the ethics of protection of right to privacy in networks. **Guangxi Social Sciences**, v. 7, p. 52-53, 2004.

