

## Capitalismo de plataforma: a ameaça ao direito à autodeterminação informativa na Sociedade da Informação

*Platform capitalism: the threat to informational self-determination right in Information Society*

Fernanda Zampieri Molina<sup>1</sup>  
Irineu Francisco Barreto Junior<sup>2</sup>

**RESUMO:** O presente artigo visa trazer à luz a mudança estrutural da sociedade no século XXI, sob a perspectiva do Capitalismo de Plataforma e o trata-

- 
- 1 Mestranda em Direito pelo Programa da Sociedade da Informação FMU-SP. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa CNPQ Ética e Fundamentos Jurídico-Políticos na Sociedade da Informação. Graduada em Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda pela Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM - SP, Bacharel em Direito pela Faculdades Metropolitanas Unidas - FMU - SP, São Paulo -Brasil. Email: fernanda@molinaemolinaadvogados.com.br.
  - 2 Pós Doutor em Sociologia pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo - USP-SP (Brasil). Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC-SP (Brasil). Professor do Programa de Mestrado em Direito da Sociedade da Informação e do Curso de Graduação em Direito da FMU-SP. Coordenador do Grupo de Pesquisa CAPES Ética e Fundamentos Jurídico-Políticos na Sociedade da Informação. Analista de Pesquisas da Fundação Sistema Estadual de Análise de dados - Seade -São Paulo (Brasil). Email: neubarreto@hotmail.com.

mento dos dados sensíveis dos usuários na construção das aplicações disponíveis na internet, o qual corrobora para a alienação e controle de comportamento dos referidos usuários em prol de lucro e em detrimento ao direito à autodeterminação informativa. Em termos metodológicos, a pesquisa adotou a análise histórico-jurídica do direito de autodeterminação informacional, com o intuito de pontuar a dimensão da afronta do mercado atual da Sociedade da Informação, que deveria garantir que cada cidadão seja senhor de suas informações ante as múltiplas possibilidades de coleta de dados oferecidas pela tecnologia. O estudo concluiu que o direito à autodeterminação dos indivíduos é sistematicamente afrontado nas diretrizes atuais da Sociedade da Informação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Sociedade da Informação; Autodeterminação Informativa; Vigilância; Dados Pessoais.

**ABSTRACT:** This paper aims to clarify on a structural change of the XXI century society, under the Surveillance Capitalism perspective and the treatment given to users' data to build the existent internet platforms, which reinforces the alienation and behavioral control of users for profit and to the detriment of the informational self-determination right. In methodological terms, this research adopted the historic-juridic analysis of the informative self-determination right, with the intent of highlighting the size of today's market Information Society offense, which should guarantee that each citizen is the owner of their own data in front of the multiple possibilities of data collection offered by technology. The study concluded that citizens' self determination rights are systematically violated under the current Information Society.

**KEY-WORDS:** Information Society; Informational Self Determination; Surveillance; Personal Data.

## Introdução

A Sociedade da Informação se organiza por meio de interconexões, lógica esta que alterou os processos sociais, culturais e econômicos do mundo. Tal realidade implicou numa virada exponencial na quantidade de informações processadas, conforme preconizou Bruno Bioni, “houve, portanto, um progresso quantitativo e qualitativo do processamento informacional”<sup>3</sup> impactando na ordem qualitativa e organizando melhor e com mais rapidez tais informações, expandido o seu acesso.

O presente trabalho analisará o exercício do direito à autodeterminação informativa, que é um dos mais importantes componentes do direito à privacidade, sob o espectro da Sociedade da Informação. Tendo em vista que é cada vez mais frequente a utilização de dados pessoais para diversas atividades econômicas com objetivo de lucro, bem como o tratamento desses dados são cada vez mais essenciais para a vida na referida sociedade, conclui-se pela vital importância da discussão proposta. Por meio da dinâmica mercadológica pautada na exploração e tratamento de dados no meio eletrônico, estabeleceu-se a *economia da atenção*, a qual gera prejuízos ao direito à autodeterminação informativa, abalando, com isso, a proteção da intimidade e da vida privada dos usuários das ferramentas comunicacionais.

Inegavelmente, o controle da informação permite verdadeiro domínio sobre o direito de privacidade dos indivíduos. A difusão de informações pessoais de forma abusiva, bem como a dificuldade ao acesso pelo cidadão detetor dos

---

3 BIONI, 2019, p. 36.

dados, culmina num processo de invasão à vida privada dos indivíduos.

Esta análise é norteadada pelas legislações pertinentes à proteção de dados inerentes à tutela dos dados pessoais no ambiente virtual. Dessa forma, a partir de uma pesquisa desenvolvida sob a perspectiva do método de abordagem dedutivo, permitindo, com base na bibliografia e estudos existentes sobre o tema, o presente trabalho busca suscitar a reflexão: O uso de dados de forma antiética, desregulamentada e à margem da discussão pela sociedade acarreta na afronta ao direito à autodeterminação informativa.

## **1 Modelo de negócio das plataformas digitais na Sociedade da Informação sob a perspectiva do Capitalismo de Vigilância**

Para elucidar o momento atual da Sociedade da Informação, é necessário contextualizar, de maneira geral, como o modelo de negócios digital foi desenvolvido. O espírito do Vale do Silício tem berço no movimento de contracultura hippie somado ao utopismo tecnológico, segundo Richard Barbrook e Andy Cameron<sup>4</sup>, em *Uma Ideologia Californiana* – uma crítica ao livre mercado nascido no Vale do Silício, na utopia digital, todos os usuários da rede seriam capazes de exercer a liberdade de expressão dentro do ciberespaço, sendo tal tecnologia capaz de potencializar a emancipação do ser humano, ambiente virtual no qual indivíduos são conectados mundialmente em comunidades digitais.

Acontece que estes desenvolvedores digitais acreditaram que a convergência da mídia, da computação e das telecomunicações criaria invariavelmente uma ágora

---

4 1995, p. 11-13.

eletrônica – um lugar virtual onde todos poderiam expressar sua opinião sem medo de censura, perseguição política ou barreiras econômicas. Contudo, ao defender este ideal, os denominados tecno-fomentadores acabaram reproduzindo, como efeito adverso, a ratificação das mazelas de sempre: racismo, pobreza e degradação do meio ambiente, ocasionando diversas mortes relacionadas à doenças psiquiátricas e distúrbios sociais<sup>5</sup>, ainda que sejam ocasionados de formas indiretas. Desenvolveu-se, assim, *a sociedade de Informação*, que Barreto e Salles Leite definem:

A sociedade da informação transformou, em grande medida, a conduta mundial, possibilitando o acesso a conteúdo jamais imaginado antes da supressão de barreiras físicas que separavam as pessoas, hoje usuárias individuais. A comunicação em rede interligou, também, culturas, povos e grupos de diferentes e múltiplas origens e características através do uso da grande rede mundial de computadores, a world wide web; tanto para o bem quanto para o mal.<sup>6</sup>

A sociedade de plataforma é formada pelo tráfego social e econômico, que é cada vez mais capilarizado dentro de um ecossistema global de plataformas online, que por sua vez, é conduzido por algoritmos e alimentado por dados. Dentro do referido modelo de negócios, “a informação em si não é o que alavanca eficiência na atividade empresarial, mas o seu processamento-organização a ser transformado em um conhecimento aplicado”<sup>7</sup>. Em posse dessas informações sobre os usuários, as empresas de tecnologia têm uma minuciosa segmentação do perfil do indivíduo, tanto em relação à questões objetivas quanto à subjetivas de foro íntimo, sem que se haja ciência do sujeito objeto da coleta de dados.

---

5 BARRETO; SALLES LEITE, 2017, p. 410.

6 DIJCK, 2019.

7 BIONI, 2019, p 38.

Sob essa perspectiva, tem-se o chamado *Capitalismo de Vigilância*<sup>8</sup>, nova forma de capitalismo de informação que tem como objetivo prever e modificar o comportamento humano como meio de produzir receitas e controle de mercado. Esse novo estágio de desenvolvimento econômico resulta da revolução tecnológica ocorrida nos meios de comunicação, desde meados da década de 1990, originária da nova era denominada *Sociedade da Informação*. A sua principal característica é a geração e propagação de informações, advindas de qualquer lugar do mundo, em tempo quase que real e de forma inédita na história da tecnologia. Denota-se que a *informação é o centro gravitacional* desta nova era ou, em outras palavras, é possível afirmar que ela possui valor comercial. Barreto Junior<sup>9</sup> ao tratar do tema esclarece que:

O advento do *Informacionalismo* é, indubitavelmente, a principal marca econômica da sociedade em rede. Reorganiza a produção de riqueza no sistema econômico, no qual há uma gradativa valorização da informação como mercadoria e fator de geração de valor econômico. As megacorporações informacionais (*Google, Facebook e Amazon*, entre outras) acumulam vestígios de informações sobre os usuários da Internet, tais como seus padrões de navegação, compras realizadas on-line, preferências culturais, religiosas e ideológicas, *websites* de interesse, verbetes e expressões pesquisadas nos *websites* de busca, entre outras, “*impressões digitais eletrônicas*” que servem para estabelecer uma categorização minuciosa de cada usuário na rede. (...) circunscreve-se no fato de que há inúmeros usos para esses perfis eletrônicos, tal como direcionamento de publicidade *on-line*, oferta de mercadorias relacionadas ao perfil do consumidor, além de montar cadastros de valor incomensurável sobre os cidadãos da sociedade em rede<sup>10</sup>.

Além da coleta dos dados pessoais, definido pela legislação no art. 5º, I, Lei nº 13.709/2018, dados sensíveis,

---

8 ZUBOFF, 2018, p. 48.

9 2015, p. 100-127.

10 BARRETO JUNIOR, 2015: p. 100-127.

positivado no art. 5º, II, Lei Geral de Proteção de Dados, as plataformas mensuram toda sorte de interação realizada online, sendo possível medir o tom psicológico e emocional do usuário, conforme o instituto proposto pela Professora Fernanda Bruno, a Economia Psíquica dos Algoritmos<sup>11</sup>, que consiste em processos algorítmicos de captura, análise e utilização de informações psíquicas e emocionais extraídas dos dados e ações dos indivíduos em plataformas digitais (redes sociais, aplicativos, serviços de streaming, plataformas de compartilhamento e/ou consumo de conteúdo audiovisual etc.).

É por meio da referida economia psíquica que o modelo de negócios das plataformas triunfa, se utilizando de matrizes preditivas e captológicas<sup>12</sup>, revelando não apenas os graves e indevidos usos de dados pessoais para fins econômicos, mas também evidenciam as estruturas do capitalismo de dados que cada vez mais se utilizam de suas ferramentas em prol do lucro em detrimento do bem estar da humanidade.

Tem-se, então, por meio da matriz de predição, desenvolvida a partir de técnicas de Psicometria Preditiva, a modulação da tecnologia, baseada em modelos que são inteligíveis às máquinas, mirando no refinamento da extração dos dados desde aspectos da personalidade à emocionais. O modelo adotado pelo Vale do Silício foi o de Michal Kosinski, que propôs:

---

11 BRUNO; BENTES; FALTAY, 2019, p. 5.

12 Captologia – ou *Captology* – é um termo criado por BJ Fogg, pesquisador de Stanford, para a ciência que pesquisa *Computer as Persuasive Technologies*: Computadores como Tecnologias de Persuasão. Conheci o termo através de um seminário (fui através do GITS-UFBA, do prof. José Carlos Ribeiro) que o departamento de pós-graduação em Psicologia da UFBA realizou em convênio com a Universidade de Pádua, da Itália. Disponível em: <https://tarciziosilva.com.br/blog/captologia-computadores-persuasao-comportamento-e-publicidade-digital/> Acesso em 17 dez. 2020.

O estudo mostra que, combinando várias características, podemos fazer previsões relativamente precisas em relação à personalidade de um indivíduo, sendo a Extroversão a mais fácil de prever e a Socialização sendo a mais elusiva. Uma aplicação potencial para o nosso trabalho é a publicidade online e os sistemas de recomendação. Analisando as informações das redes sociais, seria possível “perfilar” os indivíduos, dividindo automaticamente os usuários em diferentes segmentos e adaptando os anúncios a cada segmento com base na personalidade. Da mesma forma, pode-se imaginar a construção de sistemas de recomendação baseados em perfis de personalidade.<sup>13</sup>

Kosinski realizou pesquisa com 58.000 voluntários no Facebook, que preencheram um questionário de personalidade e permitiram o acesso de seus *likes*, gerando então uma segmentação demográfica básica cruzada com psicográfica, analisando elementos psíquicos emocionais, modo de vida e como atingir essas pessoas a partir desses elementos. Neste sentido, publicou:

Mostramos neste artigo que registros digitais de comportamento facilmente acessíveis, os Likes do Facebook, podem ser usados para prever de forma automática e precisa uma variedade de atributos e informações pessoais altamente sensíveis, incluindo: orientação sexual, etnia, visões religiosas e políticas, traços de personalidade, inteligência, felicidade, uso de substâncias viciantes, divórcio de parentes, idade e sexo. A análise apresentada é baseada em um conjunto de dados de mais de 58.000 voluntários que forneceram suas curtidas no Facebook, perfis demográficos detalhados e os resultados de vários testes psicométricos.<sup>14</sup>

Vale salientar que a técnica empregada por Kosinski é uma perspectiva de análise comportamental, sendo certo que não é a única ou a mais apropriada, porém foi a adotada pelo mercado por questões técnicas, políticas que não cabem ser aventadas nesse projeto. Apenas precisar e prever o com-

13 BACHRACH; KOSINSKI; GRAEPELL; KOHLI; STILLWELL, 2012.

14 KOSINSKI; STILLWELL; GRAEPEL, 2013.

portamento do usuário não foi suficiente para as empresas líderes do Capitalismo de Vigilância, e mais eficiente do que prever com precisão as atitudes do cidadão conectado, é mantê-lo enganchado na plataforma, por meio da *Matriz Captológica*, técnicas de persuasão e retenção do usuário endossam o mecanismo de vigilância trazendo mais uma camada de controle.

Com foco em intervir no fluxo das ações, as plataformas voltam suas estratégias para mobilização e retenção dos usuários, visando mantê-lo *hooked*/engajado, fazendo uso da Captologia, ciência que combina persuasão (capturar, mobilizar e direcionar a atenção) com tecnologias digitais, e que teve como seu maior difusor o B. J Fogg, designer comportamental, fundador do Laboratório de Tecnologias Persuasivas (Universidade de Stanford).

Não há nenhum acanhamento ético na abordagem da Captologia, o mecanismo é difundido dentro do mercado de desenvolvedores de plataformas. Nir Eyal<sup>15</sup>, designer comportamental aclamado pelo Vale do Silício, em sua obra *Hooked* (Engajado): Como construir produtos e serviços formadores de hábitos” sistematiza ações deliberadas para formatar hábitos humanos por meio da utilização das plataformas e alcançar, assim, o maior engajamento do usuário no ambiente online.

Num mundo onde há excesso de estímulos e que o tempo de vigilância é finito, a atenção dos indivíduos é limitada e, portanto, disputada pelas plataformas digitais. Por isso o foco na formação de hábitos aditivos é importante, se os serviços dependem de dados, eles precisam que o usuário esteja conectado o maior tempo possível - é um ciclo de influência de comportamento e captura massiva da atenção dos usuários.

---

15 2020, *on-line*.

Nir Eyal, o referido teórico da “economia da atenção”, aborda as técnicas de captura da atenção dos usuários das Tecnologias de Informação e Comunicação – TICs, implementadas pelas *Big Techs Amazon, Alphabet, Meta e Apple*, que consistem na criação de hábitos cultivados por “gatilhos” deflagrados ao explorar impulsos dos usuários de aplicações e redes sociais. Criar compulsões e modelar hábitos dos usuários das TICs é tática corriqueira das *Big Techs*, ao buscarem fidelizar comportamentos que retenham a atenção dos usuários no grau máximo de engajamento possível e, com isso, auferirem lucros.<sup>16</sup>

As características mais íntimas da personalidade são expostas no meio digital e codificados em dados, os quais, são tratados de forma indevida e desproporcional, em desobediência à finalidade principal para qual foram concedidos. Inegavelmente que a Sociedade da Informação trouxe avanços na democratização do direito à informação, ao mesmo tempo, este ambiente virtual tornou-se meio propício ao desenvolvimento de violações aos direitos de personalidade.

A estrutura das redes virtuais evidencia a vulnerabilidade do direito à privacidade, especialmente no que tange ao descontrole do fluxo das informações pessoais. Resta nítida a tensão entre os interesses econômicos e aspectos da pessoa humana que têm o livre desenvolvimento da sua personalidade afetado pela circulação dos seus dados, oriunda desse mapeamento dos dados e impressões do usuário.<sup>17</sup>

O modelo do mercado digital consiste em rastrear a navegação do usuário e, conseqüentemente, inferir seus interesses para correlacioná-los aos anúncios publicitários. Tais ditames mercadológicos são pautados na publicidade segmentada por meio da criação de perfis psicométricos a

16 EYEAL, Nir. *Hooked* Penguin Books, 2014, p. 22.

17 BIONI, 2019, p. 29.

partir de dados pessoais e relacionais digitais, ou seja, com a quantidade de informação aferida é possível descrever minuciosamente o perfil do consumidor e aumentar exponencialmente o sucesso das veiculações de peças publicitárias.

O fundamento da segmentação baseia-se no fato de que um único produto não é capaz de satisfazer necessidades e desejos de todos os consumidores, visto que estes são diversos, têm hábitos de compra específicos, gostos distintos e variam em suas necessidades, desejos e preferências. Posto isso, não se pode tratar todos da mesma forma, bem como não se pode tratar todos de forma diferente. A solução encontrada pelo marketing é tentar agrupar pessoas com características, preferências e gostos semelhantes, e tratá-las de maneira específica. Tem-se, como cerne da questão é que existem diferenças entre os consumidores, diferenças essas que devem ser consideradas no processo decisório da empresa.

Para Kotler segmentação significa reconhecer que não é possível servir todos os clientes com o mesmo nível de satisfação<sup>18</sup>. Portanto, para atingir o sucesso mercadológico é fundamental definir um Mercado Alvo, e com posse de informações detalhadas sobre esse público é possível desenvolver material publicitário mais apurado que traz maior e melhor impacto junto aos referidos consumidores, em última análise, o que eles estão mais suscetíveis a consumir com base nesse perfil comportamental.

A segmentação de mercados publicitários é estratégia antiga no meio publicitário, contudo a Sociedade da Informação elevou a prática para um novo patamar, em que o minucioso detalhamento do perfil do consumidor acarreta na altíssima eficácia do impacto da mensagem publicitária. O que afirma Bruno Bioni:

---

18 KOTLER, 2006, p. 249.

Quando o usuário navega na Internet, há uma série de cliques (*clickstream*) que revela uma infinidade de informações sobre as suas predileções, possibilitando que a abordagem publicitária as utilize para estar precisamente harmonizada com elas. Desta forma, a publicidade on-line pode ser direcionada com um grau de personalização jamais alcançado pela publicidade of -line.<sup>19</sup>

A Sociedade da Informação culmina em uma relação simbiótica entre o ininterrupto e extensivo monitoramento dos usuários e suas ações focando no maior engajamento dos indivíduos. A operacionalização exercida pelo mercado visa capturar e mobilizar a atenção dos usuários, “para manter a expansão deste mercado de dados, uma condição é fundamental: que os usuários gastem o maior tempo possível em plataformas ou dispositivos, para, assim, seus dados serem extraídos e seus comportamentos se tornarem reconhecíveis e suscetíveis a intervenções”<sup>20</sup>. Quanto mais tempo dispendido nas plataformas, maior a produção, coleta e armazenamento de dados, e, portanto, maior a assertividade da predição algorítmica e maior lucro. Nesse sentido, “na economia digital, o valor dos dados está intrinsecamente ligado ao valor da atenção. Por isso, as estratégias deste mercado se voltam para desenvolver mecanismos persuasivos de captura da atenção, nos quais o agenciamento algorítmico exerce um papel central”<sup>21</sup>.

Importante salientar que no referido modelo de negócios, consumidores não pagam em dinheiro pelos bens de consumo, na realidade eles cedem seus dados pessoais em troca de publicidade direcionada. Ocorre que são os anunciantes de conteúdo publicitário que aperfeiçoam seu sucesso econômico. “Dessa forma, tal relação torna-se plurilateral, uma vez que ela envolve, necessariamente, os anunciantes

---

19 BIONI, 2019, p 43-44.

20 BRUNO; BENTES; FALTAY, 2019, p. 13.

21 BENTES, 2019, p. 3.

de conteúdo publicitário, para haver retorno financeiro nesse modelo de negócio.”<sup>22</sup>

Diante dessa lógica, o consumidor torna-se também um produto comercializável, já que são seus dados que alimenta o mecanismo do mercado. Por meio da atração da atenção do usuário disponibilizando um produto/ serviço, para após coletar seus dados pessoais e suas interações online (referentes aos registros de seu comportamento na rede, as páginas visitadas, os termos de pesquisa, as informações de seu perfil em redes sociais etc.), para, então, viabilizar o direcionamento da mensagem publicitária, que é a sua real fonte de rentabilização.<sup>23</sup>

Tal dinâmica é resumida pelo instituto *zero-price advertisement business model*, que defende que usuários não pagam uma quantia monetária pelo produto ou serviço, na verdade a contraprestação advém da coleta de dados pessoais que serão cruzados e gerarão a segmentação de mercado afinadíssima para a mensagem publicitária, nesta lógica o mercado publicitário é a figura de consumidor das plataformas.<sup>24</sup>

O zero-price advertisement business model consiste, portanto, em um(novo) modelo de negócio, que esconde uma série de sujeitos para a sua operacionalização. É uma intrincada e complexa rede de atores que atua colaborativamente para a entrega de publicidade direcionada (comportamental). Dentre alguns desses atores, inserem-se os chamados data brokers, que agregam a maior quantidade possível de dados para ajustes ainda mais finos nas campanhas publicitárias. Como resultado, há um fluxo informacional abundante e difícil de mapear todos os atores nele envolvidos, o que é desafiador para qualquer perspectiva regulatória.<sup>25</sup>

---

22 BIONI, 2019, p. 47-48.

23 *Ibid*, p. 48.

24 *Ibid*, p. 48.

25 *Ibid*, p. 53.

Portanto, tem-se uma vasta coleta de informações que são meticulosamente destrinchadas e tratadas pelo raciocínio marketeiro acima descrito, gerando assim subsídios perfeitos para a instauração do Capitalismo de Vigilância. Trata-se do sonho de todo negócio, ter a garantia de que a mensagem publicitária será efetiva e eficaz, por meio do rastreamento infinito do que cada indivíduo faz, monitorados por empresas de tecnologia, que têm como modelo de negócio a garantia de que os anunciantes terão o máximo de sucesso. É um novo mercado, o qual negocia exclusivamente o futuro humano em larga escala, e esse mercado produziram os trilhões de dólares que tornaram as empresas da internet as mais ricas da história.<sup>26</sup>

Como resultado desse sistema mercadológico, observa-se uma disputa entre o livre trânsito e processamento de informações pessoais para alimentar toda uma economia deles dependente e, de outro lado, a necessidade de se impor limites para a tutela dos interesses da personalidade da pessoa humana.

## 2 Identidade pessoal no ambiente virtual

Por meio da teoria de Schechtman<sup>27</sup> sobre o desenvolvimento da personalidade, será discutido o instituto do direito à privacidade para além do mero direito estar só, apontando a vulnerabilidade do direito à autodeterminação inserido na realidade da Sociedade da Informação.

Além do aspecto subjetivo da construção da personalidade, a filósofa Marya Schechtman defende que a construção da identidade pessoal percorre o reconhecimento e contribuição de terceiros. As narrativas que constituem uma

---

26 ZUBOFF, 2018, p. 79.

27 2014, p. 103-104.

identidade não são construídas somente pela própria pessoa ou somente por terceiros sobre ela, mas se dão em conjunto e passam necessariamente pelo reconhecimento mútuo.<sup>28</sup>

Observa-se que a pessoa se concretiza quanto à sua intersubjetividade quando ela se relaciona, ou seja, quando ela responde ou procura afirmar quem ela é perante a sociedade. A tutela jurídica dos direitos da personalidade é condição vital para que a pessoa possa se realizar e se relacionar junto à comunidade<sup>29</sup>. Sob essa perspectiva, os dados pessoais não são apenas um prolongamento da pessoa, sua subjetividade, mas atuam influenciando também as relações interpessoais, sua intersubjetividade. Neste contexto, a proteção dos dados pessoais é instrumental para que o indivíduo seja capaz de se desenvolver livremente<sup>30</sup>.

Há uma espécie de opressão exercida pelos dos dados em seus titulares, dentro da Sociedade da Informação e seu Big Data. São os algoritmos que orquestram as vidas dos usuários, decidindo a respeito das suas oportunidades e escolhas de suas vidas. Apenas por meio da tutela jurídica dos dados pessoais é que os direitos da personalidade serão devidamente tutelados, visando que o fluxo informacional não desrespeite a esfera relacional do cidadão, afrontando, assim, o livre desenvolvimento de sua personalidade.

La trasformazione di un input in un output da parte di una macchina per il tramite di una sequenza finita di operazioni elementari consente infatti di riuscire a neutralizzare e per questa via a superare quell'irriducibile quantum di inefficienza che caratterizza l'azione umana in particolare con riguardo all'esecuzione di interventi ripetitivi.<sup>31</sup>

---

28 SCHECHTMAN, 2014, p. 103-104.

29 BIONI, 2019, p. 117.

30 *Ibid*, p. 118.

31 AZZENA, L. (2021) p. 510.

Na mesma linha, Massimo Durante, argumenta que a construção da identidade pessoal “é alcançada por meio da narração. Em outros termos, a identidade pessoal é composta de informações [...] que são fornecidas com significado por meio de uma construção narrativa coerente da identidade pessoal em um contexto compartilhado de comunicação”.<sup>32</sup>

Importante salientar que sob a perspectiva de Durante, a construção da identidade pessoal é baseada nas noções de confiança e privacidade de tais informações pessoais no desenvolvimento da personalidade. Segundo o autor, a confiança é primordial para que os indivíduos envolvidos em uma interação tenham uma expectativa compartilhada de como serão interpretadas as informações suscitadas na narrativa proposta, visando a não descontextualização. Com relação à privacidade, diz respeito à composição da identidade pessoal no sentido do sujeito se *auto identificar* e poder reivindicar informações relacionadas a ele como sendo suas.<sup>33</sup>

Tem-se que o processo de construção da identidade acontece a partir da interação entre uma narrativa de primeira pessoa (a interpretação de suas informações pessoais reivindicada pelo próprio sujeito), o reconhecimento dessa narrativa por terceiros (isto é, como os interlocutores do sujeito reconhecerão a interpretação reivindicada) e as próprias narrativas realizadas por tais terceiros (o que os colocutores narram sobre aquele indivíduo, como interpretam as informações dele que possuem acesso).

Sendo assim, as relações intersubjetivas não são o que ameaçam a construção da identidade pessoal, pelo contrário, tal desenvolvimento só é possível de ser construído por meio dessa competição entre narrativas, interpretações e compartilhamento de informações. Salienta-se que uma

---

32 DURANTE, 2011, p. 594-620.

33 DURANTE, 2011, p. 594-620.

livre construção da identidade pessoal não significa que tudo que um sujeito reivindicar sobre si será compreendido como sua identidade, nem que uma atribuição externa de algum elemento identitário violaria automaticamente sua autodeterminação. Contudo, são necessários parâmetros de justiça para que essas interações possam ocorrer de forma construtiva, como aponta Massimo Durante:

A condição mínima de justiça [fairness] é assegurada quando todas as partes têm pelo menos oportunidades iguais para moldar um relato verdadeiro do Self. Em segundo lugar, a justiça é deslocada quando as pessoas não dominam as condições da comunicação tecnológica, que por sua vez tem um forte domínio sobre elas.<sup>34</sup>

Durante defende que “uma violação da privacidade priva fundamentalmente o Self de uma capacidade, que é o poder de tomar iniciativa de referir um conteúdo ao Self, ou seja, de desenvolver uma história coerente”. Tem-se que o controle de dados pessoais, sob a perspectiva da proteção à privacidade, deve envolver o exercício tanto da dimensão negativa desse conceito, ao obstruir a circulação de uma informação, quanto de sua dimensão ativa, ao expressar a informação livremente e reivindicá-la como sendo sua. Luciano Floridi reforça tal constatação:

A interpretação [do valor] “constituente do self” [*self-constitutive*] [da privacidade] sugere que a sua esfera informacional e sua identidade pessoal são co-referenciais, ou dois lados da mesma moeda. Não há diferença porque “você é suas informações”, então qualquer coisa feita com suas informações é feita com você, não aos seus pertences. Segue-se que o direito à privacidade, tanto no sentido ativo e no passivo [...], protege a sua identidade pessoal. É por isso que a privacidade é extremamente valiosa e deve ser respeitada.<sup>35</sup>

---

34 DURANTE, 2011, p. 620.

35 FLORIDI, 2014, p. 120.

Sob essa ótica ao se analisar os direitos dos indivíduos proprietários dos dados, previstos nas atuais legislações de proteção de dados, fundamentados no direito à privacidade – entre eles os direitos de revogação do consentimento, de remoção de conteúdo, de anonimização e de oposição –, é possível verificar como a referida dimensão negativa da privacidade, entendida originalmente como “direito de estar só”, foi ampliada com o tempo para um direito a impedir a circulação de informações que dizem respeito a aspectos íntimos da vida de um sujeito. Nessa toada, o ressurgimento da importância do direito ao esquecimento, representa a relevância dessa visão como um centro de debate com relação à proteção da privacidade diante as transformações trazidas pelo acúmulo e permanência de informações no ambiente virtual.

Por outro lado, a dimensão ativa da privacidade, isto é, a de expressar informações próprias ainda não recebe a mesma atenção que sua contraparte negativa. Apesar da existência de direitos como o direito de retificação e portabilidade, ainda há uma supervalorização da relação entre proteção de dados e a violação e exposição da intimidade, decorrente da identificação de uma pessoa natural no tratamento de dados. Como exemplo, tem-se a própria definição de dado pessoal trazida pela LGPD: “informação relativa a pessoa natural identificada ou identificável”. Ainda, a referida lei traz em seu art. 12, §2º, a possibilidade de se considerar como dado pessoal dados usados para formação de perfil de determinada pessoa natural, se identificada, ou seja, dados anonimizados sequer são considerados dados pessoais de acordo com o art. 11 da Lei 13.709/18.

Diante esse contexto, verifica-se uma possível defasagem na maneira que as leis de proteção de dados lidam com a proteção da privacidade e sua aplicação, ao se preocupar com a minimização do tratamento de dados e a identificação

do titular, o controle de dados elaborado toma forma proibitiva e não construtiva.

Portanto, constata-se que a eficácia dos direitos supracitados como ferramenta de proteção da construção da identidade pessoal é limitada. A fundamentação do controle do tratamento de dados exclusivamente na proteção da privacidade incorpora uma preocupação excessiva com a identificação do titular, quando na realidade a construção da identidade pessoal em ambiente virtual sofre sequelas sem necessariamente a identificação do titular do dado. Os efeitos negativos de tal abordagem para a construção de um ambiente salutar para o desenvolvimento autônomo da identidade pessoal são evidenciados diante as tecnologias de perfilação e mineração de dados.

A partir da noção de identidade como uma construção narrativa intersubjetiva, emerge o conceito de privacidade como poder de autoidentificação. Ainda, tem-se a privacidade como um elemento fundamental para a própria possibilidade de construção de uma identidade própria, sendo certo que a violação da privacidade nada mais é que uma violação à própria identidade da pessoa também.

### **3 Direito à autodeterminação informativa**

O direito à autodeterminação informativa constitui-se em um desdobramento do direito à privacidade podendo ser chamado, também, de direito à privacidade informacional. Historicamente a decisão que reconheceu o instituto do direito à autodeterminação informativa foi da Corte Alemã, em 1983, quando a Lei do Censo alemã (*Volkszählungsgesetz*) determinou que os cidadãos fornecessem dados pessoais para mensurar estatisticamente a distribuição da população.

Acontece que tal a lei previa que os dados coletados pudessem ser cruzados com demais registros públicos com

a finalidade genérica de execução de “atividades administrativas”. Perante a nebulosa finalidade da coleta, o Tribunal Constitucional alemão foi suscitado a declarar seu entendimento, que considerou que eventual compartilhamento dos dados coletados deveria se destinar exclusivamente para a finalidade de recenseamento, determinando então a inconstitucionalidade parcial da referida lei.<sup>36</sup>

A partir do julgado destaca-se dois importantes aspectos: (1) a proteção dos dados pessoais como um direito de personalidade autônomo e a compreensão do termo autodeterminação informacional para além do consentimento; (2) a função e os limites do consentimento do titular dos dados. Infere-se, então, que o cidadão deve ter o controle sobre os seus dados pessoais, a fim de que ele possa autodeterminar as suas informações pessoais, forjando a expressão “autodeterminação informacional”.<sup>37</sup>

Sob a perspectiva do avanço tecnológico e o aumento exponencial da organização informacional da sociedade, o Tribunal Alemão evidenciou em sua decisão o impacto significativo de tal realidade nas liberdades individuais. Por meio dessa decisão, o Egrégio Tribunal concebe o direito da autodeterminação informacional, com base no direito geral da personalidade<sup>38</sup>. A capacidade do indivíduo de autodeterminar seus dados pessoais seria parcela fundamental do seu direito de desenvolver sua personalidade com liberdade, condição mínima para o livre desenvolvimento da personalidade e a autonomia pessoal.

O julgado da Corte Alemã trouxe a clareza de que independente se um dado é sensível (definição do art. 5º, II

---

36 Disponível em: <https://dserver.bundestag.de/btd/06/038/0603826.pdf>. Acesso em 30 set. 2022.

37 *Ibid*, p. 129.

38 *Ibid*, p. 129.

da LGPD) ou simples dado pessoal (definição do art. 5º, I, LGPD), todo uso do dado pessoal pode acarretar em lesão à personalidade, portanto, foi determinado que os referidos dados fossem anonimizados, assim como o seu uso fosse restrito à finalidade estatística limitada, tratando assim tal salvaguarda como um direito de personalidade autônomo.

O direito autodeterminação informativa definido por Stefano Rodotà é um direito fundamental autônomo, decorrente da dignidade da pessoa humana e consequência da ampliação do direito de privacidade. Tal conceito engloba o direito de manter o controle sobre as próprias informações, o direito de escolher o que será revelado, direito ao esquecimento, em suma, o direito de determinar a maneira de construir a própria esfera particular, “o direito de manter o controle sobre as próprias informações”<sup>39</sup>.

Tal perspectiva de Rodotà da privacidade relacionada com o direito à proteção de dados, afirma que tal direito tem a ver com a proteção da personalidade, e não da propriedade. O autor defende que o direito à autodeterminação informativa decorre do direito à privacidade, e por meio desta, a construção da narrativa da intersubjetividade da pessoa, permitindo o livre desenvolvimento da personalidade. O autor ainda chama atenção para o processo de *desregulation* no contexto da Sociedade da Informação, em que, na prática, as normas que regulamentam a privacidade online são decorrentes do monopólio das empresas de tecnologia, que levam à subversão do direito à privacidade, deixando lacunas na proteção efetiva dos usuários<sup>40</sup>.

Ao analisar o tema inserido na legislação brasileira, tem-se positivado o direito à autodeterminação informativa previsto na Lei Geral de Proteção de Dados - Lei nº

---

39 RODOTÀ, 2008, p. 92.

40 *Ibid*, p. 190- 191.

13.709/2018, no art. 1º que dispõe a respeito do objetivo da referida legislação, visando a proteção dos direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Art. 1º - caput: Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. (Art. 1º Lei nº 13.709/2018)

Vale destacar a escolha do legislador do verbo “proteger” na redação da norma, destacando a vulnerabilidade do indivíduo titular dos dados na relação com os agentes de tratamento. Em seu artigo 2º, a Lei Geral de Proteção de Dados versa sobre os fundamentos da norma legal, tratando, das bases de sustentação da legislação visando a proteção de dados, são sete:

Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:

I - o respeito à privacidade;

II - a autodeterminação informativa;

III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;

IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;

V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;

VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e

VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

(Art. 2º Lei nº 13.709/2018)

Resta clara a posição de destaque do direito à privacidade, positivado no art. 2º, I, da LGPD, estando em consonância a Declaração Universal dos Direitos Humanos (art. 12), bem como nossa Constituição Federal (art. 5º, X), o direito à privacidade é garantia fundamental do ser humano,

tratando-se de condição vital para o livre desenvolvimento da personalidade humana.

O segundo fundamento expresso da LGPD, art. 2º, II, versa sobre o direito do titular dos dados pessoais controlar seus dados pessoais, desdobramento do direito à privacidade garantido no inciso anterior. A autodeterminação informativa garante ao titular a liberdade de decisão sobre as condições de tratamento de seus dados pessoais, ou seja, o controle sobre como, quando e onde os dados serão tratados, bem como sobre as finalidades do tratamento e sobre o responsável pela referida atividade, garantindo, portanto, um dos objetivos da Lei (proteção à liberdade do titular de dados pessoais). Em seu inciso III, art. 2º, da LGPD, contempla o princípio da liberdade de expressão que é fundamental para o livre desenvolvimento da personalidade humana, também garantida na Constituição Federal no art. 5º, IX.

Dentre o rol do art. 2º da LGPD, o inciso IV invoca outra proteção importante para o livre desenvolvimento da personalidade, a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem, direitos estes garantidos também por força constitucional (art. 5, X, da CF), o legislador cuidou de destacá-lo nos princípios da norma com intuito de frisar a ampla proteção ao titular dos dados pessoais, objetivo da referida Lei, inclusive quanto aos desdobramentos do direito à privacidade

Por fim, no inciso VII do art. 2º, da LGPD, o legislador ratifica os objetivos traçados no artigo primeiro da lei, ao prever que os direitos humanos como fundamento da Lei, ampliou-se a proteção do titular dos dados pessoais para além dos direitos da personalidade, especialmente reafirmando a proteção à liberdade, um dos objetivos expressos da lei, demonstrando o caráter protetivo da norma em favor do titular de dados.

A lei brasileira protege especialmente os chamados “dados sensíveis” (artigo 5º, II), que revelam informações com risco significativo para privacidade ou que podem ensejar eventual discriminação, seja étnica, religiosa etc. Positivada no art. 11, caput, da LGPD está o rol de exceções em que o tratamentos destes dados são admitidos (incisos I e II).

O inciso I é claro a imprescindibilidade do consentimento específico para finalidades específicas pelo titular do dado sensível. No inciso II regulamenta o tratamento indispensável para cumprimento de obrigação legal ou execução de políticas públicas, realização de estudos e pesquisas, o exercício regular de um direito, proteção da vida ou da incolumidade física do titular dos dados, ou de sua saúde e a segurança.

A legislação brasileira demonstra que há a disposição específica e positivada da proteção do direito à autodeterminação, entretanto ao considerar que dados anonimizados não serão considerados dados pessoais e, portanto, passíveis de tratamento, mesmo prevendo a possibilidade de reversão, denota fragilidade do direito do usuário (art. 12, caput, LGPD). Por outro lado, o legislador garante, no § 2º do art. 12 da LGPD, que serão considerados dados pessoais, aqueles utilizados para formação do perfil comportamental de determinada pessoa natural. O legislador focou, então, nas consequências que tal atividade de tratamento de dados pode ter sobre um sujeito.

Art. 12. Os dados anonimizados não serão considerados dados pessoais para os fins desta Lei, salvo quando o processo de anonimização ao qual foram submetidos for revertido, utilizando exclusivamente meios próprios, ou quando, com esforços razoáveis, puder ser revertido.

§ 1º A determinação do que seja razoável deve levar em consideração fatores objetivos, tais como custo e tempo necessários para reverter o processo de anonimização, de acordo com as

tecnologias disponíveis, e a utilização exclusiva de meios próprios. § 2º Poderão ser igualmente considerados como dados pessoais, para os fins desta Lei, aqueles utilizados para formação do perfil comportamental de determinada pessoa natural, se identificada. § 3º A autoridade nacional poderá dispor sobre padrões e técnicas utilizados em processos de anonimização e realizar verificações acerca de sua segurança, ouvido o Conselho Nacional de Proteção de Dados Pessoais. (Art. 12º Lei nº 13.709/2018)

O entendimento do Egrégio Supremo Tribunal Federal acerca do direito à autodeterminação informativa, pugna pela proteção da dignidade da pessoa humana, pelo direito à inviolabilidade da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem das pessoas e do sigilo dos dados (arts. 1º, III e 5º, X e XII, da Constituição da República). Em julgamento de pedido de medida cautelar na Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 6387, contra dispositivos da Medida Provisória nº 954/2020, que previa compartilhamento de dados pessoais com IBGE por meio dos cadastros junto às empresas de Telecomunicações, a ilustre Ministra Rosa Weber entendeu que estava em risco o direito à privacidade e sigilo dos dados pessoais e das telecomunicações, e que a referida Medida Provisória não especificou como os dados seriam utilizados, nem os processos para tratar tais dados de forma segura. Decidiu:

Entendo que as condições em que se dá a manipulação de dados pessoais digitalizados, por agentes públicos ou privados, consiste em um dos maiores desafios contemporâneos do direito à privacidade. A Constituição da República confere especial proteção à intimidade, à vida privada, à honra e à imagem das pessoas ao qualificá-las como invioláveis, enquanto direitos fundamentais da personalidade, assegurando indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação (art. 5º, X). O assim chamado direito à privacidade (*right to privacy*) e os seus consectários

direitos à intimidade, à honra e à imagem emanam do reconhecimento de que a personalidade individual merece ser protegida em todas as suas manifestações. (...) Tais informações, relacionadas à identificação – efetiva ou potencial – de pessoa natural, configuram dados pessoais e integram, nessa medida, o âmbito de proteção das cláusulas constitucionais assecuratórias da liberdade individual (art. 5º, caput), da privacidade e do livre desenvolvimento da personalidade (art. 5º, X e XII). Sua manipulação e tratamento, desse modo, hão de observar, sob pena de lesão a esses direitos, os limites delineados pela proteção constitucional. Decorrências dos direitos da personalidade, o respeito à privacidade e à autodeterminação informativa foram positivados, no art. 2º, I e II, da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), como fundamentos específicos da disciplina da proteção de dados pessoais.<sup>41</sup>

Rosa Weber deferiu a liminar, “a fim de prevenir danos irreparáveis à intimidade e ao sigilo da vida privada de mais de uma centena de milhão de usuários dos serviços de telefonia fixa e móvel, com o caráter precário próprio aos juízos perfunctórios e sem prejuízo de exame mais aprofundado quando do julgamento do mérito”. A insigne Ministra, ainda, ressalta que “as condições em que se dá a manipulação de dados pessoais digitalizados por agentes públicos e privados constituem um dos maiores desafios contemporâneos do direito à privacidade”

Apesar do entendimento do Egrégio Superior Tribunal Federal, o usuário segue vulnerável, considerando a estrutura do modelo de negócios atual, sendo certo que não se faz necessário o acesso ao dado pessoal detalhadamente, com a finalidade de espionar os dados do indivíduo, mas por meio

---

41 Supremo Tribunal Federal. MC - ADI 6387/DF, Rel. Min. Rosa Weber. CFOAB x Presidente da República.

da identificação de padrões de aprendizado, apreendidos a partir do processamento de grandes quantidades de dados<sup>42</sup> é possível prever, mesmo que com margem de erro, o comportamento dos usuários online.

Muitas vezes, processos de decisões automatizados valem-se desses perfis que não necessariamente identificam uma pessoa em específico, mas um grupo – *grouping*. É pelo fato de ela estar catalogada, inserida referenciada ou estratificada nesse grupo que uma série de decisões serão tomadas a seu respeito, ainda que sem individualizá-la diretamente. Como já apontado no início deste subcapítulo, essa é uma metodologia bastante comum em muitos modelos de negócios que se valem de dados estatísticos de grupos para o direcionamento de conteúdo e publicidade, ainda que não seja possível identificar as pessoas que compõem aquela massa.<sup>43</sup>

Não é possível aferir a predição do comportamento de um determinado grupo com determinadas características, sob a égide de dado anonimizado, sem desrespeitar a tutela do dado pessoal imposta pela LGPD, visto que tal processo é falível, conforme preconiza Bruno Bioni:

Torna-se cada vez mais recorrente a publicação de estudos que demonstram ser o processo de anonimização algo falível. A representação simbólica de que os vínculos de identificação de uma base de dados poderiam ser completamente eliminados, garantindo-se, com 100% (cem por cento) de eficiência, o anonimato das pessoas, é um mito.<sup>44</sup>

Os dados são produzidos em grande escala, e fazem parte da rotina atual da sociedade. Isoladamente, essa matéria prima representa apenas bytes sem valor, porém ao ser agrupada e tratada, oferece insumo valioso para qualquer um que tenha seu domínio na Sociedade da Informação. Ocorre que, na prática a aplicação da matriz preditiva é a

---

42 SIEGEL, 2017, p. 51.

43 BIONI, 2019, p. 114.

44 *Ibid*, p. 107.

transformação de dados, que antes compunham algo abstrato e sem valor, em algo concreto, imprimindo significado a um conjunto de informações que isoladamente não produziam sentido. Importante salientar que, a Análise Preditiva gera um novo dado, antes inexistente, e a exposição do referido dado pode ter repercussão tal, que acabe por violar a esfera da intimidade individual.

A Análise Preditiva no cenário brasileiro envolve desrespeitar a inviolabilidade da intimidade e da vida privada, bem como o sigilo das comunicações em geral e de dados, garantias fundamentais previstas no artigo 5º, X e XII, da Constituição Brasileira de 1988, além do art. 12 § 2º da Lei nº 13.709/2018, art. 3º, II e III da Lei nº 12.965/2014 e art. 21 do Código Civil.

É nessa toada que a proteção da vida íntima do indivíduo conecta-se à noção de liberdade previsto na legislação brasileira. A liberdade, entendida como a capacidade de o indivíduo gerir a própria vida, não pode ser tolhida pela Análise de Dados vigente na Sociedade da Informação, seja pelo risco que a simples coleta do dado pessoal possa oferecer, seja pelo resultado que a Análise Preditiva possa gerar, expondo um íntimo desejo ou pensamento não autorizado pelo indivíduo. O debate prossegue com Andresani e Stamile:

Our own take on the debate of how to carry out an analysis and evaluation of arguments is to go back to the methodological options presented earlier. From that analysis, it is clear that we take the stance that the specialist area upon which argumentation analysis and evaluation would focus needs to be taken into account in the debate.<sup>45</sup>

A legislação de proteção de dados necessariamente deve abarcar todo e qualquer processamento de dados que submeta um indivíduo ou uma coletividade a uma decisão

---

45 ANDRESANI, G.; STAMILE, N. 2018, p. 453.

automatizada<sup>46</sup>. Bruno Bioni leciona: “Pouco importa se tal tratamento se centra em uma informação isolada ou agregada e que não revele uma pessoa direta ou indiretamente (dados anonimizados), desde que ele impacte a sua vida e, portanto, o livre desenvolvimento da sua personalidade.<sup>47</sup>

Tem-se, então, a latente importância da alocação da proteção dos dados pessoais como um novo direito da personalidade, permitindo-se, assim, maior alcance normativo, capaz de abarcar toda e qualquer atividade de processamento de dados, mesmo os não pessoais, mas que afetam a vida de um indivíduo:

Conforme vislumbrado nas décadas recentes, é possível estabelecer um prognóstico de que o ritmo dessa máquina de produção de valor, *alimentada por dados*, recrudescerá nos próximos anos. E ainda que não é plausível qualquer previsão otimista quanto à preservação da intimidade dos usuários das aplicações informáticas e da internet. Torna-se consensual a necessidade de que os usuários de ferramentas tecnológicas, legítimos titulares dos seus dados, possam limitar as informações que desejam, ou não, tornar públicas, com o intuito de proteger sua privacidade.<sup>48</sup>

Sob a perspectiva da Matriz Captológica, método utilizado pelo mercado atual das plataformas, o agravamento da afronta aos direitos da personalidade se constata, visto que por meio de técnicas de persuasão e retenção do usuário, usam dados objetivos para conhecer, capturar e reter a atenção do cidadão, num fluxo infinito de para manter o usuário engajado, enganchando a atenção e dominando seu tempo, na promessa subconsciente de pequenas explosões de dopamina que vem de cada curtida nas redes sociais.

Além de prever o comportamento, é necessário manter o usuário por mais tempo logado, alimentando o Big Data.

---

46 BIONI, 2019, p. 112.

47 BIONI, 2019, p. 113.

48 BARRETO JUNIOR; NASPOLINI, 2019, p. 142.

Por meio da análise dos dados - o padrão de navegação, tempo médio gasto em tipos diferentes de postagens, a pausa em um vídeo, pular uma música recomendada ou um determinado conteúdo - métricas captológicas implícitas, visa-se intervir no fluxo das ações do indivíduo conectado, e em última instância afrontar diretamente o direito da autodeterminação informacional.

Em última instância, a prática do *profiling*, a qual os dados pessoais do usuário formam determinado perfil a seu respeito que fundamentará incontáveis decisões sobre o que será disponibilizado na sua experiência online. Todos os passos do indivíduo online é calibrado com base nesses estereótipos construídos.

Na famosa expressão de Eli Pariser, há uma bolha que, como um filtro invisível, direciona desde a própria interação do usuário com outras pessoas em uma rede social até o acesso e a busca por informação na rede. Doutrina-se a pessoa com um conteúdo e uma informação que giram em torno dos interesses inferidos por intermédio dos seus dados, formando-se uma bolha que impossibilita o contato com informações diferentes, ocasionais e fortuitas, que escapariam dessa catalogação.<sup>49</sup>

Tanto é necessária essa nova adequação que os autores Barreto Junior e Pelizzari (2019) abordam o tema de forma bastante atual, com o conceito de que a sociedade vive na denominada bolhas sociais que se trata de uma espécie de confinamento informático ao qual são submetidos os usuários de ferramentas on-line, assim definido:

Na história da humanidade foi presente o fenômeno das bolhas sociais, em que pessoas se aproximam e se relacionam com outras que reforcem suas crenças, valores, ideologia ou visões de mundo. Com o crescimento da internet esse fenômeno se intensifica. Entretanto, têm se o sentimento de que, antes, a convivência dos que pensam diferente era menos endógena, com menor potencial de causar conflitos como ocorrem atualmente com a polarização de

---

49 BIONI, 2019, p. 122.

pensamentos. Parte da responsabilidade dessa polarização é dos próprios usuários que não se dão conta de que seu comportamento online acaba por guiar o recebimento de informações disponibilizadas na rede. As informações recebidas são personalizadas e filtradas com base em seus gostos pessoais.<sup>50</sup>

Na base das democracias vigorosas e duradouras está a capacidade de que seus cidadãos possam fazer escolhas racionais e possuir o imprescindível discernimento para que possam ter participação nos sufrágios, deliberar sobre quem serão seus governantes, influenciar na tomada de decisão das políticas públicas e cobrar os governantes quanto à transparência da gestão pública e da alocação de recursos financeiros geridos pelo Estado. As bolhas sociais, acompanhadas das Fake News e da erosão de valores republicanos e liberais podem, potencialmente, obnubilar o ambiente e paulatinamente afastar os cidadãos das escolhas racionais.

## Conclusão

O cenário atual demonstra que o objetivo do Vale do Silício e seu discurso progressista de unir a comunidade atingindo a globalização e evolução da humanidade sem precedentes restou prejudicada, sendo certo que a realidade da construção exclusivamente privada e corporativa do ciberespaço promoveu a fragmentação da sociedade e a criação de mais desigualdade social e racial.

O que ocorreu, de fato, foi a promessa de emancipação do ser humano a partir da tecnologia e do acesso à internet, contanto que se tratasse de uma internet editada e controlada por grandes empresas que capitalizam com o tempo gasto dos usuários em suas plataformas e com os dados que nelas deixam.

---

50 BARRETO JUNIOR; PELIZZARI, 2019, *on-line*.

A legislação brasileira não coaduna com a condição hipossuficiente dos indivíduos titulares dos dados pessoais, especialmente diante do fato deles viverem uma relação assimétrica que lhes prejudica o exercício do direito à autodeterminação informativa. Tem-se, portanto, que o consentimento deve figurar como aspecto central para a efetiva proteção de dados.

Em nome da ignorância e da comodidade ofertada pelas plataformas, os titulares de dados acabam coadunando com o sistema que os usurpa. Apenas por meio da educação dos titulares de dados é que será possível amenizar as consequências descomunais que a atuação das plataformas tem em suas vidas. É preciso instruir os usuários de como se dá essa estrutura da coleta do dado e quais interesses privados que tal procedimento trabalha por. Restando nítido que, na Sociedade da Informação, a preocupação em garantir a dignidade da pessoa humana não é tão significativa quanto deveria ser.

A organização da Sociedade da Informação é evolução que não vislumbra retrocesso, entretanto, torna-se indispensável melhor regulamentar e facilitar ao máximo o controle do usuário sobre o acesso aos seus dados, sem mitigar sua liberdade, chegando-se, então, ao equilíbrio desejável que privilegia a dignidade da pessoa humana.

## Referências bibliográficas

ANDRESANI, G.; STAMILE, N. *Transparency in internet regulation and governance: arguments and counter-arguments with some methodological reflections*. **REVISTA BRASILEIRA DE ESTUDOS POLÍTICOS**, Belo Horizonte, n. 117, pp. 443-476, jul./dez, 2018.

AZZENA, L. (2021). *L'algoritmo nella formazione della decisione amministrativa: l'esperienza italiana*. **REVISTA BRASILEIRA DE ESTUDOS POLÍTICOS**, 123, 503-538.

BACHRACH, Yoram; KOSINSKI, Michal; GRAEPELL, Thore; KOHLI, Pushmeet; STILLWELL, David. **Personality and Patterns of Facebook Usage**. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2380718.2380722>. Acesso em: 20 out. 2020;

BARBROOK, Richard; CAMERON, Andy. **The Californian Ideology**. Disponível em: [http://www.comune.torino.it/gioart/big/bigguest/riflessioni/californian\\_engl.pdf](http://www.comune.torino.it/gioart/big/bigguest/riflessioni/californian_engl.pdf). Acesso em: 5 mai. 2020;

BARRETO JUNIOR, I. F., & FERREIRA LEITE, B. S. (2017). Responsabilidade civil dos provedores de aplicações por ato de terceiro na lei 12.965/14 (marco civil da internet). **Revista Brasileira De Estudos Políticos**, 115. Recuperado de <https://pos.direito.ufmg.br/rbep/index.php/rbep/article/view/479>.

BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco. Proteção da Privacidade e de Dados Pessoais na Internet: O Marco Civil da rede examinado com fundamento nas teorias de Zygmunt Bauman e Manuel Castells. *In*: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; DE LIMA, Cintia Rosa Pereira. (Org.). **Direito & Internet III**. São Paulo: Quartier Latin, 2015. p. 100-127.

BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco; NASPOLINI, Samyra Haydêe Dal Farra. Proteção de informações no mundo virtual: a LGPD e a determinação de consentimento do titular para tratamento de dados pessoais. **Cadernos Adenauer XX** (2019), nº3 Proteção de dados pessoais: privacidade versus avanço tecnológico Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, outubro 2019.

BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco. PELIZZARI, Bruno Henrique Miniuchi. Bolhas Sociais e seus efeitos na Sociedade da Informação: Ditadura do Algoritmo e Entropia da Internet. **Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias**. Salvador, 2019.

BENTES, Anna. A gestão algorítmica da atenção: enganchar, conhecer e persuadir. Políticas, Internet e Sociedade. **POLÍTICAS, INTERNET E SOCIEDADE**, Belo Horizonte, p. 222-234;

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019;

BRASIL. **MEDIDA PROVISÓRIA 954/2020**. Disponível em: [HTTP://PLANALTO.GOV.BR/CCIVIL\\_03/\\_ATO2019-2022/2020/MPV/MPV954.HTM](http://planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/MPV/MPV954.HTM). Acesso em: 12 nov. 2020

BRASIL. **SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. MC - ADI 6387/DF, REL. MIN. ROSA WEBER** Disponível em: [HTTP://WWW.STF.JUS.BR/ARQUIVO/CMS/NOTICIA-NOTICIASTF/ANEXO/ADI6387MC.PDF](http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticia-noticiastf/anexo/ADI6387MC.PDF). Acesso em: 12 nov. 2020

BRASIL. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - Lei nº 13.709/2018**. 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: 05 nov. 2020;

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil 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 nov. 2020;

BRASIL. **Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/2002/l10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/l10406.htm). Acesso em: 05 nov. 2020;

BRASIL. **Lei nº 12.965 de 23 de abril de 2014**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/\\_Ato2011-2014/2014/Lei/L12965.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L12965.htm). Acesso em: 05 nov. 2020;

BRUNO, Fernanda; BENTES, Anna; FALTAY, Paulo. Economia psíquica dos algoritmos: quando o laboratório é o mundo. **REVISTA FAMECOS**, Porto Alegre, v. 26, nº3, set-dez, 2018;

DJICK, José Van. **A Sociedade da Plataforma: entrevista com José van Dijck**. Disponível em: <https://digilabour.com.br/2019/03/06/a-sociedade-da-plataforma-entrevista-com-jose-van-dijck/>. Acesso em: 20 out. 2020;

DURANTE, Massimo. A construção online da identidade pessoal através da confiança e da privacidade. **INFORMAÇÕES 2**, p. 594–620, 2011;

EYAL, Nir. **(ENGAJADO): Como construir produtos e serviços formadores de hábitos**. São Paulo, Alfacon, 2020.

EYEAL, Nir. **Hooked**. Penguin Books, 2014.

FLORIDI, Luciano. **The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality**. Ed. Oxford University Press, 2014;

KOSINSKI, Michal; STILLWELL, David; GRAEPEL, Thore. **Características e atributos privados são previsíveis a partir de registros digitais do comportamento humano**. Disponível em: <https://doi.org/10.1073/pnas.1218772110>. Acesso em: 21 out. 2020;

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane **Administração de Marketing**. 12. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006;

RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade da vigilância: a privacidade hoje. Organização, seleção e apresentação de Maria Celina Bodin de Moraes**. Tradução: Danilo Doneda e Luciana Cabral Doneda. Rio de Janeiro: Renovar, 2008;

SCHECHTMAN, Marya. **Staying Alive: personal identity, practical concerns, and the unity of a life.** Oxford: Oxford University Press, 2014;

SIEGEL, Eric. **Análise Preditiva.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2017;

ZUBOFF, SHOSHANA. **Big other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação.** In: BRUNO, Fernanda; CARDOSO, Bruno; KANASHIRO, Marta; GUILHON, Luciana; MELGAÇO, Lucas et al. (Org.). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem.* São Paulo: Boitempo, 2018.

---

*Recebido em: 17/12/2020*

*Aprovado em: 26/09/2022*

**Fernanda Zampieri Molina**

*E-mail: fernanda@molinaemolinaadvogados.com.br*

**Irineu Francisco Barreto Junior**

*E-mail: neubarreto@hotmail.com*