

COMERCIALIZAÇÃO DE DADOS DOS USUÁRIOS E BOA-FÉ OBJETIVA NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS: O ESCÂNDALO DE DADOS DO FACEBOOK

Bruna Schimuneck¹

Ellen Dominique Botelho Campanholi²

Givago Dias Mendes³

RESUMO

Este trabalho tem como finalidade principal analisar os reflexos jurídicos da utilização dos dados de usuários nos contratos eletrônicos. Trata-se de prática não rara no mercado, sobretudo nas redes sociais e serviços gratuitos fornecidos na internet, em que se promove a comercialização dos dados de usuários. Analisa-se o fenômeno sob a ótica dos princípios do direito contratual, sobretudo os denominados princípios contemporâneos ou modernos. Para isso, promove-se uma abordagem histórica acerca dos princípios e fundamentos do Direito Contratual, partindo do clássico ao contemporâneo, do Estado Liberal ao Estado Social. Após, prossegue-se ao estudo dos contratos eletrônicos, suas características e regime jurídico. Ato contínuo, aprecia-se a prática da comercialização de dados na internet sob a ótica da boa-fé objetiva, transparência, lealdade e probidade e seus reflexos jurídicos. Serão apresentadas variadas formas de realização da coleta de dados, meios estes, que muitas vezes, usuários são vítimas e não possuem conhecimento da causa, abordando o escândalo no uso de dados do Facebook na campanha de Donald Trump, em que através do teste *"this is your digital life"* passou a ser possível ter acesso a dados daqueles que realizaram o referido teste.

PALAVRAS-CHAVE: Direito Contratual; Comércio de Dados; Escândalo de Dados.

ABSTRACT: This work deals with contractual principles and legal aspects, from antiquity to more modern times, which relate to the extraction of personal data and its commerce through the internet. There will be various forms of collecting data, which are often users and are not aware of the cause, as exemplified by the scandal in the use of Facebook data in the campaign of Donald Trump, where through the test "this is your digital life" it became possible to have access to data from those who performed the said test, which possibly favored Trump in his political campaign. An analysis will also be made of the principle of objective good faith, which safeguards such values as transparency, honesty and loyalty, in exchange for commercialization of data, where the user is often unaware that such collection is being carried out.

1 SCHIMUNECK, Bruna: acadêmica do III termo do curso de Bacharelado em Direito da AJES – Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena. Endereço eletrônico: bruh_mh@hotmail.com

2 CAMPANHOLI, Ellen Dominique Botelho: acadêmica do III termo do curso de Bacharelado em direito da AJES – Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena. Endereço eletrônico: ellen.botelhoc@gmail.com

3 MENDES, Givago Dias: Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito de Vitória, Advogado, Especialista em Direito Civil e Processual Civil pelo Instituto Elpidio Donizetti e Mestre em Direito Empresarial pela Universidade Milton Campos – MG, Docente da Universidade AJES - Faculdade do Vale do Juruena – Juína/Mato Grosso. E-mail: givago@ajes.edu.br

KEY-WORDS: Contract Law; Data Commerce; Data Scandal.

INTRODUÇÃO

O contrato tem, historicamente, se mostrado como um dos mais importantes instrumentos jurídicos, econômicos e sociais. Contudo, assim como a sociedade e suas concepções, tal instituto atravessou importantes mudanças estruturais. Muito embora sua origem remota se encontre no Direito Romano, sua estrutura moderna remonta à Revolução Francesa, como o principal instrumento da burguesia e comerciantes para o exercício de sua liberdade empreendedora e garantia de segurança nas transações comerciais.

Com a substituição do Estado Liberal pelo Estado Social, em meados do Século XX, a visão de todo o Direito Privado, inclusive o contratual, foi repensada, com o surgimento de novos princípios como a Função Social, Boa fé objetiva, Dignidade da Pessoa humana, entre outros.

Outrossim, o Século XXI trouxe, juntamente com a revolução tecnológica, significativa mudança no *modus operandi* das transações comerciais, consubstanciado no grande crescimento dos contratos eletrônicos. Tal modalidade contratual se encontra presente em praticamente todos os setores da economia e sociedade, sobretudo nas relações de consumo. Destacam-se, em razão da abordagem deste trabalho, as redes sociais, plenamente difundidas na realidade moderna, praticamente em todas as nações, inclusive o Brasil.

Nessa linha, o mundo digital, a sociedade da informação e os contratos eletrônicos apresentam características próprias, como a volatilidade das informações, a facilidade de compartilhamento, de cópia e reprodução, o anonimato, a dificuldade na fiscalização dos contratantes, que, certamente, repercutem na esfera dos contratantes. Não raras são as práticas abusivas cometidas por uma das partes, sobretudo os fornecedores, que detém maior poderio econômico.

Dentre tais práticas merece destaque a comercialização de dados dos usuários e contratantes nos contratos eletrônicos e na internet. Afinal, lembra-se da velha máxima segundo a qual “quando o serviço é de graça, o produto é você!”. A informação possui, no contexto atual, muitas vezes valor maior do que o próprio dinheiro. E assim as redes sociais se expandem e capitalizam. Afinal, o Facebook (uma das maiores empresas do mundo) não cobra por seus serviços, questiona-se: de onde vem essa renda? Qual a relação com os dados dos usuários.

Justamente aí reside o objeto principal deste trabalho, que é a análise das práticas abusivas realizadas pelos fornecedores nos contratos eletrônicos, em especial a comercialização de dados

dos usuários em redes sociais, como o Facebook. A problemática reside na seguinte questão: tais práticas estão de acordo com o ordenamento jurídico brasileiro e com os princípios modernos do direito contratual, em especial a boa-fé objetiva?

Para isso, promove-se uma abordagem histórica acerca dos princípios e fundamentos do Direito Contratual, partindo do clássico ao contemporâneo, do Estado Liberal ao Estado Social. Após, prossegue-se ao estudo dos contratos eletrônicos, suas características e regime jurídico. Ato contínuo, aprecia-se a prática da comercialização de dados na internet sob a ótica da boa-fé objetiva, transparência, lealdade e probidade e seus reflexos jurídicos. Serão apresentadas variadas formas de realização da coleta de dados, meios estes, que muitas vezes, usuários são vítimas e não possuem conhecimento da causa, abordando o escândalo no uso de dados do Facebook na campanha de Donald Trump, em que através do teste “*this is your digital life*” passou a ser possível ter acesso a dados daqueles que realizaram o referido teste.

1. IDEIA CLÁSSICA ACERCA DO CONTRATO

1.1 IGUALDADE E LIBERDADE

Com a codificação napoleônica, que aconteceu após a Revolução Francesa em 1804, surge o modelo liberal de contrato, que é visto como o conceito clássico. As partes eram livres para contratar e para estabelecer, de acordo com suas vontades, as cláusulas do contrato.

No Código Civil francês, os pressupostos do contrato eram *libertè* e *égalité*, trazidos pela Revolução Francesa, que trouxeram para esse conceito clássico a igualdade formal e a liberdade de contratar. Essa concepção de igualdade formal surgiu para que a burguesia da época pudesse ter acesso as riquezas e assim tirar o privilégio da aristocracia. Dessa forma, para que esse privilégio acabasse, os burgueses acabaram por reivindicar a igualdade jurídica de todos os cidadãos, aplicando o Código Civil da mesma forma para todos, sem nenhuma exceção.

Nas palavras de Roxana Cardoso Brasileiro Borges⁴:

[...] Dessa forma, ninguém estaria excluído da incidência do *Code Napoléon*, não haveria mais privilégios a serem invocados e as normas deveriam ser aplicadas, igualmente, a todos, não havendo mais a possibilidade de que a mesma pessoa invocasse ordenamentos diversos para regulamentar setores diferentes de sua vida, conforme seu interesse mudasse [...]

4 BORGES, Roxana Cardoso Brasileiro. **Contrato: Do clássico ao contemporâneo. A reconstrução do conceito.** Pag. 4. 2007. Disponível em <<http://sisnet.aduaneiras.com.br/lex/doutrinas/arquivos/081007.pdf>> Acesso em 12 de Abril de 2018.

Assim, o Código Francês consolidou a ideia de igualdade formal entre os contratantes. Essa ideia de igualdade formal é pelo viés de que, todos, independentemente da situação jurídica, seriam tratados da mesma maneira, ou seja, a codificação napoleônica não se preocupou com a igualdade substancial, que seria a noção de igualdade no meio social e econômico

1.2 PACTA SUNT SERVANDA

Um dos princípios mais relevantes relacionados ao *Code Napoléon*, é o princípio da obrigatoriedade ou *pacta sunt servanda*, que consiste na ideia de que aquilo que está estabelecido no contrato e é assinado entre as partes, deve ser cumprido. Tal é a força vinculante deste princípio que, a liberação dos contratantes só se dá com a execução da obrigação contratual.

1.3 FUNÇÃO ESTATAL

Em uma concepção clássica, quando se diz contrato, se diz justo, afinal as partes, a partir de sua vontade, firmaram um acordo. Assim, o estado iria intervir apenas para que o cumprimento da obrigação se concretizasse. Ou seja, não havia a ideia de direitos fundamentais, se houve um acordo de vontades, ele era válido, não era analisado a abusividade das cláusulas.

2. CONTRATOS NA MODERNIDADE

Foi o período onde o sujeito de direito passa a ser visto de uma forma mais flexível, ou seja, é analisado em diversos contextos diferentes, como por exemplo, nas relações de consumo, na empresa, no particular, e vários outros cenários. Assim, a concepção de sujeito no contrato deixa de ser vista de uma forma engessada e passa a ser observada de uma maneira mais maleável.

Em consequência, o princípio da autonomia da vontade deixa de ser o centro do direito contratual e passa a ser limitado pela função social dos contratos, haja vista que a sociedade notou a relevância de existir uma igualdade substancial, e não somente formal.

O Código Civil de 2002 buscou desviar as ideias individualistas que conduziam o diploma anterior para, então, seguir uma visão mais compatível com a socialização do direito

contemporâneo. Passou a existir uma prevalência dos valores da coletividade acerca dos valores individuais, entretanto, não foi perdido o valor fundamental da pessoa humana.

Com a evolução do Código Civil, surgiram mudanças relacionadas aos interesses dos sujeitos no contrato. Anteriormente, era visto como interesses opostos, e posteriormente o contrato passa a ser visto como um vínculo de colaboração entre as partes, afinal, ambos tem desejos dependentes da ação do outro.

Existe uma predominância na concepção de que o conceito de contrato restringe-se ao acordo de duas ou mais partes para constituir, regular ou extinguir relações patrimoniais, visão está que foi extraída do art. 1321 do Código Civil Italiano.

2.1 IDEIA DE CONTRATO NO CC/02

Rodolfo Pamplona Filho e Pablo Stolze Gagliano⁵ conceituam contrato de uma forma clara:

[...] entendemos que o contrato é um negócio jurídico por meio do qual as partes declarantes, limitados pelos princípios da função social e da boa-fé objetiva, autodisciplinam os efeitos patrimoniais que pretendem atingir, segundo a autonomia das suas próprias vontades.

Conceitua também o ilustre Carlos Roberto Gonçalves⁶:

O contrato é uma espécie de negócio jurídico que depende, para sua formação, da participação de pelo menos duas vontades. É, portanto, negócio jurídico bilateral ou plurilateral. [...] os negócios bilaterais, que decorrem de mútuo consenso, constituem os contratos. Contrato é, portanto, como dito, uma espécie do gênero negócio jurídico.

Contrato é um negócio jurídico e uma das mais relevantes fontes das obrigações. Para que ele se torne válido, é essencial que exista manifestação de vontade de pelo menos duas partes, assim, contrato será sempre negócio jurídico bilateral. A lei não conceitua nem define o que é contrato, dessa forma, cabe apenas a doutrina fazê-lo.

2.2 PRINCÍPIOS CONTRATUAIS MODERNOS

5 PAMPLONA FILHO, Rodolfo e GAGLIANO, Pablo Stolze. **Novo curso de direito civil, volume 4, tomo I: teoria geral**. Página 27, Saraiva, 2012.

6 GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro, volume 3: contratos e atos unilaterais**. Página 25, São Paulo, Saraiva, 2012.

Com o princípio da função social do contrato, este deixou de ser observado apenas como um instrumento da manifestação da vontade privada, e a socialização da propriedade passou a nortear o direito contratual. Ou seja, o contrato deixa de ser visto como uma forma de satisfação de interesses econômicos e individuais, mas sim como um meio de satisfação de interesses humanos e do bem comum, proporcionando uma nova dimensão à autonomia da vontade, que deixa de ser absoluta. Por deixar de ter caráter absoluto passou a ser conhecida como autonomia privada. Essa autonomia diz respeito a movimentar dinheiro, circular riquezas, sem esquecer-se de respeitar valores fundamentais constitucionais. Esse princípio é um limitado, uma vez que só será utilizado quando houver abusividade nas cláusulas, como por exemplo, violação da dignidade da pessoa humana.

O princípio da função social do contrato está consagrado no art. 421 do novo Código Civil: “A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato”.

Nas palavras de Rodolfo Pamplona Filho e Pablo Stolze Gagliano⁷:

Ao mencionar que a liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato, o legislador estabeleceu, de uma só vez, um critério finalístico ou teleológico e outro critério limitativo para a caracterização desse princípio.

Flávio Tartuce⁸ enfatiza que:

Desse modo, os contratos devem ser interpretados de acordo com a concepção do meio social onde estão inseridos, não trazendo onerosidade excessiva às partes contratantes, garantindo que a igualdade entre elas seja respeitada, mantendo a justiça contratual e equilibrando a relação onde houver a preponderância da situação de um dos contratantes sobre a do outro. Valoriza-se a equidade, a razoabilidade, o bom senso, afastando-se o enriquecimento sem causa [...]

Segundo Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosenvald⁹, a boa-fé objetiva pressupõe:

- a) Uma relação jurídica que ligue duas pessoas, impondo-lhes especiais deveres mútuos de conduta;
- b) padrões de comportamentos exigíveis do profissional competente, naquilo que se traduz como bônus pater famílias;
- c) reunião de condições suficientemente para ensejar na outra parte um estado de confiança no negócio celebrado.

7 PAMPLONA FILHO, Rodolfo e GAGLIANO, Pablo Stolze. **Novo curso de direito civil, volume 4, tomo I: teoria geral**. Página 43, Saraiva, 2012.

8 TARTUCE, Flávio. **Direito Civil, volume 3: teoria geral dos contratos e contratos em espécie**. Página 84. Editora Forense, 2017.

9 FARIAS, Cristiano Chaves de, ROSENVALD, Nelson. **Curso de Direito Civil: Direito dos contratos, volume 4**. Editora Salvador: Juspodivm, 2014.

Pode-se dizer que existiu um diálogo entre o Código Civil e a Constituição, o que levou a constitucionalização do direito privado e conseqüentemente sua despatrimonialização. Decorrente disso é o princípio da boa-fé objetiva, que atua como um modelo com deveres de conduta a serem seguidos, norteado pela honestidade, lealdade e cooperação, ou seja, é a eticidade esperada das partes de um contrato. Deveres estes que estão ligados a todo e qualquer tipo de negócio jurídico, tanto que é dispensava a previsão no instrumento negocial. Este é um princípio extremamente vinculado com o valor da confiança.

2.3 CONCEPÇÃO DE CONTRATOS ELETRÔNICOS

Na sociedade da informação e da tecnologia, se torna cada vez mais habitual a utilização de formas distintas e inovadoras para se pactuar um contrato. Com o avanço da tecnologia na seara da Internet, é possível se comunicar com pessoas de qualquer lugar do mundo. Dessa forma, se torna corriqueiro firmar contratos e fechar negócios com pessoas distantes, assim, o contrato eletrônico é visto como um instrumento de realização de um negócio jurídico, em grande maioria, utilizando computadores ou smartphones.

Vale ressaltar que deve haver colaboração entre as partes, a relação contratual eletrônica deve ser norteada pelos princípios da confiança, honestidade, respeito, para então, se ter segurança no negócio jurídico realizado. Entretanto, isso não é novidade, uma vez que o contrato tradicional adota o princípio da boa-fé objetiva, que está consolidado no art. 422 do Novo Código Civil, princípio este, que passa a ser a base de qualquer negócio jurídico.

Giovane Alves de Matos¹⁰ citando Leal conceitua contratos eletrônicos como:

“Eletrônico é o meio utilizado pelas partes para formalizar o contrato. Assim, pode-se entender por contrato eletrônico aquele em que o computador é utilizado como meio de manifestação e de instrumentalização da vontade das partes.”

Nesse diapasão, entende-se que o que caracteriza o contrato eletrônico é a forma como é manifestada a vontade das partes, ou seja, deve-se utilizar os meios eletrônicos para que o contrato seja entendido nesse contexto.

10 MATOS, Giovane Alves de. **Contratos eletrônicos**, 2016, apud LEAL, Sheila, 2009. Disponível em <<https://jus.com.br/artigos/53753/contratos-eletronicos>> Acesso em 16 de Abril de 2018.

Josias Bento de Sousa Filho¹¹ citando Barbagalo diz:

Definimos como contratos eletrônicos os acordos entre duas ou mais pessoas para, entre si, constituírem, modificarem ou extinguirem um vínculo jurídico, de natureza patrimonial, expressando suas respectivas declarações de vontade por computadores interligados entre si.

Outrossim, a falta de uma legislação atualizada sobre o tema, torna complexo trazer à tona discussões sobre o mesmo, tendo em vista que a doutrina brasileira, em sua maioria, não discute sobre o assunto. Essa falta de regulamentação expressa pode causar divergências entre as partes, principalmente em questões como: a proteção do consumidor, correio eletrônico, assinatura digital, e o problema mais relevante que iremos abordar neste trabalho, que é a privacidade dos dados expostos à negociação.

2.3.1 Validade dos contratos eletrônicos

Assim como nos contratos tradicionais, faz-se mister que a declaração de vontade das partes seja livre de vícios e que ambos sejam capazes, para que assim, o contrato eletrônico seja válido. Com a facilidade que os meios eletrônicos trazem, torna-se muito fácil ocultar informações importantes, uma vez que não se tem contato físico entre os contratantes. Dessa forma, quando um menor, entre dezesseis e dezoito anos, oculta sua idade ou se declara maior de dezoito anos no ato do negócio jurídico, ele não pode invocar sua menoridade afim de se desobrigar da prestação firmada.

O art. 180 do Código Civil Brasileiro prevê então que “o menor, entre dezesseis e dezoito anos, não pode, para eximir-se de uma obrigação, invocar a sua idade se dolosamente a ocultou quando inquirido pela outra parte, ou se, no ato de obrigar-se, declarou-se maior”.

3. MEIOS DE COLETA DE DADOS DA INTERNET

Em nossa sociedade, se tornou comum usuários fornecerem suas informações para obter acesso a um determinado site ou até mesmo a uma rede social na qual deseja fazer parte, e

11 FILHO, Josias Bento de Sousa. **Do contrato eletrônico e o comércio virtual**, p. 4, 2005, apud BARBAGALO, Erica Brandini, p. 37, 2001.

muitas vezes, não se dão conta da importância e do risco que estão correndo ao fornecê-las. A partir disso, iremos abordar alguns dos mais importantes meios de coleta de dados dos usuários.

3.1 FORMULÁRIOS

Talvez esse seja o mais conhecido e o mais explícito meio de coleta de dados da internet. Afinal, através do formulário, o usuário cede informações espontaneamente ao site, afim de obterem acesso rápido ao que desejam. As informações solicitadas são basicamente: nome do usuário, endereço, profissão. Também podem solicitar informações mais íntimas como seus desejos, o que gosta de fazer, assim por diante.

Apesar de parecer informações inofensivas, se esses dados forem comercializados, pode-se obter um perfil completo de cada cidadão. Como citado anteriormente, o usuário tem plena consciência de que está cedendo informações pessoais, embora não saiba sua finalidade. Assim, o site destinatário acaba por ficar confortável nessa situação, uma vez que as informações foram cedidas livremente pelo usuário.

3.2 COOKIES

De forma oposta aos formulários, os *cookies* operam sem o conhecimento e consentimento do usuário. Os donos dos cookies alegam que a finalidade do mesmo é apenas personalizar o acesso do usuário ao site buscado.

Tiago Farina Matos¹² define:

“*Cookies* são pequenos arquivos de informações lançados pelos sites visitados, dentro do computador do visitante, e ficam armazenados no respectivo disco rígido, para enquanto houver navegação na web, serem utilizados pela memória RAM. Existem dois tipos de cookies: os que são gravados diretamente no computador dos usuários, e servem para facilitar o carregamento do site numa posterior navegação, e os que se servem apenas para coletar dados dos visitantes, cujo destino é, inevitavelmente, o banco de dados do site visitado.”

3.3 HACKERS E CRACKERS

12 MATOS, Tiago Farina. **Comércio de dados, privacidade e internet**, 2004. Disponível em <http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=4146>. Acesso em: 23 de abril de 2018.

É muito frequente notícias sobre *hackers* invadindo sistemas e provocando o caos no mundo cibernético, quando na verdade, quem provoca isso são os *crackers*. Iremos tratar sobre a diferença entre ambos.

Os *hackers* podem ser vistos como curiosos, que tem conhecimento sobre informática acima da média, fazem uso deste, na maioria das vezes, apenas para demonstrar a vulnerabilidade de um sistema. Faz-se mister ressaltar que eles não utilizam seus conhecimentos para prejudicar outrem, mas sim para sua “diversão” apenas. Essa é a diferença entre os *hackers* e os *crackers*. O segundo, ao descobrir falhas no sistema operacional, inicia seus trabalhos na intenção de se beneficiar ou causar danos à terceiros, modificando ou danificando arquivos.

3.4 IDEIA DE BANCO DE DADOS

Permeou durante muito tempo a necessidade de agrupar documentos de forma física, entretanto, com o desenvolvimento da área tecnológica, esse armazenamento passou a ser feito de forma digital. Consequência disso foi a evolução do banco de dados.

Além das informações encontradas livremente pela internet, existem informações que só podem ser encontradas nos bancos de dados, seja de determinado órgão governamental ou de grandes empresas. Exemplo disso são os sites de departamento de trânsito, contendo informações sobre os veículos, bem como as infrações advindas deles. Ou seja, o banco de dados é um conjunto de informações ligadas entre si, a fim de serem organizadas em um mesmo contexto para o melhor funcionamento das empresas.

3.5 COMÉRCIO DE DADOS PESSOAIS

Indiscutível é a ideia de que a informação é um dos bens mais valiosos para corporações, governos, acadêmicos, pesquisadores, e todo o restante da sociedade. Pois é através dela que se torna possível obter melhores resultados, tanto no meio profissional ou no cotidiano, e também a fim de conhecer as necessidades de uma sociedade para então realizar pesquisas na intenção de melhorá-la.

Sabe-se que as redes sociais são gratuitas, porém, para se ter acesso a elas, é necessário fazer um cadastro, cedendo informações como: nome, data de nascimento, sexo, número de telefone, entre outras. Após preencher o formulário, o usuário deve concordar ou não com os

termos de uso, bem como sua política de dados. Então se origina o problema, tendo em vista que, na ansiedade de usar a rede social, o usuário acaba por não ler esses termos. Dessa forma, o navegante acaba por desconhecer que todos os seus dados e atividades estão sendo monitorados, desconhecendo também a finalidade dessa coleta de informações.

As grandes empresas, como o Facebook, que será nosso objeto de estudos, alega que toda essa coleta de dados serve para melhor experiência do usuário com a rede social, uma vez que, coletando informações sobre o que cada um pesquisou, comprou ou curtiu, o ambiente cibernético se molda de acordo com o gosto de cada cliente.

Os anúncios que aparecem na página de cada usuário, é resultado da coleta dos dados advindos das pesquisas recentes de cada um através de seu smartphone ou computador. Ou seja, se o cliente pesquisar por um livro que deseja ter, em segundos aparecerá em sua página anúncios com os melhores preços do item em diversas lojas virtuais. Dessa forma, fica claro que os dados coletados são vendidos para grandes empresas, com a finalidade de obter lucro.

Tiago Farina Matos¹³ explica de forma sucinta:

Através de dados como endereço, telefone ou e-mail, empresas encaminham mensagens de marketing direto para uma quantidade infinita de pessoas. Aí, entram também os chamados “corretores de informações” – aqueles que compram PIIs¹⁴ de diversas fontes, cruzam-nas e revendem-nas para quem se interessar – formando em seu banco de dados um verdadeiro perfil do indivíduo. Entrementes, esses corretores são procurados por empresas, que encomendam certo número de nomes (bem como dos demais dados referentes ao mesmo) entre os quais melhor se encaixam nas suas diretrizes de clientela.

Ante as considerações supramencionadas, parte-se à exposição do caso específico da manipulação e venda dos dados dos usuários por redes sociais, em especial o Facebook.

3.6 ESCÂNDALO DO USO DE DADOS DO FACEBOOK

O Facebook permite que aplicativos e empresas parceiras tenham acesso aos perfis de seus usuários. A forma mais prática encontrada por essas empresas para ter acesso amplo à

13 MATOS, Tiago Farina. **Comércio de dados, privacidade e internet**, 2004. Disponível em <http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=4146>. Acesso em: 23 de Abril de 2018.

14 *Personally Identifiable Information*, informações variadas sobre determinada pessoa, traçando um perfil completo sobre a mesma.

variadas informações dos cidadãos, é através de testes – que para muitos, são vistos apenas como forma de diversão, considerando-os inofensivos.

O referido escândalo se iniciou em Junho de 2014, quando um professor da Universidade de Cambridge, Aleksandr Kogan, criou um teste que visava definir a personalidade do usuário, utilizando o pretexto de promover um estudo psicológico acerca das informações. Apenas 270 mil pessoas fizeram o teste, porém, a partir de um erro na rede social, Kogan conseguiu coletar informações de aproximadamente 87 milhões de pessoas, pois teve acesso aos perfis dos amigos dos usuários se dispuseram a fazer o teste.

Na campanha de Donald Trump com o ideal de aumentar a influência dos eleitores através da rede sociais, Steven Bannon – principal assessor de Trump - procura Cambridge Analytica, uma empresa especializada em análise de dados, que prontamente aceita trabalhar para a campanha. Analytica tenta contratar o Centro de Psicometria da Universidade de Cambridge para analisar e coletar os dados de eleitores nas redes sociais, entretanto, o centro se recusou.

Dessa forma, Cambridge Analytica busca ajuda de Aleksandr Kogan, que cria o teste “*this is your digital life*”¹⁵, e então conclui o seu ideal de conseguir acesso aos dados dos usuários que fizeram uso deste.

Após esse escândalo, pode-se notar que, informações anteriormente vistas como inofensivas e inúteis, possuem grande valor para empresas como Cambridge Analytica, uma vez que a partir destas, é possível montar perfis de eleitores em potencial. Através de perguntas pessoais, como quão extrovertida a pessoa é, se ela gosta de arte ou não, um algoritmo busca encontrar vínculos entre essas informações a fim de entender posições políticas de cada um.

Os dados que foram coletados continham informações sobre a identidade das pessoas, como, por exemplo, endereço, profissão nome – seus gostos, hábitos, inclusive dava acesso a toda rede de contatos.

This is your digital life fez uso de uma lacuna que existia nas normas do Facebook; a rede social permitia a coleta de dados de amigos dos usuários, entretanto, essas informações deveriam ser direcionadas para o melhoramento do uso da rede social para o próprio usuário.

15 “*This is your digital life*”, em português significa “essa é sua vida digital”

Por certo, era proibida a comercialização dos dados de usuários, todavia, o Facebook não tinha controle sobre a utilização de tais dados, facilitando assim a venda das informações, que foram utilizadas para fins políticos sem o conhecimento dos usuários.

Desde que teve ciência do ocorrido, no final de março do presente ano, Mark Zuckerberg, CEO¹⁶ do Facebook, iniciou vários projetos a fim de proteger a privacidade dos usuários, mudando inclusive a Política de dados da referida rede social. Em uma declaração feita em sua página oficial no Facebook, Zuckerberg se posiciona e assume ter cometido erros em relação a proteção de dados dos usuários, e aponta diversas mudanças que serão feitas a fim de evitar que situações como esta, ocorram novamente.

4. COMERCIALIZAÇÃO DE DADOS E O PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

Após uma análise minuciosa em torno da Política de Dados do Facebook, nota-se que a rede social coleta praticamente todas as informações dos usuários. O aplicativo obtém informações sobre todos os dispositivos, os quais foram utilizados para se conectar à rede; empresas parceiras do Facebook têm acesso aos sites que o usuário visita, as compras feitas, os anúncios que visualiza; tem acesso a localização atual, lugares que gosta de frequentar, entre diversas outras informações. Além disso, o Facebook retira dados em relação ao comportamento dos usuários em alguns sites de parceiros que fazem uso dos seus serviços, como exemplo temos, aqueles que permitem o usuário fazer login a partir da conta da rede social Facebook. Entretanto, a rede social afirma que todos esses dados são coletados com a finalidade de melhorar a experiência do usuário perante a rede social, com o intuito de personalizar a página para cada perfil. Dessa forma, é incontestável o desconhecimento do usuário em relação a comercialização dessas informações. Em nenhum parágrafo é citado que esses dados poderiam ser fornecidos para terceiros com a finalidade de se realizar pesquisas políticas.

Nota-se claramente o erro da rede social em não proteger o cliente em relação a empresas parceiras, afinal, não se sabe o destino das informações recolhidas através de testes e de aplicativos relacionados com o Facebook. Mark Zuckerberg, na declaração em sua página oficial do referido aplicativo, afirma que foi criada uma nova ferramenta que permite ao usuário desvincular aplicativos do Facebook; irão também reduzir os dados que os usuários dão ao

16 *Chief Executive Officer*, em português significa “diretor executivo”

assinar um novo aplicativo – serão apenas nome, foto de perfil e endereço de e-mail. Porém, mesmo com todas essas modificações, não se torna seguro utilizar o aplicativo, pois sua Política de Dados expõe claramente que, os anunciantes e desenvolvedores de aplicativos dentro do Facebook tem total acesso a informações íntimas de cada usuário, como as informações do seu dispositivo, sites que ele acessa, compras que faz, e esses parceiros cedem essas informações a rede social.

Ao analisarmos o caso citado de acordo com nossa legislação brasileira, mais especificamente os princípios contratuais, que já foram elencados no presente trabalho, é evidente que o princípio da boa-fé objetiva foi totalmente ferido, uma vez que não se teve transparência e honestidade da rede social perante o usuário, ao omitirem a informação de que situações como esta poderiam acontecer. Nota-se a importância de manter-se atento ao que dizem os termos de uso de aplicativos via internet, pois uma vez aceito, a rede social ou site acaba por ficar confortável nessas situações, pois teve anuência do usuário de todas as cláusulas do contrato eletrônico, mesmo sem ter feito leitura prévia.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na elaboração do presente trabalho se pode observar que, muito embora possua sua origem remota no Direito Romano, o contrato moderno surgiu com a Revolução Francesa e evolução do comércio, como instrumento para que a burguesia obtivesse segurança nas relações comerciais, compra, venda e produção. O contrato era portanto, na visão clássica, um instrumento de exercício da liberdade e busca de segurança jurídica, marcado por traços de individualismo e concebido em sua visão estrutural.

Os princípios clássicos que ampararam tal visão foram: liberdade, relatividade e *pacta sunt servanda* (força vinculante dos contratos). Foi, assim, o contrato de fundamental importância para o crescimento econômico e social experimentado em todo o mundo nos séculos seguintes, geração de emprego, renda e satisfação das necessidades humanas.

No século XX, com o surgimento do Estado Social, em superação ao paradigma liberal, o bem coletivo adquiriu *status* especial, e a visão funcional do contrato, como instrumento de promoção do bem comum e da coletividade, superou a concepção liberal individualista. O contrato passou a ser concebido como um instrumento na busca pelo bem comum, e a liberdade dos contratantes passou a ser limitada, quando exercida de maneira abusiva ou representasse

risco à coletividade. Surgem daí os princípios modernos tais como função social, boa-fé objetiva, dignidade da pessoa humana e supremacia da ordem pública.

Já a revolução tecnológica, experimentada no fim do século XX e século XXI trouxe novas formas de comercialização e transações comerciais, em destaque os contratos eletrônicos. Destacam-se, em razão da abordagem deste trabalho, as redes sociais, plenamente difundidas na realidade moderna, praticamente em todas as nações, inclusive o Brasil.

Visto também que o mundo digital, a sociedade da informação e os contratos eletrônicos apresentam características próprias, como a volatilidade das informações, a facilidade de compartilhamento, de cópia e reprodução, o anonimato, a dificuldade na fiscalização dos contratantes, que, certamente, repercutem na esfera dos contratantes. Não raras são as práticas abusivas cometidas por uma das partes, sobretudo os fornecedores, que detém maior poderio econômico.

Dentre tais práticas abordou-se a comercialização de dados dos usuários e contratantes nos contratos eletrônicos e na internet. Verificou-se que algumas empresas, entre elas o Facebook, promove a divulgação, comercialização e outras práticas abusivas com os dados dos contratantes, em total desrespeito aos princípios da probidade, transparência e boa-fé objetiva.

Trata-se de prática ilícita, lesiva aos contratantes e consumidores, violadora dos princípios da boa fé objetiva, uma vez que o usuário sequer é informado que seus dados serão utilizados, ou que se obterá ganhos econômicos com eles. Também há violação frontal à função social dos contratos, ante a reprovabilidade de tais condutas e os prejuízos experimentados por toda a coletividade. Ademais, não se trata de realidade apenas brasileira, mas comum em outros países, como demonstrado no caso Donald Trump.

Cabem aos profissionais do direito importante trabalho de conscientização da população acerca da proteção de seus dados, bem como atuação do Poder Público na proteção dos consumidores e contratantes, por meio do Ministério Público, Defensoria Pública e demais entidades que atuem neste âmbito. Afinal, a comercialização de dados dos usuários configura ilícito civil, administrativo e criminal, cabendo aos responsáveis sanções nestas três esferas, que vão desde as multas e indenizações à suspensão de suas atividades.

Vale lembrar que, na internet “quando o serviço é de graça, o produto é você!”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro, volume 3: contratos e atos unilaterais**. 9 ed. - São Paulo: Saraiva, 2012.

PAMPLONA FILHO, Rodolfo e GAGLIANO, Pablo Stolze. **Novo curso de direito civil, volume 4, tomo I: teoria geral**. 8. Ed - São Paulo: Saraiva, 2012.

VENOSA, Silvio de Salvo. **Curso de Direito Civil, v3**. São Paulo: Atlas, 2017.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil, v3**. São Paulo: Saraiva: 2017.

TARTUCE, Flávio. **O princípio da boa fé objetiva em matéria contratual. Apontamentos em relação ao novo Código Civil**. São Paulo: Gen, 2003.

REFERÊNCIAS DE SÍTIOS DA REDE MUNDIAL DE COMPUTADORES (INTERNET)

<<http://sisnet.aduaneiras.com.br/lex/doutrinas/arquivos/081007.pdf>> Acesso em 12 de Abril de 2018.

<http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=4146> Acesso em 15 de Abril de 2018.

<<https://jus.com.br/artigos/53753/contratos-eletronicos>> Acesso em 16 de abril de 2018.

<<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/03/entenda-o-escandalo-do-uso-de-dados-do-facebook.shtml>> Acesso em 16 de Abril de 2018.

<<https://exame.abril.com.br/tecnologia/o-escandalo-de-vazamento-de-dados-do-facebook-e-muito-pior-do-que-parecia/>> Acesso em 19 de Abril de 2018

< <https://www.facebook.com/zuck/posts/10104712037900071>> Acesso em 19 de Abril de 2018

<<http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI248542,71043-Banco+de+dados+com+informacoes+pessoais+pode+ser+comercializado+sem>> Acesso em 23 de Abril de 2018

<<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=e4d8163c7a068b65>> Acesso em 25 de Abril de 2018