



DIREITO À INFORMAÇÃO E DIREITOS DA PERSONALIDADE, ANALISANDO CASOS EM QUE INFORMAÇÕES ENGANOSAS OU OMISSAS AFETEM DIREITOS FUNDAMENTAIS, GERANDO POTENCIAL DANO MORAL COLETIVO

Raissa Bragantin Mendes¹

¹Acadêmica do Curso de Direito, Campus Maringá-PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. Bolsista PIBIC/ICETI-UniCesumar. raissa.mendes@alunos.unicesumar.edu.br

RESUMO

O estudo analisa a tensão entre o direito à informação e os direitos da personalidade no contexto contemporâneo, marcado pela desinformação. A pesquisa parte da hipótese de que informações enganosas ou omissas podem violar direitos fundamentais e gerar dano moral coletivo. O trabalho fundamenta-se teoricamente no direito à informação como direito humano essencial à cidadania, nos direitos da personalidade como protetores da dignidade humana, e na aplicação desses conceitos às relações de consumo, onde a vulnerabilidade do consumidor é um princípio central. A metodologia utilizada é o método hipotético-dedutivo, com base em pesquisa bibliográfica teórica no campo do Direito. A disseminação de "fake news" e publicidade enganosa transcendeu a esfera individual, impactando coletividades inteiras e a confiança social. O objetivo é demonstrar como a falha no dever de informar, em um sistema de responsabilidade objetiva como o do Código de Defesa do Consumidor (CDC), pode configurar um dano moral que afeta um grupo de pessoas. Espera-se demonstrar que o desequilíbrio informacional é uma fonte primária de vulnerabilidade e que a análise jurídica é crucial para desenvolver mecanismos de proteção e reparação contra a manipulação informativa em massa.

PALAVRAS-CHAVE: Dignidade da Pessoa Humana; Proteção do Consumidor; Publicidade enganosa; Responsabilidade Objetiva; Vulnerabilidade Informacional.

1 INTRODUÇÃO

No contexto contemporâneo, definido por uma sociedade hiperconectada e por um fluxo incessante de informações, emerge com proeminência a tensão entre dois pilares do ordenamento jurídico: o direito à informação e os direitos da personalidade. Embora frequentemente vistos como complementares na construção de uma sociedade democrática, a relação entre ambos torna-se complexa e, por vezes, antagônica, especialmente quando informações enganosas ou omissas circulam massivamente, afetando não apenas indivíduos, mas toda uma coletividade (GUARIDA, 2022). Esta análise propõe-se a investigar as intersecções e os conflitos entre esses direitos, focando nos casos em que a manipulação da informação viola direitos fundamentais e gera potencial dano moral coletivo.

A fundamentação teórica desta análise assenta-se em três eixos principais: a teoria dos direitos da personalidade, o direito à informação como direito humano e a proteção do consumidor como um reflexo desses direitos na esfera das relações de consumo.

O ordenamento jurídico brasileiro se funda na proteção da dignidade humana, um valor que se manifesta por meio de diferentes categorias de direitos. De um lado, os direitos da personalidade surgem como garantias intrínsecas ao ser humano, destinados a proteger seus atributos essenciais, sejam eles físicos, morais ou intelectuais. Esses direitos são dotados de características como a irrenunciabilidade e a intransmissibilidade, sendo oponíveis contra todos (*erga omnes*). A própria Constituição Federal, em seu artigo 5º, exemplifica essa proteção ao garantir a inviolabilidade da honra, da imagem, da intimidade e da vida privada (BEZERRA, 2008).



Em paralelo, o direito à informação consolidou-se como um direito humano fundamental, essencial para o exercício pleno da cidadania em sociedades democráticas. Embora sua origem histórica esteja ligada à liberdade de expressão, ele evoluiu para um direito autônomo de acesso a informações e documentos. A Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 já previa a liberdade de "procurar, receber e transmitir informações", mas hoje esse direito se tornou um pilar para a transparência e a fiscalização dos atos públicos (GUARDIA, 2022).

A intersecção desses dois campos de direitos torna-se particularmente evidente nas relações de consumo. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi estruturado sobre o princípio da vulnerabilidade, que reconhece a posição assimétrica do consumidor diante do fornecedor. Essa vulnerabilidade é uma presunção absoluta (*iure et de iure*) e se manifesta não apenas no campo econômico, mas também no técnico e, crucialmente, no informacional. O consumidor, frequentemente exposto a práticas comerciais persuasivas e sem deter conhecimento técnico aprofundado, depende de informações claras e precisas para tomar decisões conscientes, o que torna o dever de informar do fornecedor um instrumento central para reequilibrar essa relação. Nesse contexto, a informação enganosa ou a omissão de dados relevantes em uma publicidade ou oferta não é uma mera falha, mas uma violação direta do dever de informar, que desequilibra a relação e pode induzir o consumidor a erro, afetando sua autodeterminação e causando danos. O CDC, portanto, materializa a proteção da dignidade da pessoa humana no mercado de consumo (TARTUCE; NEVES, 2021; BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2021).

A relevância deste estudo é inquestionável na era da desinformação, onde "fake news", publicidade enganosa e omissões deliberadas de informações se disseminam com velocidade e alcance sem precedentes. Vivemos em uma sociedade onde a informação é um ativo valioso, mas também uma arma poderosa (GUARIDA, 2022). A manipulação informativa transcendeu a esfera individual, passando a impactar grandes grupos sociais, a saúde pública, o meio ambiente, a estabilidade democrática e a confiança nas instituições.

Casos de informações enganosas sobre a segurança de produtos, os riscos de investimentos financeiros ou os impactos ambientais de determinados projetos são exemplos claros de como a falha no dever de informar pode lesionar direitos fundamentais de uma coletividade (GUARIDA, 2022).

Quando tais violações ocorrem em larga escala, o dano transcende a soma dos prejuízos individuais, configurando um dano moral coletivo. Trata-se de uma lesão a valores fundamentais da sociedade, como a segurança, a confiança, a boa-fé e a dignidade, afetando o sentimento de pertencimento e o bem-estar da comunidade como um todo. A análise desse fenômeno se justifica pela necessidade de aprofundar os mecanismos jurídicos de proteção e reparação, garantindo que o direito à informação sirva ao seu propósito de empoderar o cidadão, e não de manipulá-lo.

O objetivo central deste trabalho é analisar criticamente a colisão e a harmonização entre o direito à informação e os direitos da personalidade no contexto de informações enganosas ou omissas que afetam direitos fundamentais, investigando a configuração do dano moral coletivo como consequência de tais práticas.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A presente pesquisa foi desenvolvida com base no método hipotético-dedutivo, partindo do pressuposto de que a propagação de informações enganosas ou a omissão intencional de dados relevantes pode comprometer os direitos fundamentais, gerando potencial para danos morais de dimensão coletiva. A verificação desta hipótese foi conduzida por meio de um aprofundamento teórico, seguindo os caminhos da pesquisa teórica no campo do Direito.



O estudo baseou-se em uma análise conceitual e teórica, utilizando como materiais um levantamento bibliográfico que abrange obras doutrinárias, artigos científicos e a legislação pertinente. A metodologia envolveu um estudo aprofundado de conceitos-chave, como o direito à informação, que é fundamental para assegurar a liberdade de escolha e o exercício consciente da cidadania, sendo um requisito indispensável para o pleno exercício de outros direitos. Também foi analisado o conceito de direitos da personalidade, entendidos como instrumentos de proteção dos aspectos essenciais que definem a identidade e a integridade do ser humano.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A presente pesquisa almeja alcançar resultados que consolidem a interconexão entre a falha informacional e a violação de direitos fundamentais, culminando na configuração do dano moral coletivo. Primeiramente, espera-se demonstrar que o princípio da vulnerabilidade do consumidor é o pilar que sustenta o dever qualificado de informar do fornecedor. A discussão aprofundará como essa vulnerabilidade, presumida de forma absoluta, é majoritariamente informacional, justificando a aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) para reequilibrar a relação e proteger a dignidade da pessoa humana.

Em segundo lugar, a análise buscará confirmar que a responsabilidade civil no CDC é, em regra, objetiva e solidária, fundada na teoria do risco-proveito. O debate evidenciará que a falha no dever de informar, como uma publicidade enganosa, é tratada como um "fato do produto" ou "fato do serviço", um acidente de consumo que atinge a integridade do consumidor e de terceiros.

O terceiro resultado esperado é a caracterização do dano moral coletivo como consequência direta da desinformação em massa. A discussão irá diferenciar os danos morais coletivos, que afetam direitos individuais homogêneos e coletivos em sentido estrito (com vítimas determinadas ou determináveis), dos danos sociais ou difusos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da tensão entre o direito à informação e os direitos da personalidade revelou uma profunda conexão entre ambos na sociedade contemporânea. O direito à informação, consolidado como um direito humano fundamental para o exercício da cidadania em um Estado democrático, não se limita a garantir o acesso a dados, mas instrumentaliza a própria liberdade de escolha e a autonomia individual (GUARDIA, 2022). Em paralelo, os direitos da personalidade, conceituados como a salvaguarda jurídica da dignidade em seus atributos essenciais, oferecem a base para a proteção do indivíduo contra violações morais e de imagem (BEZERRA, 2008). Conclui-se que o desequilíbrio informacional é, de fato, uma das principais fontes de vulnerabilidade na atualidade, especialmente no âmbito das relações de consumo. A falha no dever de informar, seja por meio de publicidade enganosa ou omissão de dados relevantes, não apenas viola uma obrigação legal do fornecedor, mas atinge diretamente a dignidade do consumidor, configurando um dano que, a depender de sua escala, pode transcender a esfera individual e caracterizar um dano moral coletivo.

REFERÊNCIAS

ASCENSÃO, José de Oliveira. **A dignidade da pessoa e o fundamento dos direitos humanos**. Revista da Faculdade de Direito da USP, São Paulo, v. 104, p. 277-299, jan./dez. 2009.



BEZERRA, Isabel Cecília de Oliveira. **Dos Direitos da Personalidade**. Revista Jurídica da Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, v. 5, n. 1, p. 1-11, 2008. Disponível em: https://www.uni7.edu.br/recursos/imagens/File/direito/revistajuridica/volume_5/artigo_01-v5.pdf. Acesso em: 16 set. 2025.

BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 9. ed. p.64-87. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

GUARDIA, Andrés Felipe Thiago Selingardi. Direito à informação. In: CAMPILONGO, Celso Fernandes; GONZAGA, Alvaro de Azevedo; FREIRE, André Luiz (coord.). Enciclopédia Jurídica da PUCSP. Tomo 12: **Direitos Humanos**. São Paulo: PUCSP, 2022. Disponível em: <https://enciclopediajuridica.pucsp.br>. Acesso em: 15 set. 2025.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**: direito material e processual. 10. ed. p. 47-60 Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2021.