



**UEPB**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS III  
CENTRO DE HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE DIREITO  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

**TAMIRES RIBEIRO DE LIMA**

**OS DIREITOS DA PERSONALIDADE NAS RELAÇÕES PRIVADAS: UMA  
ANÁLISE DA PRIVACIDADE DIANTE DO USO DOS DADOS PESSOAIS DO  
USUÁRIO PELAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE**

**GUARABIRA  
2021**

TAMIRES RIBEIRO DE LIMA

**OS DIREITOS DA PERSONALIDADE NAS RELAÇÕES PRIVADAS: UMA  
ANÁLISE DA PRIVACIDADE DIANTE DO USO DOS DADOS PESSOAIS DO  
USUÁRIO PELAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado ao Departamento do Curso de Direito da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Direito.

**Área de concentração:** Direito Civil e Direito e Novas Tecnologias.

**Orientador:** Prof. Esp. Kleyton César Alves da Silva Viriato

**GUARABIRA  
2021**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

L345d Lima, Tamires Ribeiro de.

Os direitos da personalidade nas relações privadas [manuscrito] : Uma análise da privacidade diante do uso dos dados pessoais do usuário pelas plataformas de redes sociais online / Tamires Ribeiro de Lima. - 2021.

31 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Humanidades , 2021.

"Orientação : Prof. Esp. Kleyton César Alves da Silva Viriato , Coordenação do Curso de Direito - CH."

1. Relações privadas. 2. Personalidade. 3. Redes sociais.  
4. Privacidade. I. Título

21. ed. CDD 344.1

TAMIRES RIBEIRO DE LIMA

OS DIREITOS DA PERSONALIDADE NAS RELAÇÕES PRIVADAS: UMA ANÁLISE  
DA PRIVACIDADE DIANTE DO USO DOS DADOS PESSOAIS DO USUÁRIO  
PELAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)  
apresentado ao Departamento do Curso  
de Direito da Universidade Estadual da  
Paraíba, como requisito parcial à obtenção  
do título de Bacharela em Direito.

Área de concentração: Direito Civil e  
Direito e Novas Tecnologias.

Aprovada em: 1 de junho de 2021.

**BANCA EXAMINADORA**



---

Prof. Esp. Kleyton César Alves da Silva Viriato (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Prof. Me. Ítalo Barbosa Leôncio Pinheiro  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Profa. Dra. Hérika Juliana Linhares Maia  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CDC Código de Defesa do Consumidor.

LGPD Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	6
2	<b>A PERSONALIDADE NAS RELAÇÕES PRIVADAS.....</b>	7
3	<b>PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NO AMBIENTE VIRTUAL.....</b>	10
4	<b>O CONSUMIDOR-USUÁRIO E O USO DE SEUS DADOS PESSOAIS COMO ATIVO ECONÔMICO.....</b>	15
5	<b>A ASSIMETRIA ENTRE O USUÁRIO E AS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE .....</b>	18
6	<b>A REPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE.....</b>	22
7	<b>CONCLUSÃO .....</b>	24
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	26

## OS DIREITOS DA PERSONALIDADE NAS RELAÇÕES PRIVADAS: UMA ANÁLISE DA PRIVACIDADE DIANTE DO USO DOS DADOS PESSOAIS DO USUÁRIO PELAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE

Tamires Ribeiro de Lima<sup>1</sup>

### RESUMO

O presente artigo aborda como os direitos da personalidade merecem reafirmação por sua inserção e manifestação por meio das tecnologias da informação e comunicação, dessa forma as relações privadas mediadas pela Internet devem ser realizadas assegurando a proteção dos atributos existenciais da pessoa humana, suas características e elementos identificadores. O objetivo principal do trabalho é expor e analisar a influência da utilização e processamento das informações pessoais, como sua coleta e armazenamento e a respectiva relação com a privacidade dos dados pessoais dos usuários, considerando que estes necessitam de um espaço baseado na liberdade e autonomia, de forma a diminuir sua condição de vulnerabilidade. Para tanto, através de uma pesquisa bibliográfica e documental por meio do método dedutivo, buscará compreender aspectos que fundamentam a adequação entre o uso dos dados pessoais e sua necessária coexistência com a busca pela inovação e crescimento econômico. Após a pesquisa, conclui-se pela existência de assimetrias que dificultam a viabilidade da decisão livre do usuário quanto à disponibilização e controle sobre os próprios dados, sendo necessária assim a simultaneidade de instrumentos que visem sua preservação por parte das empresas, em sua autorregulação e sua adequação aos preceitos jurídicos de proteção aos atributos da personalidade.

**Palavras-chave:** Relações privadas. Personalidade. Redes sociais. Privacidade.

### ABSTRACT

This article discusses how personality rights deserve to be reaffirmed by their insertion and manifestation through information and communication technologies, so the private relations mediated by the Internet must be carried out ensuring the protection of the existential attributes of the human person, their characteristics and elements identifiers. The main objective of the work is to expose and analysis the influence of the use and processing of personal information, such as its collection and storage and the respective relationship with the privacy of users' personal data, considering that they need a space based on freedom and autonomy, in order to reduce their condition of vulnerability. Therefore, through a bibliographic and documentary research through the deductive method, it will seek to understand aspects that support the adequacy between the use of personal data and its necessary coexistence with the search for innovation and economic growth. After the research, it is concluded that there are asymmetries that hinder the viability of the user's free decision regarding the availability and control over the data itself, thus requiring the simultaneity of instruments aimed at their preservation on the part of companies, in their self-regulation and its adequacy to the legal precepts of protection to personality attributes.

**Keywords:** Private relations. Personality. Social networks. Privacy.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de direito da UEPB. E-mail: Tamireskw@gmail.com

## 1 INTRODUÇÃO

A internet adquiriu o status de mediadora de diversas relações privadas, fato esse que apresenta crescimento contínuo tendo em vista o aumento do número de usuários online. Ademais, passa-se a considerar ao longo do tempo a personalidade humana como merecedora de tutela e resguardo jurídico, de forma integral em todas as suas manifestações, razão pela qual torna-se imprescindível a garantia de instrumentos regulatórios que visem a proteção de direitos da personalidade no meio virtual.

Os dados pessoais passam a ser solicitados como forma de identificar a pessoa nesse ambiente, representam as características de determinada pessoa, e a individualizam em relação ao outro. Através deles é possível conhecer o perfil social, econômico, cultural em que os sujeitos estão inseridos, numa perspectiva ampla, ou ainda inferir suas preferências, interesses e comportamentos, dependendo de sua utilização.

Estes dados passam a ser de fundamental importância para o setor privado, pois as empresas, principalmente as redes sociais, sendo estas o foco deste estudo, passam a considerar o uso das informações pessoais em seus modelos de negócios, visando os benefícios e geração de valor que estas possibilitam em decorrência do acúmulo de conhecimento adquirido sobre quem utiliza seus serviços e produtos, visando principalmente a circulação e direcionamento de publicidade individual e relevante para cada um e incentivo ao consumo nesse espaço virtual.

Tendo em vista a assimetria presente nas relações entre o indivíduo e o ente privado que tratam esses dados pessoais, em que a exposição e acúmulo de informações sobre aquele geram situações de vulnerabilidade. Busca-se compreender como a utilização desses dados deve obedecer à proteção da privacidade e aos dados pessoais, direitos que buscam assegurar o livre desenvolvimento da personalidade humana, sendo esse um dos fundamentos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, lei 13. 709, de 14 de agosto de 2018.

A referente lei brasileira surge da necessidade de proteger os direitos dos titulares diante da expansão do uso da tecnologia mundialmente, de forma a garantir a segurança jurídica das relações constituídas mediante sua utilização. Colocando o país entre as soberanias que possuem uma regulação quanto ao fornecimento dos dados pessoais, exigindo transparência e boa-fé do terceiro que tenha acesso a esses dados.

Possibilitando a visualização de como o direito necessita se adequar ao avanço das tecnologias de informação e comunicação, e como o indivíduo assume uma característica de protagonismo ao decidir de forma informada e independente a quem deseja disponibilizar suas informações, busca-se nesta pesquisa a exposição de razões jurídicas que fundamentem sua decisão.

Desse modo os direitos da personalidade, considerando sua evolução histórica recente, merecem sua imprescindível reafirmação por sua inserção e manifestação por meio das tecnologias da informação e comunicação.

Tendo como objetivo compreender as consequências da utilização crescente dos dados pessoais no ambiente virtual para a proteção do direito da personalidade, com destaque para a privacidade e proteção dos dados pessoais do usuário das redes sociais, considerando a proteção desses direitos como atributos existenciais indispensáveis para promoção da dignidade.

Quanto a metodologia utilizada, o texto é fundamentado em uma pesquisa bibliográfica e documental, voltadas para as áreas de direito civil e direito digital, com

a utilização de fundamentos constitucionais, tendo em vista sua ampla aplicação em todo o ordenamento jurídico vigente. Analisando amplamente a produção acadêmica existente sobre a temática, doutrinas, artigos, dissertações, e as legislações nacionais pertinentes. O método adotado será o dedutivo, buscando compreender a utilização dos dados pessoais e a adequação das relações privadas a um arcabouço principiológico de proteção dessas informações, bem como avaliar como esta pode ser realizada de forma a garantir a preservação de direitos da personalidade do indivíduo e sua coexistência com a busca pela inovação e crescimento econômico.

Dito isso, primeiramente será abordada a garantia da personalidade no âmbito das relações privadas, em que a pessoa passa a nortear a formulação e aplicação de seus institutos; em seguida, será tratado especificamente da privacidade e proteção dos dados pessoais, como manifestações da personalidade no ambiente virtual; posteriormente, volta-se para como os dados pessoais são utilizados nas plataformas de redes sociais online, principalmente para o direcionamento de publicidade aos seus usuários, bem como a relação de consumo existente; por último, considerando a existência de danos decorrentes do mal uso dos dados pessoais dos usuários, como se dá a devida responsabilização civil.

## **2 A PERSONALIDADE NAS RELAÇÕES PRIVADAS**

Os institutos jurídicos relacionados à tutela da personalidade se apresentam de forma histórica e conceitual relacionada a consolidação da dignidade da pessoa humana, por meio da Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH), de 1948, e os tratados, acordos, e convenções decorrentes dela que a ratificam no plano internacional, como valor a ser defendido e resguardado em uma sociedade democrática.

Dessa forma, esta passa a ser considerada imprescindível após os contextos de guerras e fragilização, com autoritarismos e a arbitrariedades por parte dos governantes vivenciados entre o século XIX e XX, em que se dissemina nos mais variados Estados a busca pela promoção de direitos através de cartas constitucionais que passaram a adotar uma perspectiva de proteção integral da pessoa humana, e que por consequência, abrange a personalidade (FACHIN, 2013, Pág. 3).

Ademais, torna-se necessária a delimitação conceitual referente ao termo personalidade aqui utilizado, tendo em vista que essa pode assumir sentidos diversos. Sendo considerada nesse estudo como valor a ser juridicamente tutelado, tendo por objetivo a proteção dos elementos caracterizadores da pessoa baseados na proteção integral do indivíduo e sua correspondente dignidade, distinto da capacidade de ser sujeito de direito e titular de direitos e obrigações, conforme disposição da ordem jurídica em vigor (LIMA, 2005).

Com previsão infraconstitucional, o Código Civil de 2002 passa a tutelar os direitos da personalidade através de determinadas situações específicas merecedoras de resguardo, tendo dedicado um capítulo a estes, do art. 11 ao 21. Tartuce (2019, p. 229) ao conceituá-los considera que:

Os direitos da personalidade têm por objeto os modos de ser, físicos ou morais do indivíduo e o que se busca proteger com eles são, exatamente, os atributos específicos da personalidade, sendo personalidade a qualidade do ente considerado pessoa.

Segundo Costa e Oliveira (2019) os direitos da personalidade são em suas diferentes manifestações, como elementos corpóreos e incorpóreos que caracterizam e individualizam uma pessoa. Qualificados, desse modo, como direitos existenciais, merecedores de proteção contra eventual violação ou ameaça de violação. Entre as suas principais manifestações encontra-se por exemplo a defesa a honra, imagem, privacidade e a integridade física e psíquica.

Adriano de Cupis (2008, p. 24) ao tratar da essencialidade desses direitos, preconiza que:

Existem certos direitos sem os quais a personalidade restaria uma susceptibilidade completamente irrealizada, privada de todo o valor concreto: direitos sem os quais todos os outros direitos subjetivos perderiam todo o interesse para o indivíduo, o que equivale a dizer que, se eles não existissem, a pessoa não existiria como tal. São esses os chamados 'direitos essenciais', com os quais se identificam precisamente os direitos da personalidade. Que a denominação de direitos da personalidade seja reservada aos direitos essenciais justifica-se plenamente pela razão de que eles constituem a medula da personalidade.

No âmbito do direito privado, o resguardo a propriedade e a autonomia da vontade contra abusos e interferências alheias, principalmente por parte do poder público, perdurou durante anos. Sendo a liberdade o bem fundamental a ser assegurado aos particulares, baseada na emancipação do homem ao defender seu espaço de atuação ao tomar decisões conforme seus próprios interesses.

Todavia, através do constitucionalismo moderno, que passa a tutelar a pessoa em sua integralidade, torna-se impossível considerar o direito civil de forma isolada aos valores do ordenamento jurídico, e seus princípios, "o direito privado voltado principalmente para questões patrimonialistas e individualista altera o foco da tutela jurídica posicionando o ser humano como seu centro gravitacional." (BIONI, 2020, p. 49).

No Brasil, a proteção da pessoa humana está consagrada na Constituição de 1988, em que para Tepedino (2004) existe uma cláusula geral de tutela e promoção da pessoa humana, na qual a dignidade foi tomada como valor máximo pelo ordenamento jurídico, sendo considerada a base normativa que fundamenta os direitos da personalidade.

Segundo o Enunciado n. 274, aprovado na IV Jornada de Direito Civil (2006):

Os direitos da personalidade, regulados de maneira não-exaustiva pelo Código Civil, são expressões da cláusula geral de tutela da pessoa humana, contida no art. 1º, inc. III, da Constituição (princípio da dignidade da pessoa humana). Em caso de colisão entre eles, como nenhum pode sobrelevar os demais, deve-se aplicar a técnica da ponderação.

Desta forma, a constituição ao assumir como função ordenar os valores de todo o ordenamento e ao assegurar em seu texto garantias de direitos e resguardar a personalidade, possibilita que o valor da pessoa humana seja disseminado do alto de sua hierarquia. (DONEDA, 2020). Refletindo deste modo nas relações privadas e em suas concretizações, que são legítimas desde que obedeçam ao reconhecimento da proteção à pessoa como núcleo fundamental das normas constitucionais, e consequentemente de todo o ordenamento.

Ocorreu assim, a chamada personalização dos institutos que normatizam as relações privadas, tendo por fim assegurar um ambiente propício para a eficaz proteção da personalidade e suas diferentes manifestações, em um ambiente onde reinava o livre acordo e manifestação de vontade entre os indivíduos. Buscando a

adequação das relações entre particulares, e submetendo estas a critérios de validação para que não se realizem em detrimento dos direitos individuais que representam aspectos essenciais que qualificam a pessoa.

O direito civil, mais do que assegurar uma concepção patrimonialista, tem os valores da pessoa humana e seus direitos fundamentais como norteadores de sua aplicação, como defende PERLINGIERI (2008), com suas disposições interpretadas obedecendo aos valores e princípios do ordenamento de forma sistemática e harmônica. Segundo Francisco Amaral (2008) passa-se a considerar o indivíduo, sendo ele a causa e razão de ser das relações civilistas.

Ademais, os direitos da personalidade não foram previstos de forma exaustiva, pois não excluem outros direitos colocados a favor da pessoa humana (TARTUCE, 2019). Conforme entendimento de Diniz (2012) além de não se resumirem eles ao que foi arrolado normativamente, nem mesmo se poderá prever, no futuro, quais direitos da personalidade serão tipificados em norma.

Portanto, a previsão taxativa desses direitos se mostra inviável e em desacordo com os objetivos das normas constitucionais. Considerando a dignidade como seu fundamento e sua irrestrita proteção, esta passa a integrar através da tábua axiológica constitucional todo o ordenamento, como meio de efetivar a função promocional dos institutos jurídicos para permitir o desenvolvimento da personalidade. Conforme dispõe Moraes (2010) a tutela correspondente a personalidade deve ser, pois, unitária.

Através da utilização de cláusulas gerais e sua abertura é possível regular de maneira ampla um número maior de situações, novas e complexas que venham a surgir na vivência cotidiana, como por exemplo o uso intensivo das tecnologias de informação e comunicação proporcionados pelas redes sociais. Para Matietto (2017) essa é a forma de responder às situações subjetivas em que haja necessidade de tutelar a personalidade.

Justificando dessa maneira a necessária preocupação sobre a utilização dos dados pessoais e sua privacidade, pois, em razão dos diferentes avanços tecnológicos são observados novos desafios para a tutela da personalidade humana, logo, esta deve ser visualizada sob uma perspectiva em constante evolução, pretendendo garantir de forma efetiva a preservação da dignidade (FARIAS: ROSENVALD, 2014).

A importância atribuída a comunicação e informação entre os particulares, mediados e impulsionados pela internet devido a sua agilidade e comodidade, expandem as formas de se relacionar e conseqüentemente de construção da personalidade, surgindo a necessidade de atualização dos mecanismos que visem sua preservação.

A privacidade e intimidade, disciplinadas como imprescindíveis e merecedoras de tutela tendo por fim um espaço seguro de manifestação, passam a ter sua necessidade questionada diante dos mais variados usos e utilidades dos atributos que identificam determinada pessoa na internet, chegando a ser considerada inclusive como ultrapassada ou ainda como impossível de ser assegurada no meio virtual.

Muito embora, nas relações privadas, as partes estabelecem entre si direitos e deveres recíprocos a serem observados, por meio da autorregulação, e regras próprias, tendo como principal característica a prevalência da autonomia, todavia, busca-se evitar o desequilíbrio entre os envolvidos, com a instituição de limites pelo ordenamento jurídico. Como alguns exemplos desses limites podemos observar determinados princípios, como a boa-fé objetiva e a função social do contrato, bem

como a impossibilidade de renunciar aos direitos da personalidade sem restrições em detrimento das estipulações contratuais.

Desta forma, ao aceitar as políticas de privacidade e termos de uso postos à disposição do usuário como condição para utilizar as redes sociais online, sendo estas formas de autorregulação utilizadas pelos agentes econômicos privados que atuam utilizando os dados pessoais em seus serviços (HOFFMANN-RIEM, 2019) resta considerar que deve permanecer a devida obediência às normas protetivas dos direitos da personalidade que se tornam imprescindíveis no ambiente virtual, tendo em vista sua capacidade de representar as pessoas a que se referem, através de elementos que os caracterizam e os distinguem.

Assim, diante da impossibilidade de visualizar a existência da pessoa como indissociável de seu convívio no meio social, requer que as relações jurídicas particulares assumidas por ela sejam legítimas desde que a autonomia privada não seja utilizada como justificativa para violação da personalidade e renúncia da tutela correspondente para suas diferentes manifestações, entre elas a privacidade.

Desse modo, a norma jurídica positivada pelo ordenamento jurídico e codificada para reger as relações de natureza privada, deixa de ser vista exclusivamente do ponto de vista formal e isolado, para alcançar a sua eficácia na realidade em obediência aos princípios e direitos fundamentais previstos constitucionalmente e ser aplicada de forma efetiva nas situações cotidianas que surgem diariamente em uma sociedade pluralista e complexa, que possam ofender a pessoa e seu modo de ser.

O reconhecimento de que os elementos existenciais formadores da personalidade humana (MORAES, 2010) são merecedores de resguardo, devem ser reafirmados devido a necessidade de garantir o seu livre desenvolvimento. De forma a evitar as ameaças que se expandem numa sociedade complexa e conectada virtualmente, que tem por objetivo a transparência das vivências pessoais.

No presente problema de pesquisa é dado destaque para a proteção da privacidade do indivíduo, considerando esta como um dos aspectos da personalidade que possui um valor fundamental para o exercício da autonomia e construção de um espaço privado em que a liberdade legitime e oriente as relações que venham a ser formadas entre os particulares, neste caso, entre os usuários e as plataformas de redes sociais online.

As plataformas de redes sociais passam a mediar as formas de se relacionar do indivíduo, inserindo-o nesse meio, tendo em vista a necessidade de pertencimento e facilidade de comunicação que proporcionam, estas se tornam detentoras de uma grande quantidade de informações a respeito de quem as utiliza, devido a seu uso rotineiro e cada vez mais abrangente.

As informações pessoais ao assumirem a identidade das pessoas a que se referem, estão sendo utilizadas de forma a categorizar as pessoas e afetam a construção de uma esfera privada própria de forma autônoma. Razão pela qual o consentimento para sua utilização deve ser realizado de maneira a respeitar o detentor de sua titularidade, com a possibilidade de controle sobre os próprios dados pessoais, que se faz imprescindível, principalmente para os dados pessoais sensíveis que podem ser utilizados de maneira discriminatória para formulação de decisões injustas, abusivas ou indevidas.

### **3 A PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NO AMBIENTE VIRTUAL**

O conceito de privacidade é entendido de forma fluida e plural, não possuindo uma definição fixa e inalterável, e sendo atualizado de forma a acompanhar os anseios sociais a seu respeito. Tradicionalmente associada principalmente a noção de resguardo da vida privada e isolamento, o chamado direito de ser deixado só, em que a pessoa preserva sua intimidade e o que lhe diz respeito quanto a eventual intromissão indesejada por parte do Estado ou demais cidadãos.

Sua tutela é resguardada pela norma constitucional brasileira em seu art. 5º, X, que prevê a inviolabilidade da intimidade e vida privada, entre os direitos individuais, bem como pela legislação infraconstitucional de maneira mais específica, citando, por exemplo, o Código civil, Código do Consumidor, Marco Civil da Internet e recentemente pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Muito embora não seja previsto expressamente a terminologia “privacidade”, resta essa sendo a mais adequada, por unificar os valores expressos pelos termos intimidade e vida privada utilizados, conforme defende Doneda (2020)

A instituição de limites para vivência de forma a promover o livre desenvolvimento de sua identidade no contexto em que está inserido, é indispensável. Assim a internet, ambiente virtual e movido a dados identificadores de seus usuários, requer que a privacidade vá além das relações físicas, vivenciadas presencialmente sem a mediação da tecnologia entre indivíduos, incluindo, também, as redes de relações constituídas em âmbitos virtuais (MORAES, 2013).

Todavia, o conceito de privacidade aqui utilizado é uma evolução defendida por Stefano Rodotà, sendo o direito de “manter o controle sobre suas próprias informações e de determinar a maneira de construir sua própria esfera privada” (Rodotà, 2008, *apud* Magrani, 2020 p. 56). A chamada autodeterminação informativa, decorre, pois, da construção de novas necessidades, em que o livre desenvolvimento da personalidade se manifesta no direito privado através da liberdade e garantia do exercício da autodeterminação da pessoa, lhe concedendo o poder de decisão quanto a formação de sua individualidade, sem imposição e manipulação de outrem, bem como administrar do modo que desejar as informações sobre si em circulação a todo momento.

A privacidade passa a ser considerada a partir de uma perspectiva relacional, voltada para a concretização das diversas relações sociais que se ampliaram e se intensificaram ao longo do tempo. Deixa-se a ideia de isolamento de lado, tendo em vista a necessidade de se conectar com os demais, principalmente de forma virtual. Nesse caso, muito mais do que ser deixado só, a privacidade torna-se o direito ao controle sobre o que pode ser visto e conhecido sobre a pessoa, com base em seu anseio e interesse. É exercido um papel ativo dos usuários.

Através do relacionamento com o outro, a própria pessoa determina a exposição que deseja para si, inclusive no que diz respeito aos seus dados pessoais, se deseja disponibilizar e a quem, na medida em que a exclusão não é mais o referencial a ser buscado pelo sujeito, que está envolvido nas mais variadas formas de comunicação e interação com o mundo exterior, principalmente através das tecnologias de comunicação e plataformas de relacionamento.

Assim, a noção de privacidade fundada sobre conceitos liberais e individualistas, que tem o “eu” distante do social como forma de resguardo, passa a considerar a experiência social e sua influência na construção da tomada de decisão por parte do sujeito de direito. Restando, pois, necessário conciliar a garantia dos direitos individuais com as redes de relacionamentos assumidas por este. Já que permanecemos situados em contextos sociais e culturais, a privacidade não é uma condição fixa, nem poderia ser, porque a relação do indivíduo com o meio é dinâmica.

Dessa forma, a estrutura da privacidade é submetida a uma atualização, não mais tendo como foco principal a característica de “pessoa-informação-segreto”, mas sim “pessoa-informação-circulação-controle” (RODOTÀ, 1995, *apud* DONEDA, 2020, p. 41). A proteção da privacidade volta sua atenção para os dados pessoais, pretendendo a sua preservação, segurança, e tutela dos interesses da pessoa em sua disponibilização, concretizada na possibilidade de controlar a sua circulação e agir em sua defesa.

A LGPD, conceitua dados pessoais como aqueles que identificam ou podem identificar o indivíduo (BRASIL, 2018), possuindo vínculo com as pessoas a que se referem, assumindo a característica de projetar a personalidade no contexto em que estão inseridos. Além disso a referida norma diferenciou uma espécie de dados pessoais, chamada de dados pessoais sensíveis, que possuem maior potencial de ao serem utilizados gerarem discriminação ou lesarem a pessoa, como dados sobre raça, religiosos, orientações sexuais, dados genéticos, entre outros. Doneda (2020, p. 148), defende que:

A informação pessoal, em um certo sentido, pode ser desvinculada da pessoa, ela pode circular, submeter a um tratamento, ser comunicada, etc., contudo, até o ponto em que continua sendo uma informação “pessoal”, isto é, identificando a pessoa a qual se refere, a informação mantém um vínculo indissolúvel com a pessoa, e sua valoração específica deve partir basicamente dela ser uma representação direta da pessoa. Por força do regime privilegiado de vinculação entre a informação pessoal e a pessoa a qual ela se refere tal informação deve ser entendida, portanto, como uma extensão de sua personalidade.

A circulação da informação na rede mundial de computadores, Internet, passa a ser a regra, essa estrutura que teve sua formação e utilização inicialmente restrita a fins militares e acadêmicos, se expande de forma exponencial, passa a ser uma ferramenta útil e facilitadora de inúmeras relações. Sua arquitetura descentralizada em inúmeras redes conectadas é baseada em símbolos e códigos comuns para a comunicação, que pode ocorrer de forma instantânea e incalculável, independentemente de barreiras espaciais e geográficas.

Conforme dados disponibilizados pelo IBGE (2019), referente ao uso de internet no Brasil, o percentual de sua utilização já alcançava 82,7% dos domicílios brasileiros. Sendo o telefone móvel celular o equipamento mais usado para promover esse acesso, e a quantidade de pessoas com 10 anos ou mais que possuíam um aparelho para uso pessoal correspondia a 81%. Dados que demonstram a conexão progressiva pelas pessoas.

Além disso, fazendo referência ao ano de 2020, devido à crise de saúde pública provocada pela pandemia decorrente do vírus Covid-19, houve uma necessidade de utilizar ainda mais os meios de comunicação virtuais, sendo a internet a ferramenta essencial para a aproximação e inter-relação entre as pessoas, que ocorrem principalmente através de aplicativos de trocas de mensagens, e chamadas de voz ou vídeo, tendo as redes sociais como intermediário fundamental. Logo, essa hiperconectividade leva a uma maior quantidade de dados pessoais gerados.

A difusão da internet foi baseada em um ambiente livre, com amplo acesso independentemente de critérios para participação, muito embora haja desigualdades sociais que dificultam a questão do acesso igualitário entre as pessoas. O ingresso facilitado nesse meio de comunicação possibilita a relação diversificada e heterogênea, com indivíduos de lugares, culturas, pensamentos distintos, todavia há um conjunto de direitos e deveres compartilhados entre seus participantes, que

refletem nos elementos que os caracterizam nesse ambiente, como a criação de perfis, e ações que desempenhem.

Dessa forma, cada ordenamento jurídico cria os mecanismos para efetivação dos direitos da personalidade nesse meio virtual, recentemente foi editada a Lei Geral de Proteção de dados (LGPD), lei n 13.709/2018, no Brasil buscando implementar uma cultura de proteção dos dados pessoais, baseada na coexistência harmônica entre o desenvolvimento tecnológico e situações jurídicas de natureza extrapatrimoniais, nesse caso, a privacidade e identidade da pessoa, uma vez que convivemos em uma sociedade globalizada e interconectada, dependente de um fluxo de informações cada vez maior.

Assim, vivemos imersos hoje na chamada sociedade da informação, que tem a informação como principal fonte de riqueza e poder e como diferencial sua capacidade de coletar, armazenar e processar essas informações, e aplicar esse processamento para seu próprio aproveitamento. Visto que quanto mais informações, mais conhecimentos auferidos e direcionados para melhorias em áreas específicas, tendo por fim a obtenção de vantagens econômicas. Segundo Castells (2020, p. 74):

Na verdade, conhecimento e informação são elementos cruciais em todos os modos de desenvolvimento, visto que o processo produtivo sempre se baseia em algum grau de conhecimento e processamento da informação. Contudo, o que é específico ao modo informacional de desenvolvimento é a ação de conhecimentos sobre os próprios conhecimentos como principal fonte de produtividade.

Todavia, torna-se necessária a distinção entre dados e informações, os primeiros dizem respeito ao dado em estado original, como por exemplo, uma lista de dados sobre produtos mais comprados em determinada loja online, é um dado que pode ser transformado em informação, ante a possibilidade de sua aplicação para gerenciamento de marketing em harmonia com os desejos do público consumidor. Em suma, um dado são caracteres armazenados, de forma isolada ou em conjunto, anterior a uma utilização, processamento e interpretação, que são caminhos utilizados para converter esses dados em resultados compreensíveis, chamados de informações, como defendido por Bioni (2020).

O acúmulo e utilização dos dados passa a ser contínuo, os avanços tecnológicos observados nos últimos anos promovem a inserção de uma quantidade de informações crescente no ambiente virtual. Principalmente devido a virtualização do cotidiano através do uso da internet em diversos segmentos sociais, como na comunicação interativa das redes sociais, em que o usuário passa a exercer um papel ativo (NETO, 2020), colaborando para as atividades desenvolvidas através do compartilhamento de informações sobre si de forma constante.

Crescendo assim o armazenamento de dados pessoais a respeito dos usuários registrados no meio virtual, torna imprescindível sua tutela e correspondente regulamentação dos mais variados usos que podem possibilitar, já que as informações por estarem representadas em números podem ser manipuladas com grande facilidade por instrumentos digitais, como dispõe Lévy (2010, P. 55). Tornando-se meios eficazes e rentáveis para o acúmulo de conhecimento sobre inúmeras pessoas, os chamados bancos de dados (*Big Data*) com um volume de informações em estado permanente de atualização proporcionam a identificação de forma célere, agregando valor a esses dados de forma a obter informações que sejam úteis para quem deseja utilizá-los em seus negócios.

Tendo em vista que o dado em si não é primordial, mas o uso que se faz dele, o banco de dados é capaz de lidar com uma grande quantidade de dados, analisando, interpretando e organizando seus resultados, possuindo como características principais, volume, variedade e velocidade, os chamados três “Vs”, devido a sua característica de armazenamento de quantidades altíssimas de dados, em diferentes formatos, sejam textuais, áudio, imagem, etc. e com um rápido poder de processamento, superior aos meios tradicionais de contagem e organização de dados. Perelmuter (2019. p. 253), ao comentar sobre os bancos de dados destaca:

As técnicas de big data atuam utilizando todos os dados disponíveis (e não apenas um subconjunto dos mesmos), e são capazes de trabalhar com informações que, no jargão da ciência da computação, são conhecidas como “não-estruturadas”. Isso quer dizer que os dados utilizados não precisam ser do mesmo tipo, nem precisam estar organizados da mesma maneira.

Razão pela qual busca-se dados e mais dados incessantemente, por meio de uma vigilância insaciável. Quanto mais dados, mais informações e maior o benefício comercial e econômico, segundo Bioni (2020, p.11):

A informação deve ser, assim, convertida em conhecimento, a fim de torná-la produtiva e estratégica para a atividade empresarial. Por isso, é a matéria prima de uma economia redimensionada pelos avanços das Tecnologias da informação e comunicação, destacando-se os dados pessoais dos cidadãos que passam a ditar uma nova lógica de acumulação de capital para geração de riquezas.

Dessa forma, a informação, principalmente pessoal, assume fundamental importância ao proporcionar amplo conhecimento sobre determinados aspectos e comportamentos da pessoa, as empresas que decidem utilizar os dados e promover seu tratamento para geração de valor e benefícios econômicos buscam dados relevantes, conhecer os interesses de quem utiliza o ambiente virtual, para dessa forma direcionar conteúdo que o usuário deseja consumir e utilizar. O que causa a disseminação de variados bancos de dados, contendo registros diversos sobre a pessoa de forma a retratar sua personalidade, para Camurça (2020, p. 30):

A unidade do indivíduo se dispersa, encontrando em seu lugar diversas pessoas eletrônicas, em variados bancos de dados pelo mundo, incluídas nos mais variados perfis comportamentais. A identidade da pessoa, assim, fragmenta-se em locais indeterminados e inatingíveis, de acordo com os interesses que induzem as coletas/vazamentos de informações.

Tendo por objetivo extrair informações úteis, e dessa forma reconhecer e incentivar os gostos particulares e incentivar o consumo personalizado, a navegação na internet passa a ser baseada na recomendação, direcionar para a pessoa o conteúdo baseado em seus gostos anteriores e preferências recorrentes. Por consequência, a comunicação de massa, direcionada a uma grande quantidade de pessoas sem distinção, passou a ser baseada na segmentação, adequação ao público e individualização, segundo Castells (2020. p 422)

As redes sociais, em especial, merecem destaque, por serem ferramentas na maioria das vezes gratuitas, de fácil utilização e com uma grande quantidade de pessoas fazendo uso diariamente. Estas podem acessar principalmente informações pessoais sobre hábitos, comportamentos e atitudes dos seus usuários. O uso intensivo dessas plataformas online de relacionamentos sociais, contribui para o

acesso aos dados pessoais de forma fácil, célere e por um baixo custo, uma vez que seus participantes necessitam de identificação para integrar-se à plataforma e manifestam suas individualidades nesse meio.

#### **4 O CONSUMIDOR-USUÁRIO E O USO DE SEUS DADOS COMO ATIVO ECONÔMICO**

O consumo foi impulsionado através do meio virtual, buscando atingir um público amplo, além das mediações físicas e geográficas, e proporcionando comodidade e agilidade. Além de ser um espaço efetivo para a realização dessas relações jurídicas, adquire eficácia em seu fomento, com melhores formas de abordar e incentivar o consumo, as redes sociais são um exemplo de intermediárias utilizadas para promover produtos e serviços de terceiros, ao mesmo tempo que oferece serviços próprios.

As redes sociais online são plataformas criadas para permitir a interação e comunicação entre os seus membros, disseminadas de forma expansiva principalmente por sua atratividade visual de fácil acesso e as inúmeras pessoas que fazem parte de nossos ciclos de relacionamento se encontrarem presentes nesse meio. Inegável seus benefícios para a promoção da aproximação virtual entre as pessoas e demais serviços prestados, seja para entretenimento, negócios, educação, ou demais formas de relações, criando vínculos de conexão além dos contatos de forma presencial.

Entre essas redes estão o Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, WhatsApp etc. O grupo Facebook, inclusive, visando sua expansão no setor em que atua, adquiriu o WhatsApp e Instagram, alcançando um amplo domínio do mercado de redes sociais. Essa companhia se enquadra entre as chamadas *Big Techs*, juntamente com a Google, Amazon, Apple, entre outros, e são empresas privadas consideradas gigantes da internet de uso recorrente, e que possuem milhares de usuários cadastrados em suas bases de dados.

Doneda (2010) ao classificar as redes sociais utiliza o termo próprias, para se referir às redes baseadas na criação de perfis próprios do usuário e apresentando como maior estímulo a inter-relação entre as pessoas que dela fazem parte, tendo a interação entre seus participantes como sua atividade predominante. Enquanto as redes impróprias seriam aquelas que hospedam e oferecem algum serviço ou conteúdo, a quem utilize, com a interação social em segundo plano, como a Amazon e o Youtube, respectivamente. Contudo, destacando a semelhança presente entre elas, o referido autor considera que:

Em todas as modalidades de redes sociais online apresentadas, há uma constante em sua forma de atuação e, conseqüentemente, no seu modelo de negócios. Todas procuram alcançar uma base razoável de usuários para, com base nesta rede de pessoas e interesses interconectados, partir para a exploração comercial propriamente dita, visto que os eventuais lucros derivados das redes sociais online não provêm diretamente dos seus usuários, cuja participação não é onerosa. (DONEDA, 2010, p. 78).

Sendo assim, o valor atribuído a essas redes é manifestado por seu poder de acumulação e vantagens obtidas através do manejo dos dados pessoais de seus usuários na aplicação de suas atividades e serviços oferecidos ao usuário. Para Doneda (2010, p. 79) os clientes das referidas plataformas são aqueles que “efetivamente contratam a rede social em troca de um serviço mediante retribuição,

não são seus usuários, porém terceiros que, de alguma forma, apresentam interesse na base de dados e na rede de usuários”.

Todavia, embora os usuários não sejam os clientes, estão presentes as características da relação de consumo, entres eles e as respectivas plataformas, devendo ser observados seus fundamentos. Conforme se caracteriza como usuário final dos serviços oferecidos na referida plataforma de serviço online em obediência ao art. 2 do CDC, e esta seja a fornecedora, conforme art. 3 do mesmo diploma, prestando os serviços de hospedar conteúdo diversos para a interatividade entre as pessoas.

Tendo em vista, portanto, o valor econômico do capital das redes sociais e, assim, das informações que constituem as interações entre os perfis, já não há que mais que se falar em gratuidade das relações jurídicas entre os sites e seus membros, usuários e, portanto, consumidores do serviço oferecido. Em que pesem precedentes em contrário, a manutenção de páginas pessoais nas redes sociais virtuais, ainda que não cobrada diretamente, é remunerada por meio dos contratos de publicidade e, portanto, constitui negócio jurídico oneroso, enquadrando se no conceito de serviço do art 3º, §2º da Lei 8.078/199069. (MARTINS, 2014 *Apud* FERREIRA, 2017, p. 32)

Uma vez que o consumidor-usuário não despende de nenhum valor monetário para utilizar essas ferramentas, resta considerar que estas adquirem uma contraprestação através de anunciantes que utilizam seu espaço para estimular o consumo de seus serviços e produtos. Fazendo com que suas receitas cresçam, de forma proporcional ou até superior por meio de engajamentos e usos ativos, em que a presença da pessoa seria sua contraprestação. Segundo Bioni (2020, p. 23) o usuário pagaria de forma indireta, pela receita obtida pelo direcionamento de conteúdo publicitário decorrente do uso de seus dados pessoais.

Sendo dessa forma o chamado modelo de negócio “preço-zero”, baseado na atração dos sujeitos para o ambiente virtual em que a plataforma online atua, como por exemplo, os usuários das redes sociais e os referidos anunciantes, terceiros em relação ao vínculo inicial entre a plataforma e a pessoa, conforme dispõe Silveira e Santos (2019), quanto maior o número de agentes de cada lado, maior o reflexo externo e por consequência o valor atribuído a plataforma.

Pelo exposto, a presença da remuneração direta se tornaria indiferente para a caracterização da relação de consumo, uma vez que o serviço prestado pela plataforma online seria remunerado de forma indireta, se enquadrando desta forma no art. 3º, § 2º, do CDC.

Observa-se que estão presentes os requisitos que caracterizam o usuário dos serviços das redes sociais como consumidor, e esta relação deve seguir as disposições estabelecidas na respectiva norma de proteção dessa parte vulnerável e a respectiva garantia dos direitos deste.

Os dados pessoais nessas redes são utilizados principalmente para a chamada personalização, tendo por objetivo direcionar serviços ou produtos com base nos interesses do usuário, principalmente por meio da publicidade e dos anunciantes que desejem veicular suas ofertas nessas plataformas.

A publicidade, devido às alterações nas formas de se comunicar da sociedade, baseada principalmente nas tecnologias digitais, precisou se adequar para alcançar o público mais eficiente. De uma disseminação de mensagem publicitária de forma unidirecional e padronizada para uma grande quantidade de pessoas de maneira indistinta, tendo como o exemplo a televisão, volta-se para a internet tendo por objetivo a segmentação do consumo e do comportamento dos consumidores. (MOURA, 2013).

Ainda, essa modificação do mercado publicitário surge principalmente devido a alteração na forma de produzir produtos e serviços, que foi de uma produção ampla e padronizada ofertada de forma indistinta para um número indeterminado de pessoas, a uma produção flexível, especializada, baseada em diferentes produtos, conforme o interesse de diferentes consumidores, conseqüentemente ofertada buscando maiores chances de sucesso em seu oferecimento ao público, evitando assim investimentos desnecessários. Como afirma Mendes (2008, p. 79):

O modelo flexível compreende que as empresas devem investir na diferenciação dos produtos e serviços para adquirir vantagens competitivas e aumentar a lucratividade. Por consequência, tal concepção de produção exige uma alteração também da forma de realização do marketing. Afinal, o marketing de massa convinha para uma produção em massa. Já uma produção diferenciada e segmentada pressupõe igualmente um marketing diferenciado e segmentado.

Conseqüentemente surge a necessidade de a publicidade ser baseada no retorno obtido e em uma atuação direcionada, buscando consumidores de forma específica.

Sendo assim, o uso estratégico das informações pessoais visa influenciar condutas e atitudes de consumo, por meio da identificação da pessoa com o que é veiculado nessa rede de relações, sendo essa então a intermediária entre o potencial consumidor e a anunciante, que tem por fim vender e divulgar para o público presente nesse meio.

Para Eli Pariser (2012) existe um filtro invisível, baseado na personalização de nossa experiência virtual, oferecendo uma utilização sob medida que nos distancia da diversidade necessária para exercer a construção da identidade de forma livre. Além disso, a comodidade proporcionada por recomendações individuais, cada vez mais fiéis aos desejos de consumo momentâneo adquirem um poder de persuasão eficaz, e obtém mais êxito à medida que cresce o acesso aos dados sobre os comportamentos das pessoas na rede, o que é ofertado refletindo o que é buscado pelo indivíduo.

Uma vez que, além de haver uma relação de consumo entre redes sociais e a pessoa, essa passa a ser um espaço de fomento a novas relações de consumo entre seus usuários e os anunciantes que remuneram a plataforma para alcançar seus objetivos de vendas. Resta considerar o preço de personalizar a experiência e ficar restrito a um ambiente pensado exclusivamente para você, em que os algoritmos sabem o que te mostrar, o que leva a uma incitação ao consumismo, bem como maiores riscos decorrentes da vigilância constante em busca de uma representação virtual que seja fiel aos interesses e anseios dos consumidores e possa ser aplicada no gerenciamento da atividade empresarial.

Destarte, a diferença de posição entre as partes nessas relações privadas mediadas pela Internet aumenta o potencial risco de vulnerabilidade desses dados, busca-se posteriormente analisar a liberdade do cidadão diante das normativas impostas pelo provedor de conteúdo, que buscam essencialmente vantagens econômicas. Sendo vedadas condutas atentatórias aos direitos existenciais dos titulares.

## **5 ASSIMETRIA ENTRE O USUÁRIO E AS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE**

Pelo exposto, cada vez mais torna-se fundamental para a empresa conhecer com quem se relaciona, tendo por objetivo direcionar estratégias para evitar gastos excessivos e desnecessários na realização da competitividade e melhores vantagens econômicas. A utilização das informações pessoais, presentes na internet, pelos entes privados possibilita o chamado capitalismo de vigilância, termo utilizado por Shoshana Zuboff (2021), para se referir a utilização das informações como forma de adquirir riqueza e crescimento no mercado, segundo ela a experiência humana seria a matéria prima gratuita a ser traduzida em dados comportamentais.

Dessa forma, quanto maior o interesse pelos dados pessoais, mais incentivo haverá para aumentar sua retenção através de uma vigilância progressiva (FRAZÃO, 2019, p. 11). Esses dados seriam obtidos através dos mais variados formatos de interação. Ao navegar na internet, em diferentes plataformas com conteúdos diversos, os anúncios e propagandas observam os rastros deixados pela conexão, cria-se uma representação do usuário, associando os “cliques” e ações ao possível interesse nessa temática.

Através dos atos executados em cada ambiente há uma estratégia a ser utilizada para saber o máximo sobre os usuários, com destaque nesse caso para as redes sociais, em especial o grupo Facebook, tendo em vista seu domínio do mercado dessas plataformas, e a disponibilização de espaço para essa dinâmica na busca pela atenção do consumidor. Por meio de um fluxo contínuo de troca de informações, com a rede social mediando a relação entre fornecedor e consumidor, através de hábitos e preferências registrados, com retorno através de modos de ser tratado e abordado posteriormente, dados em troca de uma abordagem direcionada visando oferecer bens de seu interesse.

Ao inserir dados pessoais, reagindo a publicações diversas e também produzindo informações a respeito de si, nos mais variados formatos, os agentes que atuam nessas plataformas de mídias sociais adquirem um amplo conhecimento do comportamento e personalidade da pessoa. Todavia, trata-se de uma relação privada com disparidade de poderes entre os envolvidos, devido a sua capacidade de alcance, bem como de abordar de forma específica a pessoa, com base na descoberta de suas características.

O poder informacional nesse caso está voltado para quem detém a informação pessoal, mas principalmente para quem saiba utilizá-la. Segundo Castells (2013, p.41), o poder em uma relação permite a um ator social influenciar e induzir de forma assimétrica as decisões de outros atores sociais, buscando favorecimento de seus próprios interesses e valores. Ademais, esse poder passa a ser aprimorado mediante a utilização de mecanismos tecnológicos, que levam a visibilidade da pessoa, mas a um ocultamento do observador, que age voltado para uma inovação constante e obtenção de lucros e melhores resultados econômicos em seu negócio. (BAUMAN, 2014).

Além disso, a vulnerabilidade do consumidor é prevista na norma jurídica correspondente ao art. 4, I do CDC, sendo ele visto como a parte frágil na relação de consumo em que estiver, por sua posição de desigualdade diante do fornecedor de serviços. (NUNES, 2018). Segundo Cláudia Lima Marques (2002, p. 270), o desequilíbrio entre as partes justifica o tratamento desigual, tendo por objetivo proteger o consumidor e alcançar uma situação mais propícia a um compartilhamento de poderes na relação consumerista, visando uma proximidade à igualdade.

Utilizando uma classificação da referida autora quanto a vulnerabilidade sob diferentes perspectivas: técnica, jurídica ou científica, fática e informacional e contextualizando sua posição diante das redes sociais online, é possível observar a

vulnerabilidade técnica, uma vez que os instrumentos utilizados pelas empresas no tratamento de dados são recursos de informática e tecnológicos incompreensíveis ou complexos ao conhecimento do homem médio; jurídica, sendo fundamental que o consumidor tenha condições de exigir os direitos que o assegure em sua fragilidade; fática, devido ao predomínio da empresa através de seu poder em gerir seus serviços, executando o que tenha mais vantagem aos seus interesses patrimoniais.

Quanto à vulnerabilidade informacional, é necessário conceder aos consumidores todo o esclarecimento necessário tendo por fim diminuir o desequilíbrio que lhe é atribuído, e obter conhecimento de todos os elementos essenciais do produto ou serviço a ser desfrutado, nesse caso, as informações de utilização das plataformas online, bem como todos os usos que serão propiciados por seus dados pessoais e suas consequências para a privacidade individual.

Pelo exposto, a vulnerabilidade é uma proteção ao consumidor, visto que ele não pode ficar exposto de forma ilimitada aos interesses do mercado e seus agentes. Razão pela qual norteará a aplicação das demais normas jurídicas que atuem em seu resguardo. (MIRAGEM, 2020)

O modelo de negócio dessas redes é baseado no tratamento dos dados pessoais dos próprios usuários e seu aprimoramento contínuo, com a implementação de técnicas eficientes de processamento de informações, possibilitadas pelos bancos de dados e o conhecimento individual ou coletivo que ele viabiliza, por meio da digitalização da informação e seus diversos usos, a LGPD, em seu art. 5, X, define tratamento como:

**Toda operação realizada com dados pessoais**, como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração. (grifos nossos)

Assim, corresponde a administração dos dados pessoais do usuário, conforme a necessidade e obedecendo as normas legais que a permitem. MENDES (2008, p. 72) conceitua esse tratamento como “as operações técnicas que podem ser efetuadas sobre os dados pessoais, de modo informatizado ou não, com a finalidade de se refinar a informação, tornando-a mais valiosa ou útil.” No presente trabalho é dado destaque para sua coleta e respectivo processamento e possíveis conclusões deles decorrentes.

O objetivo não é impedir que o tratamento ocorra, pois é inviável em uma economia cada vez mais dependente dos dados pessoais, inclusive a LGPD estipula diversas hipóteses de autorização de seu uso em seu art. 7, *in verbis*:

Art. 7º O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses:

- I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;
- II - para o cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador;
- III - pela administração pública, para o tratamento e uso compartilhado de dados necessários à execução de políticas públicas previstas em leis e regulamentos ou respaldadas em contratos, convênios ou instrumentos congêneres, observadas as disposições do Capítulo IV desta Lei;
- IV - para a realização de estudos por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais;
- V - quando necessário para a execução de contrato ou de procedimentos preliminares relacionados a contrato do qual seja parte o titular, a pedido do titular dos dados;

VI - para o exercício regular de direitos em processo judicial, administrativo ou arbitral, esse último nos termos da [Lei nº 9.307, de 23 de setembro de 1996 \(Lei de Arbitragem\)](#);

VII - para a proteção da vida ou da incolumidade física do titular ou de terceiro;

VIII - para a tutela da saúde, exclusivamente, em procedimento realizado por profissionais de saúde, serviços de saúde ou autoridade sanitária; [\(Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019\)](#) [Vigência](#)

IX - quando necessário para atender aos interesses legítimos do controlador ou de terceiro, exceto no caso de prevalecerem direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais; ou

X - para a proteção do crédito, inclusive quanto ao disposto na legislação pertinente.

Busca-se, no entanto, garantir segurança e transparência para os cidadãos que compartilham seus dados com essas companhias digitais, em razão da exposição de suas informações envolvendo a análise do comportamento do usuário e como esse conhecimento pode ser utilizado, com a formação de um perfil do indivíduo, o colocando em uma redoma pensada exclusivamente para sua atuação, mitigando sua liberdade.

A problemática envolvendo a publicidade específica e interesses privados dos agentes econômicos para o indivíduo é que estes são pautados pela coleta de dados dos usuários e embora as políticas de privacidade estipulem e decidam como se dará a utilização desses dados para fins comerciais, isso na maioria das vezes ocorre de maneira unilateral, ou é dada a oportunidade a pessoa de assumir a responsabilidade pela disponibilização desses dados, aceitando ou não com o que foi posto pelo agente que os utilizará.

As relações de consumo que formam o vínculo entre o usuário e as redes sociais são costumeiramente contratos de adesão, todavia, há recentemente a relativização desses termos, dando maior abertura para decisão da pessoa, através do gerenciamento sobre o que concorda ou não, sendo possível fazer marcações por tópicos ao invés da escolha entre aceitação irrestrita ou não utilização do serviço.

Entra em discussão então, a possibilidade da própria pessoa decidir, mediante seu consentimento, sendo esse meio utilizado de forma regular por essas mídias sociais buscando autorização para legitimar o uso e manipulação desses dados, hipótese prevista no respectivo art 7, I, LGPD, citado anteriormente. Este para ser reconhecido formalmente deve ter determinadas características, nos termos da LGPD, em seu art. 5, XII, o consentimento é a “manifestação **livre, informada e inequívoca** pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma **finalidade determinada**” (grifos nossos).

Essa adjetivação do consentimento inicia-se pela garantia da liberdade quanto à decisão de autorizar o processamento de seus dados, ou não. Todavia, tendo em vista que cada dia mais a internet e conseqüentemente as suas utilidades e serviços virtuais se disseminam, inseridos no cotidiano, até mesmo a decisão de não participar pode significar a exclusão social da pessoa. Assim, sua liberdade é condicional, podendo ser restringida pela própria tecnologia, por meio dos agentes atuantes que exigem para o aproveitamento dos aplicativos, navegadores, sites, a respectiva concordância com suas regras e termos instituídos (CAMURÇA, 2020)

Quanto à necessidade de ser informado, segundo Bioni (2020) primeiro deve ser repassado para o usuário uma explicação clara e de fácil entendimento, que seja dispensável a utilização de terminologias técnicas, mas que de fato o capacitem para a tomada de decisão sobre permitir o fluxo de suas informações pessoais e quais

implicações isso teria sobre sua esfera pessoal. E ainda inequívoco, que seja de fato comprovado, destituído de dúvidas sobre a intenção da pessoa em consentir.

Sendo estes elementos imprescindíveis para o exercício do controle efetivo por parte do usuário. Ademais, Doneda (2020), destaca que a autonomia privada nesta relação é distinta dos mecanismos negociais firmados tradicionalmente. Devem ser considerados os atributos da personalidade envolvidos, distinto de uma natureza puramente negocial, sob o risco de se utilizar de um viés proprietário para o tratamento dos dados pessoais. O consentimento nessa relação assume a função de autorizar determinados tratamentos dos dados pessoais, é o exercício da autodeterminação informativa pelo sujeito. (MIRAGEM, 2020).

Não é dispor, não é renunciar a proteção da privacidade dos dados, consentir com a utilização dos dados não é abrir mão de sua preservação, a falsa premissa de que uma vez aceito os termos e disposições contratuais cabe ao usuário arcar com as consequências vai contra a garantia dos direitos assegurados em sua defesa.

Ao obter os dados pessoais de seus usuários mediante o consentimento, não ocorre propriamente a transferência dos direitos de disposição sobre tais dados do usuário para a rede social, pois estes, por serem dados pessoais, continuam sendo uma expressão direta da pessoa do usuário e continuam a manter com ele uma relação direta e inafastável. (DONEDA, 2010, p.85)

Ressalta-se que a finalidade para a qual ele foi consentido deve vincular seu resultado final, uma vez que o distanciamento e eventual distorção na sua utilização causa a perda do domínio desses dados do seu titular, e de seu conhecimento sobre o que o outro sabe a seu respeito, com correspondente atribuição de poder a quem detém a informação.

Como observado, a privacidade se apresenta como uma garantia imprescindível para o exercício da liberdade por parte do indivíduo. Essa dependência se manifesta tanto na decisão do titular de dados de recorrer a proteção de sua vida privada e esfera pessoal própria ao decidir o que deseja expor ou não a terceiros, bem como em sua faculdade de reivindicar perante terceiros os seus direitos (VIEIRA, 2007 p. 21).

Tendo em vista essa relação entre a liberdade e a garantia de sua privacidade, esta deixa de ser vista sob uma perspectiva de sigilo e passa a fundamentar o poder da pessoa decidir sobre suas preferências no exercício de sua esfera privada no seu convívio com os demais. Considerando que a necessidade da tomada de decisão pessoal sobre a disponibilidade desses dados ocorre principalmente com a autorização do seu titular, mediante o seu consentimento, resta empoderar esse usuário sobre seu poder de decisão de forma a não negligenciar suas informações

Assim, o protagonismo passa a ser disponibilizado em benefício do titular e pode ser executado por diferentes condutas por ele pretendidas, conforme entender conveniente diante de suas relações firmadas. Entre alguns exemplos, manifesta-se por seu poder de requisitar acesso integral aos seus dados, corrigir, verificar a veracidade, exigir a remoção, portar esses dados entre diferentes plataformas, bem como revogar seu consentimento.

Com isso, estará exercendo o exercício do controle efetivo da circulação das informações que lhes dizem respeito e estão vinculadas a sua esfera pessoal. É requerida, dessa forma, uma ação por parte do indivíduo demonstrando sua concordância diante da permanência do seu uso por terceiros, todavia, há obstáculos ao analisar racionalmente e ponderar sobre os prejuízos que são incertos, em

detrimento dos benefícios imediatos, como promoções e descontos (CAMURÇA, 2020, p. 56)

Porém, mesmo havendo relatividade dos termos e acordos de privacidade, transferindo a responsabilização para uma decisão do usuário, este precisa estar capacitado no momento de escolher entre as opções disponíveis e ponderar sua decisão para a confirmação ou exclusão do que não concorda, e o que deseja manter resguardo de eventual processamento pela outra parte, que está lhe oferecendo o serviço virtual.

A dificuldade fática de acompanhar como o fluxo de dados circula e permanece sendo utilizado a longo prazo, bem como de ler os inúmeros termos de privacidade a que somos submetidos diariamente, na proporção do que é utilizado na internet, causam um senso de inevitabilidade da coexistência da privacidade na sociedade digital, em que a erosão da privacidade é tida como consequência natural, justificando, pois, a disponibilização de seus dados pessoais sem ponderar os riscos.

Razão pela qual, devem ser coibidas práticas de perpetuação das assimetrias entre os poderes envolvidos, que são na maioria das vezes distribuídos em favor de quem detém a informação e realiza seu processamento. Bem como, propiciar segurança a quem considera cabível disponibilizar seus dados pessoais, e segurança jurídica a quem promova seu tratamento, utilizando-os de forma transparente e adequada, uma vez que a ocorrência de danos gera a necessária responsabilização.

## **6 A RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE**

A manipulação destes dados de maneira arbitrária pode causar situações abusivas e desproporcionais para seus titulares, devido a assimetria do usuário em relação aos entes e empresas que realizam o tratamento desses dados, tendo em vista que estas informações pessoais representam características individuais da pessoa que a diferencia no contexto a qual se insere, torna-se imprescindível a tutela jurídica tendo por fim assegurar os direitos fundamentais da personalidade.

A responsabilização pelo uso indevido ou potencial causador de danos aos dados se mostra uma ferramenta essencial para assegurar e promover a proteção desses dados que se apresentam relacionados às pessoas e sua personalidade, tendo em vista o vínculo firmado entre essas e a referida empresa que a detenha em seus bancos de dados e que assume o dever de preservá-los.

A LGPD, em seu título “Da responsabilidade e do Ressarcimento de danos”, composta dos arts. 42 a 45, estabelece normas dedicadas a normatizar as condutas empresariais exigindo que sejam praticadas em conformidade com um dever geral de segurança, e caso se distanciem desse dever, responderam de forma adequada, arcando com os danos aos titulares dos dados, que são o foco da referida legislação, com a prevalência dos dados pessoais como atributos indissociáveis à sua dignidade, em detrimento de seu aspecto patrimonial (MORAES; QUEIROZ, 2019).

Uma vez que os dados podem ser utilizados nos diversos setores da economia, e o aumento de sua importância, resta que o atual estágio de desenvolvimento apresenta tendências irretroativas, ao contrário, busca-se o aprimoramento e desenvolvimento tecnológico dos bancos de dados. Buscando incentivar esse crescimento, mostra-se de fundamental importância a inserção do país entre as agendas regulatórias que disciplinam o uso e integridade dos dados individuais.

Não há na norma geral de proteção de dados brasileira, LGPD, expressa previsão sobre a modalidade de aplicação da responsabilidade civil a ser seguida, gerando posicionamentos divergentes entre aqueles que defendem a subjetividade, com a comprovação da culpa respectiva, e aqueles que argumentam a favor da responsabilidade objetiva, independentemente de culpa.

Aqueles que argumentam a favor da aplicação da responsabilidade subjetiva, se referem a uma série de deveres a serem cumpridos pelos agentes que atuam no tratamento de dados, o controlador, aquele que detém o poder de decisões a respeito do tratamento de dados, e o operador que realiza o tratamento de dados em nome do controlador, seguindo os conceitos presentes na referida lei. Nesse caso:

A LGPD parece indicar qual é o padrão de conduta socialmente esperado – o standard –, que deve ser seguido pelos agentes de tratamento de dados, sob pena de virem a ser responsabilizados, seja por um tratamento irregular de dados, seja por incidentes de segurança. *TEPEDINO et al.* (2021, p. 439)

Se referindo a essa exigência de uma conduta ativa por parte de quem utilize os respectivos dados pessoais em seus negócios, visando a prevenção e ocorrência de danos, Moraes e Queiroz (2019) consideram a existência de um novo regime de responsabilidade disposto na LGPD, para tratar da matéria, a “responsabilidade proativa”, que exige das empresas não apenas cumprir o que a lei estipula, mas demonstrar que executou todas as medidas impostas pela norma e sua referente eficácia prática para evitar sua responsabilização.

Ademais, há aqueles que defendem a adoção da responsabilidade objetiva, se justificaria pelo risco atrelado à coleta e tratamento de dados pessoais, visando a melhor proteção da pessoa como titular de suas informações, à luz do art. 927, parágrafo único do Código Civil, que dispõe:

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

Entretanto, apesar da referente discussão, o que se observa da interpretação da devida norma geral é a existência de um dever de segurança a quem decida executar os tratamentos de dados pessoais visando benefícios em seus negócios virtuais, tendo por fim assegurar o não acesso por terceiros se inexistente a devida autorização, bem como a privacidade de seus titulares, evitando assim, o uso indevido ou irregular dos dados que origine dano (MIRAGEM, 2020).

Com destaque para o consumidor, sendo ele um dos pontos relevantes deste trabalho, e a relação firmada entre os usuários e as plataformas online de redes sociais. Através do diálogo das fontes e uma interpretação sistemática do ordenamento jurídico e tendo em vista a condição especial em que se encontra a parte consumidora, deve ser aplicada na relação jurídica privada em que ele se encontre a norma e preceito legal que assegure e efetivamente diminua o desequilíbrio existente entre as partes, seja ele decorrente do poder econômico, tecnológico ou informacional.

A LGPD, em seu art. 45 remete a aplicação da responsabilidade nas relações de consumo para a legislação específica, nesse sentido, no caso de violações aos respectivos direitos garantidos aos titulares de dados, o agente causador

deverá responder objetivamente, e referente às demais regras de proteção ou dever jurídico, cabe à norma garantidora dos dados pessoais a regulação equivalente.

Muito embora as relações entre a pessoa e a respectiva plataforma de conteúdo, sejam em tese gratuitas, como observado, devido às utilidades adquiridas pela plataforma em decorrência da aplicação dos dados dos usuários em seus serviços, ocasionando por consequência a ascensão de seu poder de mercado, cabe a aplicação da referente objetividade tendo em vista a vulnerabilidade do consumidor diante dos novos usos propiciados por seus dados na relação de consumo. Resta que essa seria a interpretação mais adequada, à medida que melhor atende a defesa do consumidor (TASSO, 2020).

Ainda, a Constituição Federal prevê a defesa do consumidor como um direito fundamental, em seu art. 5º, XXXII, e o resguarda ainda entre os princípios norteadores da ordem econômica, em seu art. 170, V, razão pela qual é necessário conciliar a busca pelo melhor aproveitamento dos agentes econômicos respeitando a proteção da pessoa e as formas de manifestação de sua personalidade no ambiente virtual e por consequência, nas relações assumidas pelo consumidor-usuário ao consentir com a utilização de seus dados pessoais.

De toda forma, a legislação exige uma atuação eficiente voltada para mitigar ou evitar os danos aos usuários decorrentes da má utilização de seus dados, bem como a sociedade, que está cada dia mais voltada para restituir seu poder sobre as informações, sendo essas manifestações de sua personalidade de fundamental importância no atual estágio de desenvolvimento econômico e tecnológico que os utiliza como um instrumento para atingir seus propósitos de crescimento.

Assim sendo, a privacidade dos dados pessoais é condição necessária para a pessoa exercer sua liberdade e se desenvolver em um mundo que tende a querer utilizá-la como mero instrumento a ser abandonado em detrimento do conforto proporcionado pela sua mitigação. Além disso, a garantia da privacidade pode ser considerada um elemento competitivo entre as empresas, essencial para o modelo de negócio adotado, tendo em vista a confiança dos usuários fragilizada devido aos inúmeros casos de vazamentos, mal-uso e falta de segurança informacional aos dados pessoais, em que estes tendem a valorizar quem garanta sua segurança. (BIONI e MONTEIRO, 2019).

## **7 CONCLUSÃO**

Diante do exposto, a tutela da personalidade se apresenta vinculada ao reconhecimento da pessoa humana como destinatária de proteção pelo ordenamento jurídico de forma integral, compreendendo todos os seus atributos e características que a distinguem no meio em que está inserida e a constituem. Apresentando assim, flexibilidade para abranger direitos diversos que passam a ser considerados visando a efetiva promoção de sua dignidade.

Dessa forma, os novos usos dos meios de tecnologia e comunicação, com a utilização dos dados pessoais sendo promovida pelas empresas de forma incessante, leva a necessária reafirmação desses dados identificadores como indissociáveis de seus titulares. Já que estes passam a representar uma manifestação de sua personalidade, por se referirem a aspectos individuais, que compõem sua singularidade.

Foi observado que a pessoa constitui sua vivência no ambiente social em que efetua suas relações, logo torna-se necessária a garantia de sua individualidade e atributos decorrentes dela junto a sua coexistência com os demais, razão pela qual a

privacidade e resguardo desses dados, sofrem alterações, sendo não mais baseada em evitar de forma absoluta sua disponibilização, tendo por objetivo uma exclusão ou resguardo, mas em controlar quem os detém, como utiliza e com qual finalidade.

Uma vez que o aproveitamento dos dados pessoais alcança valor econômico, e torna-se de fundamental importância para as organizações e sua busca por se destacarem em uma sociedade onde a livre iniciativa e concorrência fundamentam o desenvolvimento contínuo, proporcionando inovação e busca por melhorias, resta garantir um equilíbrio entre os interesses em questão, de forma a não abusar ou violar os direitos da personalidade, limitando a liberdade e a construção da esfera privada própria.

Por conseguinte, entre as respectivas utilizações que a organização dos dados permite, ressalta-se o interesse em previsões de comportamentos e ações futuras, principalmente no mercado de consumo. Tendo em vista os riscos a que o empreendimento está sujeito, busca-se a segurança propiciada pelo conhecimento relativo às pessoas e seus correspondentes desejos de consumo. Nesse contexto, destaca-se a utilização dos dados pessoais dos respectivos consumidores e sua importância para o mercado publicitário, voltado para conhecer e posteriormente suprir o interesse do público alvo.

Sendo essa a principal forma de remuneração das plataformas ditas gratuitas no ambiente virtual, em especial das redes sociais, como criadora e intermediária de diversas relações. Em que o consentimento se apresenta como principal instrumento de ratificação do usuário quanto a permitir seu uso. Porém, a atuação do indivíduo encontra-se envolta de assimetrias que dificultam o exercício de sua autonomia quanto a eventual aceitação dos inúmeros termos e políticas de privacidade oferecidos no ambiente virtual.

Por esse motivo, o controle dos dados requer uma justificativa das ações executadas que possam atingir direitos existenciais do indivíduo, desde a sua coleta até o encerramento da relação, com conseqüente exclusão de seu armazenamento. Todavia, controlar dados que estão em constante transmissão e circulação por intermédio da rede descentralizada que é a Internet, resulta em um desafio, tanto para a legislação e sua função de assegurar essas informações, uma vez que estão associadas a aspectos indissociáveis da personalidade da pessoa e sua dignidade, quanto do usuário das redes sociais em se preservar contra interferências indesejáveis.

Assim sendo, é possível verificar que o objetivo geral pretendido, de analisar como os dados pessoais estão sendo utilizados e sua relevância para fins empresariais e de que forma isso atinge a privacidade do usuário, esta que passa a ser concretizada mediante recursos que preservem o domínio do titular das respectivas informações, se não de forma absoluta, mas pretendendo minimizar a desproporção entre o indivíduo e os agentes que realizam o processamento desses dados, foi alcançado, uma vez que foi discutido, como esses dados mantêm relação direta com a personalidade como valor a ser resguardado em face das conexões formadas com as respectivas plataformas virtuais.

Com relação aos objetivos específicos demonstrados, podemos inferir que foram alcançados, haja vista que ao longos das referentes seções, foram analisados os fundamentos jurídicos que confirmam a defesa das manifestações da personalidade na normativa jurídico brasileira e sua indispensável aplicação nas relações privadas; bem como a necessária tutela dos dados pessoais, e a reconsideração da privacidade do indivíduo, buscando atingir seu fim assegurador; e ainda como os dados pessoais estão sendo utilizados para a obtenção de benefícios

por quem os utilize; como o consentimento tem sido considerado o meio de exercício da autodeterminação por parte dos usuários de redes sociais, e a exigência de segurança por quem promova o tratamento e manipulação desses dados, com a responsabilização cabível caso promova atos que provoquem danos e riscos aos titulares.

Os dados pessoais adquirem a característica de possibilitar o acesso aos mais variados serviços e produtos disponibilizados de forma virtual, a facilidade e comodidade que ela proporciona são de inevitável consideração, todavia a forma de utilização destes dados precisa ocorrer de modo transparente, com obediência às normas instituídas de forma a assegurar sua legitimidade. Mediante parâmetros preventivos, internamente, com a criação de regras adequadas e eficientes para fomentar o progresso comprometendo-se com os direitos da pessoa humana e externamente, levando em consideração estes dados como atributos da identidade do indivíduo no ambiente virtual merecedores da devida garantia e tutela pelo ordenamento jurídico brasileiro.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Francisco. **Direito civil**: introdução. 6. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Vigilância Líquida**: diálogos com David Lyon. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

BIONI, Bruno; MONTEIRO, Renato Leite. Proteção de dados pessoais como elemento de inovação e fomento à economia: o impacto econômico de uma Lei geral de dados. *In*: **Horizonte presente: tecnologia e sociedade em debate** / Alberto Silva ... [et al.]; organizado por Jhessica Reia ... [et al.]. - Belo Horizonte: Casa do Direito; FGV - Fundação Getúlio Vargas, 2019.

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de Dados Pessoais – A Função e os Limites do Consentimento**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

BRASIL, Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Diário Oficial da União**. Seção 1, Brasília, DF, ano 139, n. 8, p. 1-74, 11 jan. 2002.

Disponível

em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm)>. Acesso em: 20 mar. 2021.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível

em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 05 de abr. 2021

BRASIL. Lei nº 8.078, de setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[L8078compilado \(planalto.gov.br\)](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.html)>. Acesso em: 23 abr. 2021.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 agosto de 2018. Institui a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Disponível em:

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm)> Acesso em: 10 mar. 2021.

BRASIL. Conselho da justiça Federal. **Enunciado 274**. IV Jornada de Direito Civil, 2006. Disponível em: < <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/219>>. Acesso em: 26 de abr. 2021.

CASTELLS, MANUEL. **O poder da comunicação**. 1. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2013.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 21. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

CAMURÇA, Lia Carolina Vasconcelos. **Sociedade de vigilância, direito à privacidade e proteção de dados pessoais**: uma análise sobre a influência de técnicas de publicidade comportamental na internet no consumidor-usuário. 2020. Dissertação (Mestrado em direito) - Faculdade de Direito, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.

COIMBRA, Clarice Helena de Miranda; QUAGLIOZ, Flaviano Ribeiro. **Direitos Fundamentais e Direito da Personalidade**. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/79069499.pdf>> Acesso em: 06 de out. 2020.

COSTA, Ramon Silva; OLIVEIRA, Samuel Rodrigues de. Os direitos da personalidade frente à sociedade de vigilância, privacidade, proteção de dados pessoais e consentimento nas redes sociais. **Revista Brasileira de Direito Civil em Perspectiva**, Belém, v. 5, n. 2, p. 22-41, jul./dez. 2019.

CUPIS, Adriano de. **Os direitos da personalidade**. 2. ed. São Paulo: Quorum, 2008.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. Vol. 1: Teoria Geral do Direito Civil. 29. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

DONEDA, Danilo. **A proteção de dados pessoais nas relações de consumo**: para além da informação creditícia. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: SDE/DPDC, 2010. Disponível em: <[https://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/manuais/vol\\_2\\_protecao\\_de\\_dados\\_pessoais.pdf](https://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/manuais/vol_2_protecao_de_dados_pessoais.pdf)>. Acesso em: 20 mai. 2021

DONEDA, Danilo. **Da Privacidade a Proteção de Dados Pessoais**: Elementos da formação da Lei Geral de Proteção de dados. 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

FACHIN, Luiz Edson. Análise crítica, construtiva e de índole constitucional da Disciplina dos Direitos da Personalidade no Código Civil Brasileiro: Fundamentos, Limites e Transmissibilidade. **Revista da EMERJ**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 31, 2005, 51-70.

FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. **Curso de direito civil: parte geral e LINDB**. 14. ed. Salvador: Editora JusPodivm, 2014.

FERREIRA, Matheus Couto. **Proteção de dados pessoais nas redes sociais**. 2017. 68 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

FRAZÃO, Ana. Fundamentos da proteção dos dados pessoais. Noções introdutórias para a compreensão da importância da Lei geral de proteção de dados. *In*: TEPEDINO, G. FRAZÃO, A. OLIVIA, M. D. **Lei Geral de proteção de dados e suas repercussões no Direito Brasileiro**. 1. ed. São Paulo: Thomsom Reuters Brasil, 2019, p. 11-18.

HOFFMANN-RIEM, Wolfgang. **Autorregulação, autorregulamentação e autorregulamentação regulamentada no contexto digital**. Revista AJURIS. v. 46, n. 146, 2019, p. 529-553.

IBGE. Uso de Internet, televisão e celular no Brasil. *In*: **IBGE Educa**, 2019. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

LIMA, Clara Maria Lindoso. **A tutela dos direitos da personalidade por meio da aplicabilidade direta do princípio da dignidade da pessoa humana nas relações de direito privado**. 2005. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Direito, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

MAGRANI, Eduardo. **Entre dados e robôs: ética e privacidade na era da hiperconectividade**. 2. ed. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2019.

MATTIETO, Leonardo. Dos direitos da personalidade à cláusula geral de proteção da pessoa. **Revista Fórum de Direito Civil - RFDC**, Belo Horizonte, ano 6, n. 16, p. 11-25, set./dez.2017.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.

MENDES, Laura Schertel. **Transparência e privacidade: violação e proteção da informação pessoal na sociedade de consumo**. 2008. Dissertação (Mestrado em direito)-Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

MORAES, Maria Celina Bodin de. **Ampliando os direitos da personalidade**. *In*: Na medida da pessoa humana: estudos de direito civil-constitucional. Rio de Janeiro: Renovar, 2010, p. 121-148.

MORAES, Maria Celina Bodin de; QUEIROZ, João Quinelato de. Autodeterminação informativa e responsabilização proativa: novos instrumentos de tutela da pessoa

humana na LGPD. *In: Cadernos Adenauer* xx (2019), Proteção de dados pessoais: privacidade versus avanço tecnológico. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, 2019, p. 113-135. Disponível em:

<https://www.kas.de/documents/265553/265602/Caderno+Adenauer+3+Schutz+von+pers%C3%B6nlichen+Daten.pdf/476709fc-b7dc-8430-12f1-ba21564cde06?version=1.0&t=1571685012573>>. Acesso em: 15 mar. 2021.

MORAES, João Antonio. Cliques de vigilância. **Revista Filosofia, Ciência & vida**. Editora Escala, v. 7. ed. 81, 2013. p. 14-23.

MOURA, Paulo G. M. de. Redes sociais na era digital. *In: Sociedade e contemporaneidade*. Canoas: Ed. ULBRA, 2013, p. 23-30.

NETO, José Luiz de Souza. **A proteção de dados pessoais na era da informação**. Kindle direct publishing (KDP), 2020. *E-book*.

NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do consumidor**. 12. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PERELMUTER, Guy. **Futuro Presente: o mundo movido à tecnologia**. 1. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2019.

PERLINGIERI, Pietro. A doutrina de direito civil na legalidade constitucional. *In: TEPEDINO, G. Direito civil contemporâneo*. São Paulo: Atlas, 2008, p. 2-9.

SILVEIRA, Paula Farani de Azevedo; SANTOS, Bruno Droghetti Magalhães. *In: MAIOLINO, Isabela; TIMM, Luciano Benetti (Orgs). Direito do consumidor: novas tendências e perspectiva comparada*. Brasília: Editora Singular, 2019, p. 159-184.

TARTUCE, Flávio. **Direito civil: Lei de introdução e parte geral**. 15. ed. Rio de Janeiro: Forense, v. 1, 2019.

TASSO, Fernando Antonio. A responsabilidade civil na lei geral de proteção de dados e sua interface com o código civil e código de defesa do consumidor. **Cadernos jurídicos**, São Paulo, ano 21, n. 53, p. 97-115, jan./mar.2020.

TEPEDINO, Gustavo. A tutela da Personalidade no Ordenamento Civil-Constitucional Brasileiro. *In: Temas de direito civil*. 3. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

TEPEDINO, G.; TERRA, A. M. V.; GUEDES, G. S. C. **Fundamentos do direito civil: responsabilidade civil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

VIEIRA, Tatiana Malta. **O direito da privacidade na sociedade da informação: efetividade desse direito fundamental diante dos avanços da tecnologia da informação**. 2007. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Direito, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca Ltda, 2021. *E-book*.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, acredito em sua forma de cuidar de mim, mesmo eu sendo falha tantas vezes.

À minha família, que me apoia incansavelmente:

Aos meus pais, Oscarina Frota Ribeiro de Lima e José Pereira de Lima Sobrinho, a quem dedico toda a minha caminhada até aqui, ser motivo de orgulho para vocês me alegra e me dá forças para continuar. Tudo que passamos e sentimos juntos nunca será esquecido por mim, e continuarei honrando seus ensinamentos.

Ao meu irmão, Josiano Lima, você é minha inspiração diária, minha admiração por você é imensa, obrigada por me incentivar a ser melhor e sempre me ajudar, eu não poderia ter alguém melhor para chamar de irmão.

Ao meu namorado, Mateus Viana, obrigada por seu cuidado, incentivo, paciência, e por acreditar em mim enquanto eu tantas vezes duvidei, eu sou imensamente grata por ter você ao meu lado e ser amada por você.

Aos meus amigos, Vitor Neto, Cybelle Barbosa e Renam Moraes, por dividirem comigo a vida e os acontecimentos presentes nela, entre eles o início e encerramento desse ciclo.

Aos amigos com quem vivenciei a graduação, em especial: a Hilton Júnior, por compartilhar comigo esses anos, tornando mais leve a caminhada, a quem admiro e com quem guardo boas lembranças.

À Aline Leonarda, por sua companhia e auxílio constante, nos encontramos em um curso distinto e hoje finalizamos essa caminhada longa e desafiadora.

À Lidiane Varelo, obrigada por compartilhar comigo tudo que uma graduação tem a oferecer, todas as alegrias, cansaços, momentos de desespero e também de alívio, seu conhecimento acadêmico e principalmente seu conhecimento de vida, muito mais valioso e presente em nossas conversas. Ter sua amizade ameniza as dificuldades e aumenta as felicidades sentidas. Obrigada, minha amiga.

À Universidade Estadual da Paraíba, especialmente o Campus III, seu corpo docente e demais funcionários que formam a instituição, que a humanidade nunca seja esquecida na formação de seus discentes.

Ao meu orientador, professor Kleyton Viriato, por todo conhecimento compartilhado, ter aceitado me orientar e contribuído com minha escrita no presente trabalho, com seus apontamentos necessários e fundamentais para sua finalização.

Por fim, a todos que direta ou indiretamente, estiveram presentes contribuindo para que eu chegasse até aqui, concluindo um curso do qual me orgulho e com uma trajetória de crescimento constante.