

FACULDADE DE DIREITO DE VITÓRIA
GRADUAÇÃO EM DIREITO

CAMILA LUCAS DEPS

UTILIZAÇÃO DE DADOS PESSOAIS NAS REDES SOCIAIS:
UMA ANÁLISE DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR SOB A
ÓTICA DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

VITÓRIA
2021

CAMILA LUCAS DEPS

**UTILIZAÇÃO DE DADOS PESSOAIS NAS REDES SOCIAIS:
UMA ANÁLISE DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR SOB A
ÓTICA DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Faculdade de Direito de Vitória – FDV, como requisito para obtenção do título de Bacharela em Direito.
Orientador: Professora Ma. Ivana Bonesi Rodrigues Lelis.

VITÓRIA

2021

CAMILA LUCAS DEPS

**UTILIZAÇÃO DE DADOS PESSOAIS NAS REDES SOCIAIS: UMA
ANÁLISE DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR SOB A ÓTICA DA LEI
GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Faculdade de Direito de Vitória – FDV,
como requisito para obtenção do título de Bacharela em Direito.

Aprovada em ____ de dezembro de 2021.

COMISSÃO EXAMINADORA

Professora Ma. Ivana Bonesi Rodrigues Lelis
Faculdade de Direito de Vitória
Orientadora.

Prof.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar os efeitos das mudanças proporcionadas pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais sobre as cláusulas das políticas de privacidade das redes sociais, ponderando acerca da efetiva proteção do consumidor. Para isso, parte-se de uma exposição da importância dos dados pessoais na “era da informação”, analisando-se a ausência de uma legislação específica sobre o tema e a urgência de tal tratamento legal, ante o aumento significativo de casos de más condutas frente ao tratamento de dados. Nesse contexto, em 2018, foi sancionada a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, que cumpre a finalidade de regular a coleta, processamento e tratamento dos dados. Realiza-se uma análise das bases fundamentais da referida Lei, bem como da sua incidência no âmbito das relações consumeristas, destacando-se a vulnerabilidade do consumidor. Apresenta-se o conceito de redes sociais, de modo a evidenciar a relação de consumo existente. Posteriormente, aborda-se algumas cláusulas das políticas de privacidade das redes sociais. Defende-se, a partir da análise de tais cláusulas contratuais, uma inicial resistência das redes sociais à devida aplicação da proteção prevista pela LGPD, o que resulta em uma consequente ausência da efetiva tutela ao consumidor.

Palavras-chave: Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Relação de consumo. Redes sociais. Políticas de privacidade. Alterações contratuais inefetivas.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	05
1 O VALOR DOS DADOS PESSOAIS NA “ERA DA INFORMAÇÃO”	07
1.1 A PROTEÇÃO DOS DADOS PESSOAIS NO CONTEXTO PRÉ LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS.....	09
2 A CRIAÇÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS	14
2.1 ANÁLISE DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS	15
2.1.1 Os agentes da Lei Geral de Proteção de Dados	17
2.2 A APLICAÇÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMERISTAS DIANTE DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR	20
3 A RELAÇÃO DE CONSUMO EXISTENTE ENTRE AS REDES SOCIAIS E SEUS USUÁRIOS	23
3.1 OS TERMOS DE USO E POLÍTICA DE PRIVACIDADE DAS REDES SOCIAIS	25
3.2 A PROTEÇÃO (IN)EFETIVA DO CONSUMIDOR DIANTE DAS ALTERAÇÕES PROMOVIDAS PELA LGPD NAS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE DAS REDES SOCIAIS	26
CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERÊNCIAS	37

INTRODUÇÃO

Devido à globalização e aos avanços da internet, permitindo trocas cada vez mais intensas de informações, as redes sociais se tornaram uma ferramenta muito importante. Desse modo, o número de usuários das redes também aumentou significativamente, fator este que ensejou uma diversificada circulação de dados pessoais em tais ambientes virtuais.

A proteção dos dados pessoais dos usuários, assim como a proteção da privacidade, tornou imprescindível a criação de uma Lei que os amparasse. Nesse viés, fora aprovada, em agosto de 2018, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, a qual passou a vigor em setembro de 2020.

A Lei 13.709/2018 possui o objetivo de estabelecer um regulamento para o tratamento de dados pessoais de indivíduos, a fim de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, trazendo, dessa forma, novas obrigações que deverão ser respeitadas por aqueles que utilizam e tratam estes dados.

Ressalta-se que a utilização de dados pessoais gera efeitos no campo econômico e social. Diante disso, configurando-se as relações de consumo como uma forma de relação social, a vigência da LGPD impacta sobre toda a sociedade, pretendendo acarretar grandes mudanças nas relações consumeristas, principalmente no que tange à proteção do consumidor.

Com base no supracitado, o intuito da presente pesquisa consiste em analisar as alterações proporcionadas pela Lei 13.709/2018 nas cláusulas dos contratos de algumas das principais redes sociais, em especial, nas políticas de privacidade, a fim de ponderar a respeito da efetividade de tais alterações no tocante à proteção do consumidor.

Nesse sentido, inicialmente, destaca-se a importância dos dados pessoais na “era da informação” e suas as formas usuais de coleta e tratamento. Pretende-se abordar, ainda, a inexistência de legislações específicas para a proteção dos dados pessoais, até a entrada em vigor da LGPD.

Outrossim, tem-se como objetivo observar as bases fundamentais da LGPD, de forma a compreender os agentes e os principais requisitos dispostos por esta Lei, bem como o seu impacto frente à vulnerabilidade do consumidor. Por fim, busca-se apresentar a relação de consumo existente entre o usuário e as redes sociais, explanando como ocorre e qual o principal objeto dessa relação.

Ante todo o exposto, almeja-se ponderar, diante da análise das cláusulas dos contratos de três redes sociais específicas, se houve uma alteração significativa das políticas de privacidade desses serviços digitais, em razão da vigência da LGPD, implementada com o intuito de garantir uma maior proteção ao consumidor, no tocante à utilização dos seus dados pessoais no ambiente das redes sociais.

1 O VALOR DOS DADOS PESSOAIS NA “ERA DA INFORMAÇÃO”

O advento dos avanços tecnológicos proporcionou uma mudança colossal na forma com que as pessoas se comunicam e relacionam, sendo o ambiente virtual a principal ferramenta para interações mais dinâmicas entre os indivíduos nos tempos atuais.

Nesse viés, Danilo Doneda (2012, p. 3) corrobora:

A construção de instrumentos para facilitar a comunicação e interação entre pessoas estão entre as aplicações das tecnologias de informação de maior destaque hoje. Afora as tantas possibilidades de acesso, armazenamento e compartilhamento de informação, a possibilidade de contatos diretos entre pessoas, mediados pelas tecnologias da informação, é um elemento que torna o meio tecnológico mais palatável e que pode funcionar como um verdadeiro indutor para a adoção massificada de uma determinada tecnologia ou sistema.

Dessa forma, a quantidade de informações e dados, principalmente pessoais, que se encontram inseridos em ambientes virtuais é imensurável, fator este que, diante da já mencionada evolução da tecnologia, culminou na chamada “era da informação”.

Isto posto, faz-se importantíssimo conceituar o que seriam os dados pessoais, estes que, de acordo com o art. 5º, inciso I, da Lei 13.709/18 (LGPD), são “[...] informações relacionadas a pessoa natural identificada ou identificável” (BRASIL, 2018), ou seja, os dados pessoais podem se referir a uma universalidade de “informações”, desde dados cadastrais como nome, documento de identidade, e-mail, ao endereço de IP, dados biométricos, de saúde (LIMA, 2014, p. 155). Portanto, um dado é considerado pessoal quando é capaz de representar e caracterizar o indivíduo.

Ainda no âmbito dessa discussão, entre os dados pessoais existem aqueles que necessitam de uma atenção maior, isto é, aqueles em que as restrições do uso em face de terceiros são mais rigorosas, sendo estes os dados sensíveis. São considerados sensíveis os dados que revelam a origem racial, étnica, opiniões políticas e religiosas, dados genéticos ou aqueles relacionados à saúde em geral e dados relativos à orientação sexual do indivíduo (DONEDA, 2006, p. 160-161).

Ressalta-se que os dados pessoais, nos meios digitais, são alvos de variados procedimentos que envolvem o seu uso, como por exemplo a coleta, o armazenamento e a transferência, sendo estes, em suma, formas de tratamento dos dados pessoais.

Cabe salientar que existem inúmeros métodos capazes de realizar o tratamento de dados pessoais na internet. Isto, pois, como bem aludem Oliveira, Barros e Pereira (2017, p. 573, grifo do autor):

A amplitude cada vez maior dos canais informacionais e comunicacionais pela *Internet* fazem com que muitos setores da sociedade se estruturam e também levem os indivíduos a divulgarem ou compartilharem seus dados pessoais na rede, espontaneamente ou captados por empresas ou geradoras informáticas [...].

Desse modo, no tocante à captação de informações, são utilizados, usualmente, os contratos de adesão como ferramenta de suposta legitimação para tal. Assim, faz-se imperativo conceituar tais contratos, os quais, de acordo com Maria Helena Diniz (2009, p. 367), “[...] são aqueles em que a manifestação da vontade de uma das partes se reduz a mera anuência a uma proposta da outra”. Logo, torna-se extremamente fácil a utilização e coleta de dados, uma vez que a empresa, unilateralmente, decide as cláusulas do contrato, de forma que o usuário apenas poderá ser inserido em determinado espaço virtual se consentir com o que fora posto.

Lyon (apud DONEDA, 2019, p. 36) afirma que a utilização cada vez mais ampla de dados pessoais para as mais variadas atividades – identificação, classificação, autorização e tantas outras – torna tais dados elementos essenciais para que o indivíduo possa se mover com autonomia e liberdade nos corredores do que hoje costumamos denominar sociedade da informação.

Sendo assim, pode-se afirmar, indubitavelmente, como mencionou o Ministro do Supremo Tribunal Federal, Luiz Fux, em sede de julgamento da ADI 6.387 (BRASIL, 2021), que os dados pessoais, na sociedade atual, se tornaram verdadeiras *commodities* da economia da informação, haja vista que estão sendo coletados, armazenados e, principalmente, transformados em mercadoria e transmitidos, por possuírem valor econômico (SARTORI; BAHIA, 2019, p. 226).

Ante todo o exposto, faz-se extremamente necessário prezar pela autonomia e liberdade dos titulares dos dados pessoais, de forma que terceiros necessitem de um consentimento prévio para tratar e processar esses dados.

1.1 A PROTEÇÃO DOS DADOS PESSOAIS NO CONTEXTO PRÉ LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

A utilização cada vez mais frequente da internet e de seus ambientes virtuais proporcionou um rápido crescimento do número de usuários variados, diretamente proporcional à circulação de dados pessoais nessas redes. Entretanto, Bruna Lyra Duque (2019) assevera que:

Nos processos automatizados que viabilizam o tratamento de dados pessoais, o risco é condição intrínseca da atividade, mas quando o uso desses dados se efetiva de modo indevido pode ocasionar um curto-circuito, isto é, pane no sistema da privacidade e, conseqüentemente, resultados danosos diversos aparecerão para as vítimas.

Dessa forma, há de se enfatizar a proteção de dados pessoais no ordenamento jurídico brasileiro anteriormente ao surgimento da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Inicialmente, destaca-se que o direito à proteção de dados pessoais é tido como fundamental. Quanto a isso, Danilo Doneda (2011, p. 103) menciona a Declaração de Santa Cruz de La Sierra, a qual fora estabelecida pelo Governo Brasileiro em 2003, tendo regulado, em seu documento final, no item 45, o direito fundamental à proteção de dados pessoais:

[...] a proteção de dados pessoais é um direito fundamental das pessoas e destacamos a importância das iniciativas reguladoras ibero-americanas para proteger a privacidade dos cidadãos, contidas na Declaração de Antigua, pela qual se cria a Rede Ibero-Americana de Proteção de Dados, aberta a todos os países da nossa Comunidade (CUMRE IBEROAMERICANA, 2003, p. 9).

Nesse viés, faz-se perceptível, observando o texto constitucional de 1988, que a proteção de dados pessoais como um direito fundamental não resulta de uma dicção explícita e literal, mas sim da consideração dos riscos que o tratamento automatizado traz à proteção da personalidade à luz das garantias constitucionais de igualdade substancial, liberdade e dignidade da pessoa humana, juntamente com a proteção da intimidade e da vida privada (DONEDA, 2011, p. 103).

O inciso X do art. 5º da Carta Magna de 1988 dispõe a respeito da inviolabilidade da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem das pessoas (BRASIL, 1988). Com base nesse dispositivo normativo, faz-se necessário ressaltar que o direito à privacidade se perfaz, também, em um direito fundamental, uma vez que “[...] decorre da menção à inviolabilidade da vida privada e da intimidade” (DONEDA, 2011, p. 105). A respeito disso, tem-se que uma violação a qualquer de ambos os termos caracteriza, também, uma ofensa ao direito à privacidade.

Isto posto, Laura Schertel Mendes (2008, p. 20, grifo nosso) leciona:

Muito embora a norma suprema mencione ambos os termos, tal distinção não deve operar efeitos jurídicos **na tutela da privacidade pelo direito brasileiro**, porque, tanto o seu âmbito de proteção, como as suas limitações, assim como os efeitos de sua violação, independem da distinção entre “vida privada” e “intimidade”, razão pela qual se entende que tal distinção não deve ser tratada juridicamente.

Com isso, deve-se conceituar privacidade, esta que se traduz como a ideia de domínio do indivíduo sobre as suas informações, em detrimento da ideia de isolamento do indivíduo. Sendo assim conceituada, a privacidade reflete claramente a existência de uma autonomia do seu titular na configuração desse direito (MENDES, 2008, p. 21).

Laura Schertel Mendes (2008, p. 14) ainda assevera que o direito à privacidade começou a ser debatido na sociedade como consequência do emprego de novas técnicas e instrumentos tecnológicos, que passaram a possibilitar o acesso e a divulgação de fatos relativos à esfera privada do indivíduo de uma forma anteriormente impensável.

Visto isso, na atual “era digital”, as trocas instantâneas de informações acabam por mitigar, de certa forma, o referido direito à privacidade, de modo que o tratamento e processamento de dados pessoais, coletados nos mais variados ambientes virtuais, limitam a autonomia e liberdade do titular, ou seja, enfraquecem a privacidade deste frente à utilização e apropriação de seus dados.

Desse modo, além de se inferir que o direito à privacidade está diretamente ligado ao direito à proteção de dados pessoais, este que também é tido como fundamental, constata-se, de acordo com Doneda (2010, p. 39), que tal direito à proteção de dados nada mais é do que uma maneira indireta de atingir um objetivo final, qual seja: a proteção da pessoa nos meandros da Sociedade da Informação.

Ainda no âmbito da proteção de dados pessoais pela Constituição Federal de 1988, salienta-se o *Habeas Data*, versado no art. 5º, inciso LXXII, que, em suma, é uma garantia processual para que o cidadão possa acessar e, caso necessário, retificar seus dados pessoais que se encontram em posse do poder público (MENDES, 2018, p. 214).

A respeito do instituto supramencionado, vale ressaltar o julgamento, no ano de 2015, do RE nº 673.707, o qual fora interposto em face do acórdão do TRF da 1ª Região, que determinou a improcedência do *habeas data*. Em sede de julgamento do referido recurso, o relator, Ministro Luiz Fux, em seu voto, proferiu que:

Aos contribuintes foi assegurado o direito de conhecer as informações que lhes digam respeito em bancos de dados públicos ou de caráter público, em razão da necessidade de preservar o status de seu nome, planejamento empresarial, estratégia de investimento e, em especial, a recuperação de tributos pagos indevidamente, dentre outras. Consectariamente, estas informações não são de uso privativo do órgão ou entidade produtora ou depositária das informações, a Receita Federal do Brasil, **mas dizem respeito ao próprio contribuinte**. (BRASIL, 2015, p. 12, grifo nosso).

A partir do reconhecimento da possibilidade de acesso do contribuinte ao Sistema de Conta Corrente da Secretaria da Receita Federal do Brasil (SINCOR), constatou-se que as informações pessoais, armazenadas e processadas por outras entidades, – por simplesmente tornarem possível a identificação de determinado indivíduo –,

podem afetar a sua esfera de direitos e, dessa forma, merecem a tutela constitucional a partir da garantia do *habeas data* (MENDES, 2018, p. 198).

Contudo, para Danilo Doneda (2011, p. 104), a ação de *habeas data* não possui instrumentos capazes de torná-la suficientemente ágil e eficaz para a garantia fundamental de proteção de dados pessoais. Nas palavras de Luís Roberto Barroso (1998, p. 212), tal instituto nada mais é do que “[...] um remédio de valia, no fundo, essencialmente simbólica”.

Nota-se, assim, que mesmo sem legislação específica, e certas vezes de forma inábil, a Constituição, reconhecendo “[...] os efeitos da circulação e da não circulação da informação sobre os indivíduos e a sociedade” (MENDES, 2018, p. 192), buscou legitimar a proteção dos dados pessoais como um direito fundamental a partir da interpretação e aprimoramento de outros direitos fundamentais em meio a “era da informação”.

Partindo para uma análise das legislações infraconstitucionais, tem-se que estas devem ser interpretadas e aplicadas em conformidade com os princípios garantidos pela Carta Magna. Sendo assim, ao se tratar da proteção de dados pessoais, as fontes normativas do ordenamento jurídico brasileiro que merecem destaque, por terem modernizado o tratamento da informação no Brasil em um contexto pré LGPD, são o Código de Defesa do Consumidor, o Marco Civil da Internet e a Lei de Acesso à Informação (MENDES; DONEDA, 2018, p. 470).

Nesse sentido, faz-se imperativo mencionar o art. 43 do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), o qual visa a proteger o consumidor no tocante às suas informações pessoais contidas em cadastros, banco de dados, fichas e registros (BRASIL, 1990). Desse modo, Fábio Ulhôa Coelho et al (1991, p. 175) reforça que tal artigo estabelece um conjunto de regras definidas em defesa do consumidor, que se aplicam a qualquer armazenamento de informações.

Diante disso, os pequenos fornecedores, bem como os grandes empresários, necessitam zelar pelas cláusulas contratuais que propõem, uma vez que se estas

apresentarem um tratamento abusivo de dados pessoais, serão tidas, diante do que determina o art. 51, do mesmo Código citado alhures, como nulas de pleno direito.

Percebe-se que o Código de Defesa do Consumidor, especificamente em seu art. 43, se configura como a peça normativa mais moderna e eficaz presente em nosso ordenamento no que diz respeito à proteção de dados (DONEDA, 2010, p. 51).

Ainda, cumpre abordar o Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014) e a Lei de Acesso à Informação (Lei 12.527/2011). Dessa forma, tem-se que a Lei 12.965/2014 objetiva regular as relações digitais, estabelecendo, nos dizeres de Rebeca Garcia (2016, p. 163), importantes princípios e colocando em posição de destaque a proteção da privacidade e dos dados pessoais do usuário. Já a Lei 12.527/2011, regulamenta, em seu art. 31, o tratamento das informações pessoais por parte dos órgãos da administração pública, enfatizando o respeito aos direitos fundamentais invioláveis dispostos no art. 5, inciso X, da Constituição de 1988 (BRASIL, 2011).

Todo o conjunto normativo supramencionado buscou, de certa forma, assegurar os direitos à proteção de dados pessoais e à privacidade, entretanto, acabavam por formar uma verdadeira “colcha de retalhos normativa”. Visto isso, o fato de o Brasil não dispor de uma regulamentação geral sobre o tema gerava uma insegurança jurídica a todos os envolvidos na atividade de tratamento e utilização dos dados pessoais (MENDES, 2019, p. 2).

Assim, tornava-se extremamente essencial a criação de uma lei que concretizasse a proteção de dados pessoais no ordenamento jurídico brasileiro, advindo, desse modo, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

2 A CRIAÇÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Diante da ausência de uma legislação específica sobre o tema, os casos de más condutas frente ao tratamento de dados ganharam força nos últimos anos. Dessa forma, destaca-se as denúncias de Edward Snowden em que aproximadamente 2,3 bilhões de telefonemas e e-mails do Brasil foram espionados pelos EUA (UCHOA, 2013), e, ainda, um escândalo mais atual, que ocorrera em 2016, envolvendo a empresa de análise de dados *Cambridge Analytica*, a respeito da apropriação e utilização de dados de cerca de 50 milhões de perfis de americanos no Facebook para fins políticos (ROSENBERG; CONFESSORE; CADWALLADR, 2018).

Nesse viés, em um cenário de utilização e tratamento inadequados de dados pessoais, resultantes, sobretudo, do mundo tecnológico criado pelo homem que, ao mesmo tempo o auxilia e o coloca frente a inúmeros desafios (FABRIZ, 2006, p. 18), tornava-se necessário no ordenamento jurídico brasileiro, de acordo com Danilo Doneda (2009, p. 87), a disposição de instrumentos capazes de assegurar que a fruição das novas vantagens proporcionadas pela tecnologia pudesse ocorrer de forma proporcional à manutenção das expectativas de privacidade.

Ante o exposto, e se pautando na decisão político-jurídica de variados sistemas jurídicos no sentido de disciplinar a coleta e, principalmente, o tratamento de dados pessoais por intermédio de legislação específica sobre o tema (MIRAGEM, 2019, p. 6), frisa-se a importância da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei 13.709/2018), que fora sancionada em 14 de agosto de 2018, e passou a vigor em setembro de 2020, instituindo, de forma inédita no país, “[...] um regime geral de proteção de dados, consolidando e complementando o marco normativo da sociedade da informação em desenvolvimento no Brasil” (MENDES, 2018, p. 186).

A referida Lei objetiva proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, de modo a dispor sobre a regulamentação do tratamento de dados pessoais, não se restringindo à internet ou

meios digitais, por pessoa natural ou jurídica de direito público ou privado (BRASIL, 2018). Sendo assim, Henrique Somadossi (2018) leciona:

A LGPD cria uma regulamentação para o uso, proteção e transferência de dados pessoais no Brasil, nos âmbitos privado e público, e estabelece de modo claro quem são as figuras envolvidas e quais são suas atribuições, responsabilidades e penalidades no âmbito civil.

Faz-se notório que a LGPD se ampara na ideia central de que os indivíduos tenham conhecimento e controle sobre o processo de tratamento de suas informações, “[...] principalmente daquelas que as identificam, que são os dados pessoais, possibilitando a limitação desse processamento” (BLUM; SCHUCH, 2018).

Posta essa conjuntura, o tratamento de dados pessoais por terceiros alheios aos dados necessita cumprir alguns requisitos. Desse modo, faz-se essencial compreender as bases fundamentais da LGPD, que serão explanadas a seguir.

2.1 ANÁLISE DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

A LGPD dispõe acerca de dados pessoais, dados pessoais sensíveis e dados anonimizados. Os dados pessoais “[...] correspondem à esfera privada de seu titular [...]”, enquanto os dados pessoais sensíveis são os que possuem “[...] valores atinentes ao âmbito da intimidade ou esfera confidencial, cujo acesso é mais restrito [...]” (VIEIRA, 2007, p. 228). Ainda, tem-se os dados anonimizados, os quais não são considerados pessoais para os fins da Lei 13.709/2018, salvo em caso de reversão da anonimização, vez que são relativos a um titular que não pode ser identificado (BRASIL, 2018).

Dessa forma, os dados sujeitos à proteção pela LGPD são apenas os classificados como pessoais, sejam eles sensíveis ou não, isto, pois, como bem explica Laura Schertel Mendes (2008, p. 72):

[...] após adquirirem a característica de anônimos, os dados não estão mais sujeitos à disciplina da proteção de dados pessoais, se tiverem sido tratados

de modo a impossibilitar toda e qualquer identificação pessoal. Isso porque a tutela jurídica abrange apenas aqueles dados que se refiram à pessoa identificada ou identificável.

Vale destacar que, de forma geral, os dados pessoais são “[...] informações relacionadas a pessoa natural identificada ou identificável” (BRASIL, 2018), ou seja, o nome, CPF, e até informações mais específicas como frequências de vezes que um indivíduo abastece seu carro ou quais as compras o mesmo fez na farmácia. Por outro lado, os dados pessoais sensíveis são aqueles mais íntimos, como a origem racial, convicção religiosa, opinião política, dado referente à saúde, e, ainda, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural (BRASIL, 2018).

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais preza pela autonomia do titular face aos seus dados pessoais pautando-se em fundamentos e princípios indispensáveis, dispostos nos artigos 2º e 6º da Lei 13.709/18. *In verbis*:

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. (BRASIL, 2018)

[...]

Art. 6º As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios:
 I - finalidade;
 II - adequação;
 III - necessidade;
 IV - livre acesso;
 V - qualidade dos dados;
 VI - transparência;
 VII - segurança;
 VIII - prevenção;
 IX - não discriminação;
 X - responsabilização e prestação de contas. (BRASIL, 2018)

Diante disso, afere-se que os fundamentos da LGPD se configuram como direitos fundamentais. Ademais, quanto aos princípios, Fabíola Santos e Rita Taliba acentuam que “[...] da boa-fé e da segurança decorrem os demais princípios que deverão guiar o comportamento das empresas que coletam e tratam, de qualquer forma, dados pessoais” (SANTOS; TALIBA, 2018, p. 227-228).

Outrossim, faz-se de suma importância abordar os agentes descritos pela LGPD.

2.1.1 Os agentes da Lei Geral de Proteção de Dados

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais dispôs cinco agentes principais envolvidos no processo de tratamento de dados, sendo eles: o titular, o controlador, o operador, o encarregado e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

O titular, de acordo com o art. 5º, inciso V, da Lei 13.709/2018, é “[...] pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento” (BRASIL, 2018). Sendo assim, este é o agente ao qual a Lei visa a proteger, haja vista que, por ser o possuidor dos dados, se torna mais vulnerável na relação de tratamento. Nos dizeres de Patrícia Pinheiro (2018, p. 80), “[...] a preocupação é garantir que o titular possa assegurar que seus dados estão sendo tratados de forma segura, verídica e cumprindo sua finalidade”.

Ainda, deve-se enfatizar os agentes de tratamento, quais sejam: o controlador e o operador. Sendo estes, respectivamente, pessoas naturais ou jurídicas, de direito público ou privado a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais; e que realizam o tratamento destes dados em nome do controlador (BRASIL, 2018). Assim, Bruno Feigelson et al (2019, p. 160), assevera que, em regra, “[...] o controlador é o responsável pela definição dos parâmetros da atividade de tratamento de dados e o operador, em nome do controlador, é quem efetivamente realiza a operação”.

A LGPD, em seu art. 5º, inciso VIII, também dispôs acerca do encarregado, o qual seria a pessoa “[...] indicada pelo controlador e operador para atuar como canal de comunicação entre o controlador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD)” (BRASIL, 2018). Segundo Patrícia Pinheiro (2018, p. 99), a figura do encarregado visa garantir que as informações fiquem centralizadas e que

o controlador se certifique de que a aplicação das normas receberá efetiva validação. Dessa forma, o encarregado seria uma espécie de “ponte”, transitando e mantendo informações entre os agentes supracitados.

Por fim, a referida Lei instituiu a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), a qual se configura como um órgão público fiscalizador, responsável por zelar, implementar e fiscalizar o cumprimento da referida Lei em todo o território nacional (BRASIL, 2018). Sendo assim, a ANPD, regula e vistoria o cumprimento da Lei 13.709/18 para assegurar os direitos dos titulares dos dados pessoais, como bem explanam Danilo Doneda e Laura Schertel Mendes (2018, p. 24):

Além de a Autoridade ser um ponto de referência e orientação para o cidadão, ocorre que o tratamento de dados pessoais é uma atividade complexa e que muitas vezes acontece de forma opaca, sendo realizado por entidades e corporações cujas práticas não são suficientemente transparentes – e que podem ser abusivas. A existência de uma Autoridade que atue de forma coordenada para prevenir e reprimir abusos, fiscalizando e tutelando tratamentos de dados de inteiras coletividades é fundamental para diminuir a distância abissal entre o cidadão e os entes que tratam seus dados, evitando que sejam abertas demandas individuais pelo caminho geralmente longo (ecustoso) da via judicial.

2.1.2 Principal requisito de dados pessoais

A LGPD, por meio de seus agentes, busca garantir ao titular diversos direitos sobre seus dados, como os de confirmar a existência de tratamento, retificar quando for necessário, além de poder restringir ou cancelar o tratamento do mesmo.

Para que os direitos supracitados sejam efetivamente assegurados faz-se necessária a observância, por parte dos terceiros que tratam os dados, de alguns requisitos imprescindíveis, a fim de que seja possível desenvolver a confiança da sociedade na infraestrutura de informação e comunicação (MENDES, 2019, p. 6).

Deve-se assentar acerca do tratamento de dados, que se traduz em “[...] toda operação realizada com dados pessoais” (BRASIL, 2018), como coleta, utilização, transmissão, processamento, armazenamento, dentre outras. Sendo assim, a prolixa

quantidade de aplicações abrigadas sob a nomenclatura “tratamento” demanda novos desafios ao intuito de propiciar a autonomia do titular dos dados sobre suas destinações (BARRETO JUNIOR; NASPOLINI, 2019, p. 146).

Diante disso, assevera-se que a imposição mais importante realizada pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais foi a necessidade de expresso consentimento prévio do titular no que tange ao destino e utilização de seus dados pessoais. Dessa forma, tem-se, de acordo com o art. 7º da Lei 13.709/18, que “[...] o tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado mediante o fornecimento de consentimento pelo titular” (BRASIL, 2018).

Gabriel Schulman (2016, p. 347), afirma que o ato de consentir para concessão de dados pessoais precisa ser claro, ademais, é necessário que as políticas de privacidade também sejam mais esclarecedoras, e que o consentimento não possa ser eterno, sendo essa uma forma de proteger o usuário de sua própria negligência.

Ressalta-se, ainda, que o consentimento se refere somente a finalidades específicas, de modo que “[...] o exercício regular do direito se limita à sua utilização apenas para os fins aos quais foram armazenados, exceto se, para outro fim, obtiver o seu detentor o consentimento do consumidor” (BARBOSA, 2019, p. 355).

Assim sendo, o consentimento se configura como a condição decisiva para o tratamento de dados pessoais. Nas palavras de Bruno Bioni (2019, p. 117):

[...] o progresso geracional normativo da proteção dos dados pessoais assinala, destarte, um percurso no qual o consentimento emerge, é questionado e se reafirma como sendo o seu vetor central. Com isso, o titular dos dados pessoais permanece sendo o seu ponto focal.

Diante desse cenário, nota-se que o consentimento do titular dos dados tende a protegê-lo contra diversas possíveis violações aos seus direitos: seja quanto ao fim pretendido, quanto a existência desses dados em determinado banco de dados, quanto a preservação dos dados pessoais, para evitar, por exemplo, destruição e modificação. Portanto, faz-se essencial a observância aos requisitos assegurados pela LGPD para um tratamento seguro e responsável, afinal “[...] por detrás da

expressão mundo digital, não se pode esquecer que está inserido no mundo real” (SCHULMAN, 2016, p. 357).

Por fim, insta salientar que um dos principais requisitos dos contratos também é o consentimento, e no que tange a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais não seria diferente. Desse modo, deve-se compreender a fundo a incidência da LGPD no âmbito das relações consumeristas.

2.2 A APLICAÇÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMERISTAS DIANTE DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

O acesso e a utilização dos dados pessoais compreendem um dos principais ativos empresariais na sociedade contemporânea e, ao mesmo tempo expressão dos riscos à privacidade frente às novas tecnologias da informação (GARFINKEL, 2000, p. 4-5), repercutindo por isso, amplamente, no mercado de consumo e, conseqüentemente, sobre o direito do consumidor (MIRAGEM, 2018, p. 352).

Há de salientar que a vigência da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais acarretou grandes mudanças nas relações consumeristas, principalmente no que tange à proteção do consumidor. Isto, pois as possibilidades de obter informações sobre os consumidores aumentaram drasticamente nos últimos anos, basicamente devido à intensificação da utilização da Internet e com o desenvolvimento em paralelo de tecnologias que, de forma direta ou indireta, permitem o monitoramento dos consumidores (DONEDA, 2010, p. 61).

Nesse sentido, sendo que o consumidor se perfaz na figura do titular dos dados pessoais, tem-se que este configura a parte mais frágil da relação de consumo, haja vista a sua vulnerabilidade. Dessa forma, a partir da Revolução Industrial, fez-se cada vez mais perceptível a força do fornecedor sobre aspectos econômicos, fáticos,

técnicos e informativos, o que tornava os consumidores frágeis e vulneráveis (ESCOLA BRASILEIRA DE DIREITO, 2016).

Assim, a criação do Código de Defesa do Consumidor decorre da notória vulnerabilidade do consumidor, tornando-se imprescindível resguardá-lo em face do fornecedor. Nelson Nery Júnior (1992, p. 46) esclarece:

As relações de consumo (relações jurídicas entre fornecedor e consumidor tendo como objeto o produto ou o serviço) estavam desequilibradas no mercado, estando o consumidor sem recursos legais hábeis a torná-lo tão forte quanto o fornecedor. O Código veio para regulamentar essa relação, criando mecanismos para que se torne equilibrada, evitando a prevalência de um em detrimento do outro sujeito da relação de consumo. Em suma, o Código não veio para punir o empresário, mas para dotar o consumidor de maior poder de negociação quando da patologia da relação de consumo.

Ressalta-se o art. 4º do Código de Defesa do Consumidor, o qual enfatiza as necessidades do consumidor, as quais deverão ser atendidas a fim de minimizar o desequilíbrio inerente às relações de consumo. O inciso I do referido dispositivo normativo destaca o “[...] reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo” (BRASIL, 1990), como um princípio basilar para o amparo deste diante da relação jurídica de consumo.

Corroborando com o exposto, Sérgio Cavalieri Filho (2019, p. 7) leciona que as normas desse novo direito estão sistematizadas a partir da ideia básica de proteção de determinado sujeito: o consumidor, por ser ele vulnerável. Isto, dado que só se justifica a aplicação de uma lei protetiva em face de uma relação desigual, de modo que entre partes iguais não se pode tratar privilegiadamente uma delas, sob pena de violação do princípio da igualdade.

Diante disso, os consumidores se encontram em uma situação de desigualdade diante dos fornecedores, situação esta que também ocorre em relação aos dados pessoais, vez que “[...] na perspectiva econômica, a posse de dados pessoais adquire crescente valor” (MIRAGEM, 2019, p. 3). Sendo assim, Bruno Miragem (2019, p. 3) também alude que se faz essencial aos fornecedores obterem informações precisas sobre os consumidores para que possam realizar sua segmentação de acordo com características comuns, no que se insere a importância dos dados pessoais.

À vista disso, insta enfatizar a Teoria do Diálogo das Fontes, a qual foi introduzida no Brasil por Cláudia Lima Marques, e que possui como essência o fato de as normas jurídicas não se excluírem porque pertencem a ramos jurídicos distintos, mas se complementarem (TARTUCE, 2011). Dessa forma, faz-se fundamental empregar nas relações de consumo outras regras que não integrem o Código de Defesa do Consumidor.

Na atual “sociedade da informação”, tem-se que o consumidor, sendo a parte mais vulnerável, é amparado, também, pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, nesse caso como titular dos dados. Diante disso, ao convergir no sentido de proteger os direitos fundamentais da liberdade e privacidade e os direitos da personalidade, a LGPD se torna aplicável às relações de consumo em grau de complementaridade, em um diálogo harmônico e coordenado do sistema jurídico (FERREIRA, 2020).

Portanto, a referida Lei, no âmbito das relações consumeristas de dados pessoais, seria uma espécie de remédio legal, complementando as normas já existentes, para evitar os abusos decorrentes da vulnerabilidade do titular dos dados, ou seja, do consumidor, nos procedimentos de tratamento de dados pessoais.

3 A RELAÇÃO DE CONSUMO EXISTENTE ENTRE AS REDES SOCIAIS E SEUS USUÁRIOS

A relação de consumo, nas palavras de Nelson Nery Júnior (1992, p. 46), se caracteriza como relação jurídica “[...] entre fornecedor e consumidor tendo como objeto o produto ou o serviço”.

Diante disso, tem-se, de um lado, a figura do consumidor, o qual é definido pelo art. 2º do Código de Defesa do Consumidor como toda pessoa “[...] física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 1990). Já o outro lado da relação é configurado pelo fornecedor, sendo este, nas disposições do art. 3º do mesmo Código, toda pessoa física ou jurídica, privada ou pública, nacional ou estrangeira, que desenvolve atividade de produção, montagem, criação, construção, importação, exportação, transformação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (BRASIL, 1990).

Em suma, a relação consumerista é aquela que estabelece um vínculo jurídico entre o consumidor e o fornecedor, nas atividades de fornecimento de serviços ou produtos, de modo que haja uma certa vulnerabilidade por parte do consumidor.

Nesse contexto, as redes sociais, na definição de Danah Boyd e Nicole Ellison (apud DONEDA, 2010, p. 77) são:

[...] serviços baseados na web que permitem indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema, (2) articular uma lista de outros com os quais compartilham um relacionamento, e (3) ver e navegar suas listas de conexões e aquelas criados por outros dentro do sistema.

Pode-se dizer que os usuários são postos a formularem seus perfis sociais, com a disponibilização de informações e dados pessoais, para que, dessa forma, possam interagir com os demais usuários cadastrados em determinada rede social.

Diante desse cenário, tem-se que as redes sociais se configuram como ambientes que proporcionam uma rápida conexão e troca de informações entre os seus usuários,

mas que, em contrapartida, utilizam-se dos dados destes para a gerência da interação virtual proporcionada. Victor Pinheiro e Alexandre Bonna (2020, p. 369) lecionam que: “[...] as redes sociais, aplicativos e sites de compra desejam mais e mais dados de modo a aumentar o valor do site, alegando que o seu perfil está incompleto, já que informação é uma das maiores riquezas da sociedade de capital informacional”.

Há de ressaltar que, por mais que o acesso e a criação de um perfil nas redes sociais sejam feitos de forma gratuita, as empresas que administram tais redes oferecem a prestação de um serviço e, dessa forma, produzem capital, mesmo que de forma indireta, com, por exemplo, publicidades destinadas aos usuários, baseadas principalmente nas informações pessoais cedidas.

Sendo assim, assevera-se que as redes sociais e seus usuários constituem uma relação de consumo. Isto, pois, ao passo que a rede social presta um serviço, o usuário dispõe seus dados pessoais a fim de obter o referido serviço disponibilizado pelas redes. Nesse viés, a rede social perfazer ia-se na figura do fornecedor, bem como o usuário se configuraria como consumidor.

Corroborando com tal entendimento, Guilherme Magalhães Martins (2014, 101-102) leciona:

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 oferecidos. 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 8.078/90.

Entretanto, insta enfatizar qual seria o objeto da presente relação consumerista, isto é, o serviço oferecido pelas redes sociais aos usuários. Tal questionamento encontra amparo na jurisprudência, a qual reconhece que as redes sociais travam com seus usuários a relação de armazenamento de dados pessoais e disponibilização de acesso através de links (MARTINS, 2014, p. 103).

Desse modo, os dados pessoais são tidos, diante da relação de consumo supracitada, como uma “nova moeda de troca”, de forma a se enquadrarem como uma retribuição do consumidor concedida ao fornecedor.

À vista do exposto, pode-se aferir que os usuários realizam contratos com as redes sociais, fazendo-se necessário discorrer acerca destes. Assim, tem-se que o contrato firmado entre tais partes é, normalmente, o de adesão, estabelecido pelo art. 54 do Código de Defesa do Consumidor, no qual uma das partes deve aceitar as cláusulas estabelecidas pela outra, aderindo a uma situação contratual que se define em todos os seus termos. Dessa forma, o consentimento se manifesta como simples adesão ao conteúdo preestabelecido da relação jurídica (GOMES, 2009, p. 128).

Portando, os usuários firmam contratos com as redes sociais, de forma a se tornarem plenos consumidores, devendo, para tal, aceitar as cláusulas do contrato de adesão estipuladas unilateralmente pelas referidas redes sociais.

3.1 OS TERMOS DE USO E POLÍTICA DE PRIVACIDADE DAS REDES SOCIAIS

O contrato estabelecido pela rede social, em geral, é composto por dois documentos, quais sejam: “termos de uso” e “política de privacidade”.

Os termos de uso, invariavelmente, estabelecem as condições da contratação, as obrigações e os limites de responsabilidade dos usuários e da empresa em relação aos serviços ofertados, ou seja, visam a esclarecer as regras que pautarão a relação das partes. Já o segundo documento jurídico, é utilizado, basicamente, para explicitar como os dados pessoais coletados dos usuários, seja automaticamente ou dispostos voluntariamente pelo titular, serão utilizados pela empresa (CANEVARI; FELICÍSSIMO, 2020).

Nesse viés, tais documentos objetivam, em tese, concretizar o suposto controle do titular sobre os seus dados pessoais. Danilo Doneda (2012, p. 9-10) leciona que o usuário, ao se cadastrar em uma rede social:

[...] deve se atentar para que esteja informado sobre as modalidades de tratamento a que suas informações pessoais estarão submetidas, através de uma política de privacidade clara e precisa e do recurso a outros meios que garantam que sua inscrição não se efetive sem o real conhecimento das suas consequências.

Assim, tem-se que as cláusulas instituídas por essas redes devem estar em consonância com o que estabelece, além de outros diplomas legais, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, de modo a amparar o titular de dados que, “[...] pelo simples ato de apertar o botão de aceitação” (MARTINS, 2016, p. 131), passa a se configurar como usuário e consumidor, estando em uma condição de vulnerabilidade.

Dessa forma, torna-se imperativo analisar as políticas de privacidade das redes sociais, uma vez que estes documentos jurídicos que versam acerca dos dados pessoais.

3.2 A PROTEÇÃO (INEFETIVA) DO CONSUMIDOR DIANTE DAS ALTERAÇÕES PROMOVIDAS PELA LGPD NAS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE DAS REDES SOCIAIS

As cláusulas contratuais das redes sociais, como já salientado, são definidas sem uma negociação equilibrada entre as partes do contrato.

À vista disso, com o aumento de casos polêmicos acerca da utilização indevida de dados pessoais pelas redes sociais, deve-se destacar e destrinchar as cláusulas que compõem as políticas de privacidade de algumas das principais redes sociais da “era da informação”, de modo a explicitar as mudanças realizadas em razão da vigência da LGPD.

Inicialmente, destaca-se o Instagram, rede social que, por ser um produto do Facebook, constitui um contrato de adesão entre o usuário e o Facebook. Nesse viés, uma única política de privacidade é utilizada para ambas as redes. As informações coletadas para que os produtos do Facebook sejam fornecidos são:

[...] o conteúdo, comunicações e outras informações que você fornece quando usa nossos Produtos, inclusive quando você se cadastra para criar uma conta, cria ou compartilha conteúdo, envia mensagens ou se comunica com outras pessoas. [...] o tipo de conteúdo que você visualiza ou com o qual se envolve; os recursos que você usa; as ações que você realiza; as pessoas ou contas com que você interage; e o tempo, frequência e duração das suas atividades. (INSTAGRAM, 2021)

Outrossim, tem-se a política de privacidade do Youtube, esta que é uma empresa do Google, em que as informações coletadas dos usuários variam, dado que para usufruir de tal rede não se faz necessária a criação de uma conta.

Assim, quando o usuário não está conectado a uma conta do Google ocorre o armazenamento de informações coletadas por identificadores exclusivos, que podem ser utilizados para “[...] diversas finalidades, inclusive segurança e detecção de fraudes, sincronização de serviços, como a caixa de entrada de e-mails, memorização das suas preferências e exibição de anúncios personalizados” (GOOGLE, 2021).

Por outro lado, estando o consumidor conectado a uma conta, o armazenamento realizado é de informações pessoais, vez que estas são dispostas pelo usuário ao criar tal conta, como nome, endereço de e-mail ou informações de faturamento, ou ainda outros dados que possam ser razoavelmente vinculados a essas informações pelo Google.

Entretanto, a coleta não se resume a isso, ocorrendo também com:

[...] o conteúdo que você cria, de que faz upload ou que recebe de outras pessoas ao usar nossos serviços. Isso inclui e-mails enviados e recebidos, fotos e vídeos salvos, documentos e planilhas criados e comentários feitos em vídeos do YouTube. [...] informações sobre os apps, navegadores e dispositivos que você usa para acessar os serviços do Google. [...] Coletamos informações sobre sua atividade em nossos serviços e usamos tal informação para recomendar um vídeo do YouTube de que você pode gostar, por exemplo. As informações de atividades que coletamos podem incluir o seguinte: termos que você pesquisa, vídeos que você assiste, visualizações e interações com conteúdo e anúncios, atividade de compra, pessoas com

quem você se comunica ou compartilha conteúdo, atividades em sites e apps de terceiros que usam nossos serviço, histórico de navegação do Chrome que você sincronizou com a Conta do Google. (GOOGLE, 2021)

A última rede social que será analisada é o TikTok, na qual não é obrigatório ao usuário ter uma conta própria para utilizá-la, bastando apenas estar cadastrado em outra rede social, como Facebook, Instagram ou Youtube.

Os tipos de dados pessoais que o TikTok se apropria são informações que o titular fornece quando se registra na plataforma, incluindo o nome de usuário, senha, data de nascimento, endereço de e-mail (TIKTOK, 2021). Ademais, também são processados os conteúdos que o consumidor gera na plataforma, incluindo:

[...] as preferências que você define (como a escolha do idioma), as fotografias e os vídeos que você envia ou cria e os comentários que você faz ("Conteúdo do Usuário"). Nós coletamos o Conteúdo de Usuário através de pré-carregamento no momento da criação, importação ou envio, independentemente de você optar por salvar ou enviar esse Conteúdo de Usuário, a fim de recomendar opções de áudio e fornecer outras recomendações personalizadas. [...] Coletamos certas informações sobre o dispositivo que você usa para acessar a Plataforma, tais como seu endereço IP, agente de usuário, operadora móvel, configurações de fuso horário, identificadores para fins publicitários, modelo de seu dispositivo, o sistema do dispositivo, tipo de rede, IDs do dispositivo, sua resolução de tela e sistema operacional, nomes e tipos de aplicativos e arquivos, padrões ou ritmos de teclas, estado da bateria, configurações de áudio e dispositivos de áudio conectados. Com sua permissão, podemos também coletar dados precisos de localização (como GPS). (TIKTOK, 2021)

Ainda, caso o usuário opte por usufruir do TikTok através de cadastros de outras redes sociais, serão fornecidas informações relacionadas a esta conta.

Diante disso, são alvos das redes sociais, “[...] para a formação de perfis e segmentação de consumidores” (MIRAGEM, 2019, p. 3), desde dados fornecidos pelos próprios usuários ao criar um perfil, como o nome e endereço de e-mail, bem como conteúdos que este curte, compartilha, visualiza, até informações técnicas, como endereço de IP.

Torna-se notória a quantidade de dados pessoais que são fornecidos, ou coletados automaticamente, por um simples cadastro em uma rede social, o qual, em certas situações, é até dispensado.

Nesse viés, Danilo Doneda (2010, p. 82) assevera que “[...] o incentivo ao compartilhamento de informações pessoais é também por vezes apregoado como uma nova tendência dominante ou, em uma variação, como um novo padrão de interação social, próprio das novas gerações”.

Visto quais são os dados armazenados pelas supramencionadas redes sociais, deve-se salientar como tais dados pessoais são utilizados e compartilhados pelos controladores e operadores.

Em suma, tanto no Instragram, quanto no Youtube e no TikTok, os dados são utilizados para personalizar o conteúdo remetido ao consumidor, ou seja, customizar o serviço de acordo com o perfil formado por esses dados pessoais.

O compartilhamento com terceiros alheios ao contrato celebrado entre as partes, os chamados “parceiros externos”, no caso do Instragram, ocorre para fins de serviço que viabilizam a operação do negócio, serviço de análise, anúncios, mensuração, comércio, pesquisas e para aplicação da lei ou solicitações legais.

Não vendemos nenhuma de suas informações para ninguém e jamais o faremos. Também impomos fortes restrições sobre como nossos parceiros podem usar e divulgar os dados que fornecemos. [...] Fornecemos estatísticas agregadas e insights que ajudam pessoas e empresas a entender como os usuários estão se envolvendo com as publicações, classificados, Páginas, vídeos e outros conteúdos delas dentro e fora dos Produtos do Facebook. [...] Fornecemos aos anunciantes relatórios sobre os tipos de pessoas que visualizaram os anúncios deles e sobre o desempenho de tais anúncios [...] Compartilhamos informações sobre você com empresas que as agregam para fornecer análises e relatórios de mensuração a nossos parceiros. [...] Quando você se inscreve para receber conteúdo premium, ou quando compra algo de um vendedor em nossos Produtos, o criador do conteúdo ou vendedor pode receber suas informações públicas e outras informações que você compartilhar com ele, bem como informações necessárias para concluir a transação, como detalhes de envio e contato. [...] Fornecemos informações e conteúdo para fornecedores e provedores de serviços que viabilizam a operação de nosso negócio [...] Também fornecemos informações e conteúdo a parceiros de pesquisa e acadêmicos para a realização de pesquisas que promovam conhecimento e inovação viabilizadores de nosso negócio ou missão e que intensifiquem a descoberta e a inovação acerca de tópicos de bem-estar social geral, avanço tecnológico, interesse público, saúde e bem-estar. [...] Compartilhamos informações com autoridades responsáveis pela aplicação da lei ou em resposta a solicitações legais nas circunstâncias descritas abaixo. (INSTAGRAM, 2021)

Já no caso do Youtube o compartilhamento de dados com terceiros ocorre, principalmente, para processamento externo, em que há o fornecimento de dados pessoais às afiliadas, as quais se configuram como entidades que pertencem ao grupo de empresas do Google, ou “[...] outras empresas ou pessoas confiáveis para processar tais informações por nós, de acordo com nossas instruções e em conformidade com nossa Política de Privacidade” (GOOGLE, 2021). Nessa rede também se tem o compartilhamento por motivos legais.

Por fim, no que tange ao TikTok, os terceiros selecionados para o compartilhamento de dados são os parceiros de negócios, os provedores de pagamento, de serviço de análise, os anunciantes e redes de publicidade, o grupo corporativo da referida rede social e as agências de aplicação da lei, autoridades públicas e em casos de outras organizações com exigibilidade legal.

Compartilhamos seus dados com os seguintes terceiros selecionados: Parceiros de Negócios. Se você optar por se registrar para usar a Plataforma usando os detalhes da sua conta de redes sociais (por exemplo, Facebook, Twitter, Instagram, Google), você nos fornecerá ou permitirá que sua rede social nos forneça seu número de telefone, endereço de e-mail, nome de usuário e perfil público. Da mesma forma, compartilharemos certas informações com a rede social relevante. [...] Provedores de pagamento. Se você optar por comprar Moedas ou realizar outras transações relacionadas a pagamentos, compartilharemos os dados com o provedor de pagamento relevante para facilitar essa transação. [...] Provedores de serviço. Fornecemos informações e conteúdo a provedores de serviços que suportam nossos negócios [...] Provedores de análise. Utilizamos provedores de análise para nos ajudar na otimização e melhoria da Plataforma. Nossos fornecedores de análises terceirizados também nos ajudam a veicular anúncios segmentados. [...] Anunciantes e redes de publicidade. Compartilhamos informações com anunciantes e empresas de medição de terceiros para mostrar quantos e quais usuários da Plataforma visualizaram ou clicaram em um anúncio. [...] Nosso Grupo Corporativo. Também podemos compartilhar suas informações com outros membros, subsidiárias ou afiliadas do nosso grupo corporativo, para fornecer a Plataforma, incluindo a melhoria e otimização da Plataforma, impedindo o uso ilegal e dando suporte aos usuários. [...] Aplicação da Lei. Compartilharemos suas informações com agências de aplicação da lei, autoridades públicas ou outras organizações se for legalmente exigido. (TIKTOK, 2021)

Imperioso destacar que o Instagram, Youtube e TikTok, após a LGPD, integraram em seus contratos uma cláusula de exercício de direitos de proteção de dados, estabelecendo direitos do titular.

Aviso de Privacidade do Brasil

Esta seção se aplica a atividades de tratamento de dados pessoais de acordo com as leis brasileiras e complementa esta Política de Dados.

De acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais do Brasil (“LGPD”), você tem o direito de acessar, retificar, solicitar a portabilidade de seus dados e apagar seus dados, além de autorizar o tratamento desses dados por nós. [...] Em determinadas circunstâncias, você também tem o direito de contestar e restringir o tratamento de seus dados pessoais ou de revogar seu consentimento quando tratamos dados fornecidos por você com base nesse consentimento. [...] O controlador de dados responsável por suas informações é o Facebook, Inc. Entre em contato com o encarregado de Proteção de Dados do Facebook, Inc. Você também tem o direito de peticionar em relação aos seus dados perante a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (“ANPD”). Para isso, entre em contato diretamente com a ANPD. Esta seção passará a valer a partir da data em que a LGPD entrar em vigor. (INSTAGRAM, 2021, grifo nosso)

COMPLIANCE E COOPERAÇÃO COM REGULAMENTADORES

[...]

Requisitos do Brasil

Se a legislação de proteção de dados do Brasil se aplicar ao tratamento das suas informações, forneceremos os controles descritos nesta política para que você possa exercer seu direito de: receber confirmação sobre o tratamento de suas informações; atualizar, corrigir, anonimizar, remover e solicitar acesso às suas informações; restringir ou se opor ao tratamento das suas informações; exportar suas informações para outro serviço. Para usuários localizados no Brasil, o controlador de dados responsável por suas informações é a Google LLC. [...] Se tiver alguma dúvida, entre em contato com o Google e com nosso escritório de proteção de dados. Você também poderá entrar em contato com a autoridade local de proteção de dados se tiver dúvidas sobre seus direitos de acordo com a legislação brasileira. (YOUTUBE, 2021)

Exercício de direitos de proteção de dados.

A legislação brasileira concede certos direitos às pessoas com relação aos seus dados pessoais. Assim, buscamos garantir transparência e controles de acesso para permitir que os usuários se beneficiem dos direitos mencionados. Responderemos e/ou atenderemos às suas solicitações para o exercício de seus direitos abaixo, de acordo com a lei aplicável e, quando aplicável, com a Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD: confirmação que seus dados estão sendo processados; acesso a seus dados; correção de dados incompletos, imprecisos e desatualizados; solicitação para anonimização, bloqueio ou eliminação de dados desnecessários; portabilidade de dados pessoais para terceiros; objeção ao processamento de dados pessoais; informações de entidades públicas e privadas com as quais compartilhamos dados; Informações sobre a possibilidade de recusar o fornecimento de dados pessoais e as respectivas consequências, quando aplicável; e retirada do seu consentimento. [...] Em caso de dúvida sobre sua privacidade, seus direitos ou como exercê-los, entre em contato conosco através de "Contato". Se você tiver alguma dúvida sobre o processamento de seus dados pessoais, gostaríamos de esclarecê-la. (TIKTOK, 2021, grifo do autor)

Entretanto, frente às demais cláusulas dos contratos, as quais se destinam a coletar dos usuários a maior quantidade possível de dados pessoais, tem-se que a simples existência de uma cláusula que faz referência aos direitos do usuário não assevera a conformidade da política de privacidade da rede social com o que estabelece a Lei 13.709/2018, remanescendo dúvidas acerca da efetividade da LGPD no contexto das redes sociais.

Destaca-se que os princípios em que se baseia a LGPD são essenciais para impedir o uso abusivo de dados pessoais. Nas palavras de Henrique Somadossi (2018):

Dentre seus princípios, tem especial relevância o da transparência para o uso de dados pessoais e a respectiva responsabilização, o da adequação, ou seja, a compatibilização do uso dos dados pessoais com as finalidades informadas, da proteção do usuário em toda arquitetura do negócio (privacy by design), da finalidade, segundo o qual os dados só devem ser utilizados para as finalidades específicas para as quais foram coletados e previamente informados aos seus titulares, e também do princípio da necessidade, que significa limitar o uso dos dados ao mínimo necessário para que se possa atingir a finalidade pretendida, do qual surge ainda a indispensável exclusão imediata de dados, após atingida tal finalidade.

As redes sociais, diante da nova realidade proporcionada pela LGPD, devem se adequar a tais princípios, respeitando as mudanças proporcionadas com a vigência dessa Lei.

A partir da análise das cláusulas expostas, pode-se aferir que a utilização dos dados pessoais fornecidos pelos usuários, ou coletados pelas redes sociais, não é clara e ostensiva, uma vez que tal atividade se faz invisível para o consumidor, de modo que a simples menção genérica de como o tratamento poderá ocorrer é insuficiente diante do valor dos dados pessoais do indivíduo.

Assim, “[...] é nítida a extrema facilidade de mascarar os reais efeitos deste tratamento, tornando-os difíceis de serem identificados ou mesmo invisíveis” (DONEDA, 2006, p. 373-374).

Ressalta-se que há uma relativização do consentimento expresso do usuário pelas redes sociais. Isto, pois o ato trivial de apertar um botão, a fim de confirmar a ciência e a concordância com o que dispõem as políticas de privacidade, mitiga a liberdade

de escolha do usuário. Valendo destacar que os dados pessoais, na era da informação, “[...] são o novo óleo da Internet e a nova moeda do mundo digital” (KUNEVA apud DONEDA, 2010, p. 10).

Nesse viés, Meglena Kuneva (apud DONEDA, 2010, p. 59) ainda assevera:

As políticas de proteção ao consumidor devem ir além da tutela das informações pessoais e devem considerar o fato de que o consumidor possui um perfil e que ele pode ser abordado diretamente a partir deste perfil, mesmo que ninguém saiba o seu nome real.

À vista disso, a proteção dos dados pessoais dos consumidores nas redes sociais, a despeito das previsões contidas na LGPD, não vem ocorrendo de forma eficiente, sendo as políticas de privacidade de tais redes meios de captar cada vez mais dados, em que a disparidade de recursos entre a pessoa de quem são exigidos os dados pessoais e aquela que solicita, faz com que a verdadeira “opção” seja tantas vezes a de “tudo ou nada”, “pegar ou largar” (DONEDA, 2006. p. 373).

Portanto, ante à ausência de uma real escolha quanto ao destino dos seus dados, os usuários não possuem seu direito fundamental à proteção de dados pessoais assegurado, bem como, pode-se dizer, são desprotegidos como indivíduos, estando condicionados aos ditames das redes sociais, o que alça o consumo desenfreado a um patamar de maior relevância se comparado ao resguardo da privacidade.

Danilo Doneda (2010, p. 39) frisa que, por este motivo, “[...] a proteção de dados pessoais é tida em diversos ordenamentos jurídicos como um instrumento essencial para a proteção da pessoa humana e é considerada como um direito fundamental”.

Dessa forma, no ordenamento jurídico brasileiro, a LGPD busca tutelar os dados pessoais dos titulares, porém, encontra barreiras perante a uma sociedade extremamente consumista, na qual o principal objeto de consumo se tornou o próprio dado pessoal.

Posta essa conjuntura, as políticas de privacidade das redes sociais ainda não expressam o impacto que a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais se propõe a

gerar diante da tendência de “[...] tratamento de dados pessoais de consumidores com a finalidade de traçar seu perfil” (PEREIRA apud LGPD..., 2020), e, assim, o que deveria proteger o consumidor, na verdade, apenas o torna mais vulnerável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou analisar a efetividade das principais alterações proporcionadas pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018) nos contratos das redes sociais.

Nesse sentido, fora destacado que na “era da informação”, diante da ascensão da internet, os dados pessoais se tornaram *commodities*, sendo coletados, tratados, utilizados e comercializados de diversas formas, principalmente nas redes sociais.

Diante do grande valor dos dados pessoais, e dos casos cada vez mais frequentes de utilização e tratamento inadequados de tais dados, tornou-se inviável a mera proteção destes por apenas alguns artigos de Leis já existentes, o que culminou na necessidade de criação de uma Lei específica capaz de gerar uma segurança jurídica aos titulares, garantindo a dignidade da pessoa humana, bem como a proteção da intimidade e da vida privada.

Dessa forma, sancionada em 2018, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais passou a vigor em setembro de 2020, visando a amparar o titular frente à utilização de seus dados, colocando-os em uma posição de autonomia e controle. A Lei 13.709/2018 possui princípios e fundamentos indispensáveis, delimita os agentes e as funções que estes podem exercer, e dispõe, a partir disso, os requisitos básicos para a consubstanciação da proteção de dados pessoais almejada. À vista disso, assevera-se que a exigência primordial realizada pela LGPD foi a necessidade de expresso consentimento prévio do titular, no tocante aos seus dados pessoais.

Para tal análise, fez-se essencial a conceituação de rede social, devido ao expressivo número de usuários, que são fontes cada vez mais usuais de coleta de dados pessoais. Além disso, fora caracterizada a relação de consumo existente entre o usuário e a rede social, aferindo-se que os titulares se perfazem na figura de consumidores, possuindo vulnerabilidade diante dos fornecedores, no caso, as redes sociais, as quais obtém o domínio da relação jurídica, sendo os dados pessoais a

“moeda de troca” disposta pelos consumidores a fim de usufruírem do que as referidas redes proporcionam.

Desse modo, verificou-se que os usuários firmam contratos, normalmente de adesão, com as redes sociais, os quais são compostos por dois documentos jurídicos, sendo um destes as políticas de privacidade, as quais, ao serem estipuladas unilateralmente pelas redes, determinam as formas de coleta, utilização e tratamento de dados pessoais dos usuários.

Visto isso, as políticas de privacidade das redes sociais, após a vigência da LGPD, devem se adequar às mudanças proporcionadas pela Lei. Portanto, a partir da exposição e análise das cláusulas das políticas de privacidade de algumas redes sociais, tornou-se notória a intenção destas de coletar cada vez mais dados pessoais dos usuários, de modo que os impactos visados pela LGPD ainda não foram sentidos.

Ante o exposto, conclui-se que a LGPD proporciona significativas alterações no que tange à proteção de dados pessoais, o que demanda, tratando-se de um direito fundamental, uma rápida adequação das redes sociais às novas obrigações, pois o que se busca realmente proteger são os indivíduos que se encontram por de trás dos dados pessoais.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Fernanda Nunes. Informação e consumo: a proteção da privacidade do consumidor no mercado contemporâneo da oferta. In: MARTINS, Guilherme Magalhães; LONGUI, João Victor Rozatti. (Coords.). **Direito Digital: direito privado e internet**. 2. ed. São Paulo: Foco, 2019. p. 349-374.

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. In: CZYMMECK, Anja (Ed.). **Proteção de dados pessoais: privacidade versus avanço tecnológico**. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, 2019. p. 137-155. (Cadernos Adenauer, 3).

BARROSO, Luís Roberto. Viagem redonda: habeas data, direitos constitucionais e provas ilícitas. In: WAMBIER, Teresa Arruda Alvim (Coord.). **Habeas data**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998. p. 202-221.

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de Dados Pessoais: a função e os limites do consentimento**. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

BLUM, Renato Opice; SCHUCH, Samara. Compartilhamento e comercialização de dados pessoais em ambiente online. In: BERGAMINI, Adolpho et al. (coords.). **Contraponto jurídico: posicionamentos divergentes sobre grandes temas do Direito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018. p. 451-466.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 5 out. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 26 ago. 2021.

_____. Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011. **Lei de Acesso à Informação**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm>. Acesso em: 26 ago. 2021.

_____. Lei 12.965, de 23 de abril de 2014. **Marco Civil da Internet**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>. Acesso em: 26 ago. 2021.

_____. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Proteção e Defesa do Consumidor**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm>. Acesso em: 2 set. 2021.

_____. Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm>. Acesso em: 26 ago. 2021.

_____. Supremo Tribunal Federal. **Recurso Extraordinário nº 673.707**. Relator: Ministro Luiz Fux. 30 set. 2015. Disponível em: <<https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=9487405>>. Acesso em: 31 ago. 2021.

_____. _____. **Referendo na Medida Cautelar na Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 6.387**. Relatora: Ministra Rosa Weber. 12 nov. 2020. Disponível em: <<https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=754357629>>. Acesso em: 31 ago. 2021.

CANEVARI, Fernanda Foizer; FELICÍSSIMO, Laura Rodrigues da Cunha. Política de privacidade e termos de uso, por que ter?. **Baptista Luz Advogados**, [s.l.], 11 jun. 2020. Disponível em: <<https://baptistaluz.com.br/espacostartup/politica-de-privacidade-e-termos-de-uso-por-que-ter/>>. Acesso em: 19 set. 2021.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo. Atlas, 2019.

COELHO, Fábio Ulhôa et al. **Comentários ao código de proteção do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1991.

CUMRE IBEROAMERICANA, 13., 2003, Bolívia. **Declaração de Santa Cruz de la Sierra**. Bogotá: [s.n.], 2003. Disponível em: <<https://www.segib.org/wp-content/uploads/DECLARASAO-STA-CRUZ-SIERRA.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

DINIZ, Maria Helena. **Código Civil anotado**. 14. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2009.

DONEDA, Danilo; MENDES, Laura Schertel. Comentário à nova Lei de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018): o novo paradigma da Proteção de Dados no Brasil. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 120, p. 555-587, 2018. Disponível em:

<https://www.academia.edu/42740879/Comentário_à_nova_Lei_de_Proteção_de_Dados_lei_13.709_2018_o_novo_paradigma_da_proteção_de_dados_no_brasil?auto=download>. Acesso em: 26 out. 2021.

DONEDA, Danilo. **A proteção de dados pessoais nas relações de consumo**: para além da informação creditícia. Brasília: SDE/DPDC, 2010. Disponível em: <https://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/manuais/vol_2_protecao_de_dados_pessoais.pdf>. Acesso em: 24 out. 2021.

_____. A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental. **Espaço Jurídico**, Joaçaba, v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011. Disponível em: <<https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/espacojuridico/article/view/1315/658>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

_____. Considerações sobre a tutela da privacidade e a proteção de dados pessoais no ordenamento brasileiro. In: CONRADO, Marcelo; PINHEIRO, Rosalice Fidalgo (Coords.). **Direito privado e Constituição**: ensaios para uma recomposição valorativa da pessoa e do patrimônio. Curitiba: Juruá, 2009. p. 87-107.

_____. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

_____. **O direito fundamental à proteção de dados pessoais**. In: MARTINS, Guilherme Magalhães. LONGUI, João Victor Rozatti. (Coords.) **Direito digital: direito privado e internet**. 2. ed. São Paulo: Foco, 2019. p. 36-53.

_____. Reflexões sobre proteção de dados pessoais em redes sociais. **Revista de la red académica internacional de protección de datos personales**, Bogotá, n. 1, p. 1-12, jul./dez. 2012. Disponível em: <https://habeasdatacolombia.uniandes.edu.co/wp-content/uploads/10_Danilo-Doneda_FINAL.pdf>. Acesso em: 1 set. 2021.

DUQUE, Bruna Lyra. Curto-circuito dos dados pessoais. **Migalhas**, [s.l.], 24 jun. 2019. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/304821/curto-circuito-dos-dados-pessoais>>. Acesso em: 23 set. 2021.

ESCOLA BRASILEIRA DE DIREITO. Uma análise da vulnerabilidade do consumidor. **JusBrasil**, [s. l.], 2016. Disponível em: <<https://ebradi.jusbrasil.com.br/artigos/428690210/uma-analise-da-vulnerabilidade-do-consumidor>>. Acesso em: 21 set. 2021.

FABRIZ, Daury César. A crise do direito fundamental ao trabalho no início do século XXI. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, Vitória, n. 1, 2006. Disponível em: <<https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/59/56>>. Acesso em: 21 set. 2021.

FEIGELSON, Bruno et al. **Comentários à Lei Geral de Proteção de Dados: Lei 13.709/2018**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. (Coleção Direito e novas tecnologias).

FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral. **Lei Geral de Proteção de Dados: a nova era do Diálogo das Fontes**. Procon RS, [s.l.], 1 out. 2020. Disponível em: <<https://www.procon.rs.gov.br/lei-geral-de-protecao-de-dados-a-nova-era-do-dialogo-das-fontes>>. Acesso em: 13 set. 2021.

GARFINKEL, Simson. **Database nation: The death of privacy in 21th century**. Sebastopol: O'Reilly Media, 2000.

GARCIA, Rebeca. Marco Civil da Internet no Brasil: repercussões e perspectivas. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v. 964, a. 105, p. 161-190, 2016.

GOOGLE. **Política de Privacidade**. 2021. Disponível em: <<https://policies.google.com/privacy?hl=pt-BR#intro>>. Acesso em: 15 set. 2021.

GOMES, Orlando. **Contratos**. Atualização de Antonio Junqueira de Azevedo e Francisco Paulo de Crescenzo Marino. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009.

INSTAGRAM. **Política de dados do Instagram**. 2021. Disponível em: <[https://pt-br.facebook.com/help/instagram/519522125107875/?helpref=hc_fnav&bc\[0\]=Ajuda%20do%20Instagram&bc\[1\]=Pol%C3%ADticas%20e%20den%C3%BAncias&rdrhc](https://pt-br.facebook.com/help/instagram/519522125107875/?helpref=hc_fnav&bc[0]=Ajuda%20do%20Instagram&bc[1]=Pol%C3%ADticas%20e%20den%C3%BAncias&rdrhc)>. Acesso em: 15 set. 2021.

LGPD: Especialista aponta 7 principais mudanças para empresas e consumidores. **Migalhas**, [s.l.], 2 set. 2020. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/quentes/332763/lgpd--especialista-aponta-7-principais-mudancas-para-empresas-e-consumidores>>. Acesso em: 28 set. 2021.

LIMA, Caio César Carvalho. Garantia da privacidade e dados pessoais à luz do marco civil da internet. In: LEITE, George Salomão; LEMOS, Ronaldo (Coords.). **Marco Civil da Internet**. São Paulo: Atlas, 2014. v.1, p. 148-164.

MARTINS, Guilherme Magalhães. **Contratos eletrônicos de consumo**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2016.

_____. **Responsabilidade civil por acidente de consumo na internet**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo. Reflexões iniciais sobre a nova Lei Geral de Proteção de Dados. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, a. 27, v. 120, p. 469-483, nov./dez. 2018.

MENDES, Laura Schertel. *Habeas data* e autodeterminação informativa: os dois lados da mesma moeda. **Direitos Fundamentais & Justiça**, Belo Horizonte, a. 12, n. 39, p. 185-216, jul./dez. 2018. Disponível em: <<http://dfj.emnuvens.com.br/dfj/article/view/655/905>>. Acesso em: 24 ago. 2021.

_____. Privacidade e dados pessoais. **Panorama Setorial da Internet**, São Paulo, a. 11, n. 2, jun. 2019. Disponível em: <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/6/15122520190717-panorama_setorial_ano-xi_n_2_privacidade_e_dados_pessoais.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2021.

_____. **Transparência e privacidade**: violação e proteção da informação pessoal na sociedade de consumo. 2008. 156 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito da Universidade de Brasília, Brasília, 2008. Disponível em: <<https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/4782/1/DISSERTACAO%20LAURA.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2021.

MIRAGEM, BRUNO. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o direito do consumidor. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v. 1009, p. 1-35, nov. 2019. Disponível em: <<https://www.brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/002-LGPD-e-o-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2021.

_____. **Curso de direito do consumidor**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018.

NERY JÚNIOR, Nelson. Os princípios gerais do Código Brasileiro de Defesa Do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 3, p. 44-77, set./dez. 1992.

OLIVEIRA, Rafael Santos; BARROS, Bruno Mello Correa de; PEREIRA, Marília do Nascimento. O direito à privacidade na internet: desafios para a proteção da vida privada e o direito ao esquecimento. **Revista da Faculdade de Direito da UFMG**, Belo Horizonte, n. 70, p. 561-594, jan./jun. 2017. Disponível em: <<https://www.direito.ufmg.br/revista/index.php/revista/article/view/1863>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Proteção de dados pessoais**: comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD). São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

PINHEIRO, Victor Sales; BONNA, Alexandre Pereira. Sociedade de informação e direito à privacidade no Marco Civil da Internet: fundamentação filosófica do Estado de Direito em John Finnis. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, Vitória, v. 21, n. 3, p. 365-394, set./dez. 2020. Disponível em: <<https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/1555/574>>. Acesso em: 21 set. 2021.

ROSENBERG, Matthew; CONFESSORE, Nicholas; CADWALLADR, Carole. How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions. **The New York Times**, London, 17 mar. 2018. Disponível em: <<https://nyti.ms/2GB9dK4>>. Acesso em: 15 set. 2021.

SANTOS, Fabíola Meira de Almeida; TALIBA, Rita. Lei geral de proteção de dados no brasil e os possíveis impactos. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v. 998, p. 227-228, dez. 2018.

SARTORI, Ellen Carina Mattias; BAHIA, Cláudio José Amaral. Big Brother is watching you: da distopia orwelliana ao direito fundamental à proteção de dados pessoais. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, Vitória, v. 20, n. 3, p. 225-248, set./dez. 2019. Disponível em: <<https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/1785/pdf>>. Acesso em: 21 set. 2021.

SCHULMAN, Gabriel. www.privacidade-em-tempos-de-internet.com: o espaço virtual e os impactos reais à privacidade das pessoas. In: TEPEDINO, Gustavo; TEIXEIRA, Ana Carolina Brochado; ALMEIDA, Vitor. (Coords.). **O Direito Civil**: entre o sujeito e a pessoa. Belo Horizonte: Fórum, 2016. p. 333-360.

SOMADOSSI, Henrique. O que muda com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). **Migalhas**, [s.l.], 24 ago. 2018. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/286235/o-que-muda-com-a-lei-geral-de-protecao-de-dados--lgpd>>. Acesso em: 6 set. 2021.

TARTUCE, Flávio. Em que consiste a teoria do diálogo das fontes?. **JusBrasil**, [s.l.], 2011. Disponível em: <<https://flaviotartuce.jusbrasil.com.br/artigos/121820130/em-que-consiste-a-teoria-do-dialogo-das-fontes>>. Acesso em: 13 set. 2021.

TIKTOK. **Política de Privacidade**. 2 jun. 2021. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/legal/privacy-policy-row?lang=pt-BR>>. Acesso em: 15 set. 2021.

UCHOA, Pablo. EUA não responderão publicamente a Brasil sobre espionagem. **BBC News Brasil**, Washington, 8 jul. 2013. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/07/130708_brasil_snowden_dg.shtml>. Acesso em: 1 set. 2021.

VIEIRA, Tatiana Malta. **O direito à privacidade na sociedade da informação: efetividade desse direito fundamental diante dos avanços da tecnologia da informação**. 2007. 297 f. Dissertação (Mestrado em Direito, Estado e Sociedade) – Faculdade de Direito da Universidade de Brasília, Brasília, 2007. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/3358/1/2007_TatianaMaltaVieira.pdf>. Acesso em: 24 out. 2021.