

DIREITO À PRIVACIDADE NA INTERNET: O COMPARTILHAMENTO DE DADOS ENTRE WEBSITES E A VIOLAÇÃO À PRIVACIDADE

DERECHO A LA PRIVACIDAD EN LA INTERNET: EL COMPARTIMIENTO DE DATOS ENTRE SITIOS WEB Y LA VIOLACIÓN A LA PRIVACIDAD

Leonardo Melo Matos¹

RESUMO

Um dos temas mais discutidos hoje no âmbito do Direito e a Internet diz respeito ao direito à privacidade. Este tema da privacidade pode ser tanto encarado à luz do anonimato na inserção de conteúdo na Internet, quanto pela privacidade dos dados relativos aos usuários dos websites. Em torno dessa última proposta, o presente trabalho desenvolverá os conceitos fundamentais da Informática e da Internet para demonstrar de que modo é possível haver o armazenamento das informações relativas aos usuários da Internet e de que modo este armazenamento se dá e pode ser compartilhado e, assim, quebrado o anonimato e via de consequência, a privacidade. E em torno desta violação da privacidade, à luz dos direitos da personalidade, quais são os instrumentos jurídicos colocados à disposição do sujeito para a reparação e prevenção da violação do direito de privacidade.

PALAVRAS-CHAVE: Direitos da Personalidade; Privacidade; Internet; tutelas jurídicas

RESÚMEN

Uno de los temas más discutidos hoy en el ámbito del Derecho y Internet dice respecto respetar al derecho a la privacidad. Este tema de la privacidad puede ser analizado tanto a la luz del anonimato en la inserción de contenidos en Internet, cuanto por la privacidad de los datos de los usuarios en los sitios web. En torno de esta última propuesta, en este trabajo se desarrollarán los conceptos fundamentales de la Informática y de Internet para demostrar cómo es posible hacer el almacenamiento de la información sobre los usuarios de Internet y cómo esto ocurre y puede ser compartido y, por lo tanto, roto el anonimato y consecuentemente, la privacidad. Y en torno a esta violación de la privacidad, a la luz de los derechos de la personalidad, los cuales son los instrumentos legales de que dispone el sujeto para la reparación y la prevención de la violación del derecho a la intimidad.

PALABRAS CLAVE: Derechos de la Personalidad; Privacidad; Internet; tutelas jurídicas

¹ Especialista em Direito Empresarial. Aluno do programa de Mestrado em Direito Negocial da Universidade Estadual de Londrina/PR.

INTRODUÇÃO

Grande parte dos negócios jurídicos e significativa parte da vida em sociedade hoje se passa por meio da Internet, havendo resistência ainda apenas no campo e nas pequenas cidades. Nos grandes centros urbanos, estar conectado faz parte do cotidiano, e ocupa significativa parte do tempo livre.

Ocorre que muitas pessoas possuem uma visão equivocada sobre a Internet, acreditando, por exemplo, tratar-se de um mundo virtual, digital, como se a Internet fosse imaterial. Contudo, esta visão está errada. A Internet é constituída por aquilo que é a sua própria definição: rede mundial de computadores. Trata-se, portanto, de uma rede de computadores ligados entre si em nível mundial.

O que circula pela Internet é um fluxo de dados e informações, que realizam a comunicação entre os diferentes computadores ligados à rede mundial. Este fluxo de dados e informações circulante é o que a Internet se apresenta ao usuário. Entretanto, por trás de tudo estão computadores, às centenas e milhares.

Uma vez que estes dados circulam entre computadores, eles podem ser interceptados e armazenados, de modo que, ao contrário do que pensam a maioria das pessoas, a Internet não é de toda anônima, pois para se usar a Internet, é necessário contratar um provedor de acesso. E ao contratar um provedor de acesso é necessário fornecer informações. E isso tudo é armazenado para o controle da Internet, de modo que o acesso às informações pode ser obtido por meio judicial.

Entretanto, ao mesmo tempo em que o Judiciário pode exigir o fornecimento das informações, quebrando assim o anonimato, de outro lado, todo e qualquer site que o internauta visita também armazena informações. E elas podem ser utilizadas de forma inocente, para verificação de estatísticas de visitas e para que, assim, o proprietário do website possa estruturar o seu conteúdo, bem como a exploração publicitária.

E é em torno da exploração publicitária dos dados dos usuários dos websites que o Direito deve focar urgentemente o seu foco. Isso porque o cruzamento de informações entre sites pode levar a uma quebra de privacidade da navegação na Internet, dando origem aos spams ou até mesmo à possibilidade de os dados serem utilizados de forma criminosa.

O presente estudo pretende estudar à luz dos direitos da personalidade, o armazenamento e uso das informações do usuário da Internet, sobretudo com os denominados

sites de serviços gratuitos, com necessidade de cadastramento de informações pessoais, tais como os diversos serviços gratuitos de e-mail (Gmail, Hotmail, dentre outros); redes sociais (Twitter, Facebook, dentre outras); sites de compras coletivas, dentre outros. Para tanto, fundamental num primeiro momento realizar-se um estudo de conceitos de Informática e Internet.

1 A INFORMAÇÃO ENQUANTO BEM JURÍDICO: A INTERNET E A SOCIEDADE INFORMACIONAL

A informação é um bem jurídico e deter o domínio da informação significa avançar a um estágio que permite ao sujeito formular teorias, hipóteses e conclusões. Não é à toa que a informação, conforme já foi estudado anteriormente, sempre foi um dos elementos constitutivos das sociedades. Considerando-se a ampla difusão das informações nos dias de hoje, pode-se dizer que a sociedade atual é uma sociedade informacional.

Com efeito, a criação do computador e o advento da Internet elevam o patamar da informação, abrindo espaço a um novo campo:

A informação, graças à difusão do computador, transformou-se numa mercadoria, uma coleta de dados registrados sob a forma de impulsos magnéticos. Considera-se não só o conteúdo, mas também a forma, que é mensurável com absoluta precisão em termos de custo de produção e de valor de mercado. Dessa maneira, a informação transforma-se em nova matéria-prima, pertencente ao gênero especial dos bens imateriais. A organização produtiva transforma-se de unidade de tratamento de materiais em unidade de tratamento de informações. (PAESANI, 2007, p. 10)

Com um certo assombro, Eric Schimidt afirmou que a Internet é a “primeira coisa que a humanidade criou e não entende, a maior experiência de anarquia que jamais tivemos“. (*apud* CORRÊA, 2000, p. 7).

De certa maneira, assiste-lhe razão, vez que a Internet surge pura e simplesmente como uma rede de computadores de alcance limitado, e que paulatinamente se torna cada vez maior, até o ponto de se tornar mundial.

E a partir do momento em que se torna mundial, o fluxo de informações deixa de girar com o filtro das mídias tradicionais (rádio, televisão e imprensa escrita), com a necessidade de “depuração” por parte do interlocutor da mídia, e passa a girar livremente a qualquer um provido de um computador com acesso à Internet.

Evidentemente que a informação precisa ser colocada e retransmitida por alguém, de modo que a intermediação de um agente é um pressuposto inevitável. Entretanto, a liberdade

e o baixo custo do fluxo de informações na Internet fazem gerar novos agentes de informação, uma espécie de nova mídia, que sequer precisa se profissionalizar, constituir-se em sociedade empresária ou obter autorizações governamentais.

Basta pura e simplesmente ter um espaço de um disco rígido num computador ligado à rede mundial e a inserção do conteúdo se dará de forma absolutamente livre e de baixíssimo custo e com um alcance mundial praticamente sem restrições.

Evidentemente que todo esse fluxo de informações se constitui num bem fundamental nesta era da informação, de modo que o acesso à informação continua a ser um interessante negócio, pois pode-se cobrar pelo serviço de inserção de dados na rede mundial, bem como para a visualização.

O fato é que a Internet hoje concentra o maior fluxo de informações no mundo, numa proporção jamais imaginada na história da humanidade, daí o assombro de Schimidt. A Internet surgiu e foi tomando proporções mundiais de forma natural e, quando menos se percebeu, já se tornou o centro da contemporaneidade, formando o que se denomina “sociedade informacional” ou “sociedade da informação”.

2 MANUEL CASTELLS E O PARADIGMA DA SOCIEDADE EM REDE

Ao invés de falar em sociedade informacional, ou sociedade da informação ou do conhecimento, Manuel Castells prefere falar em sociedade em rede. Entretanto, alerta o autor, que não se deve cair no erro de se imaginar a sociedade em rede como algo futurista, fora da realidade, como se fosse algo absolutamente novo e que causa um certo assombramento.

Com efeito, no caso da sociedade informacional, Castells defende que a informação sempre foi valorizada em toda a história da humanidade, de tal modo que quem tivesse a informação tinha um poderio e meios para promover mudanças sociais. Em não raros casos na história da humanidade, o fato deter uma informação pode ter sido o fator decisivo para profundas mudanças.

Por isso, o que o desenvolvimento das comunicações e tecnologias proporciona é que esta informação se insere em rede, como já referido aqui anteriormente, de tal modo que Castells denomina a esta sociedade, de sociedade em rede, ainda que este estágio da sociedade não se apresente de modo uniforme ou igual por todo o globo (CASTELLS *in* CARDOSO e CASTELLS, 2005, p. 17). Entretanto, a sociedade em rede, é, essencialmente, uma faceta da globalização.

A diferença dessa sociedade em rede é que além da informação, a rede se apresenta de modo flexível e adaptável, sendo na realidade um conjunto de sistemas de nós interligados. É dizer, o indivíduo opta até que ponto se quer inserir na rede e que em grau quer se envolver.

A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. (*idem*, p. 20).

Evidentemente que a Internet e o seu desenvolvimento foi o principal motor para a consolidação da sociedade em rede, de tal modo que Castells alerta que a Internet não provoca necessariamente o isolamento do indivíduo (*ibidem*, p. 23), mas que justamente cria uma rede pública de comunicação.

Assim, as relações interpessoais continuam sendo um elemento notável da sociedade contemporânea, a qual pode ser chamada de rede privada. Por sua vez, a comunicação, independente de estar ou não inserida no contexto da Internet, que vem apenas a ser uma consequência, é um espaço público. Neste sentido:

A comunicação constitui o espaço público, ou seja, o espaço cognitivo em que as mentes das pessoas recebem informação e formam os seus pontos de vista através do processamento de sinais da sociedade no seu conjunto. Por outras palavras, enquanto a comunicação interpessoal é uma relação privada, formada pelos actores da interacção, os sistemas de comunicação mediáticos criam os relacionamentos entre instituições e organizações da sociedade e as pessoas no seu conjunto, não enquanto indivíduos, mas como receptores colectivos de informação, mesmo quando a informação final é processada por cada indivíduo de acordo com as suas próprias características pessoais. É por isso que a estrutura e a dinâmica da comunicação social é essencial na formação da consciência e da opinião, e a base do processo de decisão política. (*ibidem*, 2005, p. 23).

Por sua vez, a internet, a exemplo dos blogs, sites pessoais, streamings e afins, criam espaços de comunicação sem a necessidade de o indivíduo passar pelo filtro dos canais de comunicação clássicos.

É dizer, para o indivíduo se inserir na rede de comunicação, não precisa mais se submeter ao Estado ou às mídias, pois o próprio controle da informação e comunicação está em suas mãos através do computador ligado na internet.

Por outro lado, Castells alerta que o papel do setor público é essencial para o completo desenvolvimento e a forma que vai assumir a sociedade em rede. Isso porque os indivíduos, ou seja, a iniciativa privada, criaram a rede e dela se utilizam através da Internet. Entretanto, a Internet é uma rede de comunicação que pode ser regulamentada e limitada pelo Estado.

Nesse sentido, há uma aparente contradição, pois ao mesmo tempo em que o Estado se enfraquece na era da globalização, ele detém o poder de regulamentar a Internet, o que pode ter fortes repercussões sobre a sociedade em rede.

3 DA INFORMÁTICA À TELEMÁTICA: CONCEITOS BÁSICOS DE INFORMÁTICA E INTERNET

Antes de se adentrar na problemática do direito à privacidade na Internet, sobretudo no âmbito dos websites gratuitos, cumpre ressaltar algumas idéias básicas da informática. A começar, pela própria conceituação de informática:

São numerosas as teorias sobre o significado de Informática, mas a que melhor a identifica é a teoria que lhe confere sentido de “ciência do uso da informação” ligada a um computador. A Informática representa o aspecto estático desta ciência que se complementa com a Telemática, que representa o aspecto dinâmico da informação. (PAESANI, 2007, p. 9).

O computador é constituído de um hardware (componentes físicos) denominado “disco rígido”, que é o local do computador em que os dados são armazenados e visualizados.

Tudo que se insere dentro de um computador são pacotes de dados, que ficam armazenados nos discos rígidos e que são visualizados por meio de softwares, que também se fazem inserir no disco rígido em forma de dados.

Com o desenvolvimento da informática, novas formas de armazenamento de dados foram criadas e aprimoradas (disquetes, zip-drive, CDs, pen drives, dentre outros). Além disso, abriu-se a possibilidade de dois computadores se comunicarem e trocarem dados um com o outro, com a utilização de meios próprios (como por exemplo, os obsoletos disquetes). Entretanto, o principal meio desenvolvido foi a criação da rede.

A rede de computador é um meio que permite que dois computadores se interliguem um com o outro, de modo que se pode trocar dados entre os dois computadores de modo direto, sem a necessidade do uso do disquete, por exemplo. E mais que isso: é possível que um computador tenha acesso aos dados do outro computador. Assim se forma o conceito de telemática, que é um dos princípios fundamentais da Internet:

Telemática é Informática e algo mais. É o conjunto de serviços de origem informática que têm, a mais, a característica de serem ofertados e desfrutados à distância por intermédio de uma rede de telecomunicações. O algo mais é constituído pela necessidade de uma rede de transmissão – um Network como se costuma chamar, que consinta veicular imediatamente o serviço informático a uma grande distância do local em que é produzido, de tal forma que permita atingir em tempo real o consumidor. (ROPPO *apud* PAESANI, 2007, p. 9)

Deste modo, com uma rede de computadores, o armazenamento de dados se torna algo acidental, pois para se acessar os dados não é necessário estar presente e operando o computador no qual os dados estão armazenados, pois por meio dela, um outro computador tem acesso direto a esses dados.

Quanto mais se desenvolveu a informática, maior capacidade de ligação entre computadores foi sendo desenvolvida, até o ponto em que os computadores nem mais precisariam estar um do lado do outro, podendo estar localizados a quilômetros de distância e, entretanto, se comunicarem e trocarem dados entre si.

O conceito, portanto, de rede e o modo pelo qual os dados se alojam num computador são essenciais para a desmistificação da Internet, é dizer, que a Internet não é um meio virtual, mas físico. E não tem como deixar de ser. É da essência da informática.

Os computadores, quando criados, possuíam enormes proporções para um número limitado de operações, de uso reservado aos cientistas, ainda em aspecto experimental. Na medida em que os computadores puderam se tornar cada vez menores, se possibilitou que deixasse de ser uma mera ferramenta de uso científica, para se tornar acessível às demais pessoas. Daí surgiu o PC, *personal computer*, com o qual qualquer usuário doméstico poderia ter em sua casa um computador.

Antes de se chegar ao PC, no âmbito da guerra fria e das universidades americanas, começava-se a se desenvolver um projeto de comunicação de computadores em rede à distância.

A Agência de Pesquisas em Projetos Avançados (ARPA) dos EUA, em 1969, deu início a um projeto de ligação de computadores em rede, para interligar suas bases de pesquisas, em centros universitários e uma base em Stanford, dando origem ao que se denominou ARPANET.

Ocorre que as pesquisas tinham claro interesse militar, de tal modo que a idéia da conexão de computadores em rede surge no contexto da guerra fria, como um meio seguro para o intercâmbio de informação, sem possibilidade de interceptações (CORRÊA, 2000, p. 7).

A ARPANET vai tomando proporções cada vez maiores, abrangendo um maior número de universidades, e não tarda até que no final dos anos 80 se permitiu o uso comercial, tornando a rede mundial, o que viria a se popularizar nos anos 90, período em que surgem os primeiros backbones de iniciativa privada.

Numa etapa anterior, porém, de se chegar ao uso doméstico, a rede de computadores integrava os centros de pesquisa e bibliotecas das Universidades, fazendo intercâmbio de informações de interesse universitário.

Em meados da década de 80 a *National Science Foundation* (NSF), agência americana de fomento a pesquisas e educação fundamental, financia redes de computadores de centros de pesquisa, dando origem à chamada NSFNET.

Entretanto, o mais acertado parece ser que a Internet surgiu como projeto militar, como meio de integração das bases militares com os departamentos de pesquisa americanos, razão pela qual houve financiamento do governo americano. Pode-se dizer que ao mesmo tempo que surge como ferramenta militar, é aproveitada como ferramenta universitária.

Com o fim da guerra fria, abriram-se dois projetos de pesquisa de rede de computadores e o ARPANET passou a ser utilizado no âmbito universitário e a rede de interesse militar, passou a ser chamada MILNET.

O desenvolvimento e aprimoramento dos computadores não tarda, até o ponto em que se conseguisse cada vez mais aumentar a distância dos computadores para a sua ligação em rede, até que enfim, geograficamente, não houvesse mais obstáculos para a ligação dos computadores em rede.

Quando a rede se torna mundial, temos a origem do que hoje denominamos de Internet. Ou seja, o que é a Internet? A Internet é uma rede mundial de computadores ligados entre si. E de que modo tantos computadores se podem ligar? É necessário para isso a utilização de cabos e de computadores especiais responsáveis apenas por cruzar os dados, ou seja, receber e transmitir os dados.

Segundo Gustavo Testa Corrêa (2000, p. 135), a Internet é:

um sistema global de rede de computadores que possibilita a comunicação e a transferência de arquivos de uma máquina a qualquer outra máquina conectada na rede, possibilitando, assim, um intercâmbio de informações sem precedentes na história, de maneira rápida, eficiente e sem a limitação de fronteiras, culminando na criação de novos mecanismos de relacionamento.

E é necessário que haja a intermediação através da utilização de algum meio de comunicação para que esses dados possam ser integrados. É disso que a Internet se aproveita, por exemplo, das redes de telefonia, rádio e satélites.

O cruzamento de tantos computadores em rede com a utilização de cabos faz surgir a necessidade de centros de operação responsáveis apenas por organizar e cruzar as diferentes redes. A esses centros se denomina backbones. No Brasil, nos anos 90 chegou-se a utilizar

uma expressão em português, denominada “espinhas dorsais”, que hoje se encontra em completo desuso, utilizando-se a expressão inglesa.

Os backbones são centros que recebem e transmitem dados da rede de computadores. Estes dados chegam e saem por cabos de fibra ótica, que se encontram enterrados, sendo que para chegar-se de um a outro continente do globo, atravessam até mesmo oceanos.

Em assim sendo, o *modus operandi* da Internet é a utilização de um prestador de serviços, denominado de provedor, responsável por fornecer a conexão do usuário doméstico à rede de computadores, fazendo o papel do usuário individual se “plugar” na rede mundial, que é toda interligada.

Para o armazenamento de dados na rede mundial, é preciso ter um computador que esteja ligado à rede, para receber e transmitir dados. Como a transmissão de dados é algo que consome grande parte da capacidade processual de um computador, utilizam-se computadores especiais, que são denominados servidores.

Um servidor nada mais é que um computador, mas que por transmitir dados na rede mundial, possui uma configuração superior àquela que um usuário doméstico poderia ter em sua casa, por conta dos elevados custos.

Para isso, o servidor “aluga” os seus discos rígidos, para que o usuário possa ter seus dados confiados e neles inseridos. A remuneração pode ser de forma direta, com o pagamento de mensalidades, ou de forma indireta, uma das mais utilizadas, que é através do anúncio publicitário.

Para que o armazenamento gratuito de dados possa ser viável, inevitavelmente o fornecedor do serviço acaba se utilizando de publicidade. E de que modo utiliza a publicidade? Como o armazenador tem acesso aos dados do usuário, o armazenador tem condições de saber qual é o tipo de dados que o usuário acessa e transmite. Como tudo que se faz na Internet são dados, esses dados podem ser interceptados e armazenados, o que se faz por meio dos “*cookies*”.

E como os prestadores de serviços possuem acesso a esses dados, conseguem usá-los para atrair empresas para anúncios publicitários, que serão eminentemente direcionados para aquele usuário. Isso se aplica não apenas aos serviços de armazenamento de informações (discos virtuais, servidores, e-mails) gratuitos, mas também a todos os demais serviços gratuitos de Internet (redes sociais, pesquisas).

O raciocínio é simples e um exemplo concreto, é o utilizado pelo Mercado Livre, site de intermediação de vendas de produtos e serviços. Se o usuário acessa o Mercado Livre constantemente, ele poderá notar que ao acessar seu e-mail no Hotmail, serviço de e-mails

teoricamente gratuito, visualizará anúncios do Mercado Livre, quase sempre de produtos e serviços similares ao que ele anteriormente visualizou no Mercado Livre.

Essa é a lógica na qual se baseiam os maiores serviços “gratuitos” da Internet: Google e seus produtos, Facebook, Hotmail, dentre outros. Não haveria como as empresas por eles responsáveis fornecer tantos serviços de dados gratuitamente, porque o custo dos servidores é elevadíssimo.

Quase sempre os termos de uso de tais serviços constam que o usuário ao usar tais serviços, concorda em ceder suas informações e seus dados, ainda que resguardado o anonimato. Ou seja, o anunciante não saberá quem é o usuário em específico, pois o anunciante apenas conhece os dados de um usuário e direciona a publicidade com base nestes dados. O anonimato pode ser assegurado. Se o serviço respeitar o anonimato não há maiores problemas, pois o próprio serviço é quem gerencia os anúncios, de modo que se resguarda a privacidade do usuário.

Por outro lado, o prestador do serviço tem condições de saber quem é o usuário em concreto, devido à exigência de cadastro obrigatório, o que abre espaço para a utilização das quadrilhas de hackers para a interceptação de dados. Para proteger a confidencialidade dos dados, se utilizam mecanismos denominados de “criptografia”. Por outro lado, além da interceptação por terceiros, é possível que o próprio serviço forneça os dados para outros prestadores, e ao se cruzar esses dados há o risco da perda do anonimato, invadindo e ferindo a privacidade do usuário.

E de que modo é realizada essa identificação do usuário? Além dos cookies, que armazenam dados como quanto tempo o usuário permaneceu conectado no site, os links que acessou, informações relativas ao seu computador (resolução de tela, navegador de Internet utilizado, dentre outros). Mas a principal forma de identificação é através do chamado “IP”.

Para que um computador seja apto a criar uma rede, é necessário que o mesmo tenha um hardware próprio (placa de rede), que gera uma seqüência numérica que identifica aquela placa de rede. O software que será utilizado para a conexão de dois computadores em rede, identifica este número e propicia a comunicação entre os computadores.

A esta seqüência numérica dá-se hoje o nome de Internet Protocol (IP - Protocolo de Internet). O conceito do IP é básico e antecede a toda a evolução acima estudada, de modo que o IP pode ser tanto entendido como protocolo geral de toda a Internet (o que traz uma série de conceitos mais aprofundados em sede de Informática), quanto a seqüência numérica gerada por um computador em rede.

Assim, várias são as operações que se utilizam de IP: o provedor de serviços, que na sua conexão utilizará do IP; o usuário da Internet, em que o seu computador pessoal será identificado por um número de IP; o website, cujo servidor será identificado por um número de IP. O mesmo se passa no caso do correio eletrônico.

Estes são os elementos mais essenciais que constituem o básico da Internet. Em sede de Informática, tais conceitos são mais aprofundados e por trás deles, existe toda a codificação da linguagem de computador. Uma vez que em computador tudo é uma linguagem própria, na Internet a tudo se corresponde uma linguagem própria.

As redes sociais são apenas websites, arquivos de discos rígidos de servidores. Todo o conteúdo nelas inserido, fica armazenado no computador físico. O dado pode ser diretamente interceptado, uma vez se identificando em qual disco rígido o dado foi armazenado. O mesmo se passa com o conteúdo da Internet. Como todo website é um conjunto de arquivos de servidores, estes arquivos podem ser diretamente acessados num disco rígido físico, encontrando portanto um suporte físico necessariamente.

Para armazenar tamanho fluxo de informações, são necessários dezenas, centenas, milhares de servidores ligados à rede. Grandes corporações de Internet, representativas de grandes portais, possuem imensos locais nos quais alocam os seus servidores.

Muitas empresas se utilizam, inclusive, de “bunkers”, ou seja, de locais utilizados em momentos de guerras como centro de operação militar, e hoje são utilizados para o armazenamento de fileiras e fileiras de servidores. Inclusive, por consumirem muita energia e gerar forte aquecimento, os mega servidores representativos dos grandes portais mundiais estão localizados em regiões frias ou cobertas de neves.

A antiga fortaleza nuclear de White Mountain, em Estocolmo (Suécia), hospeda o datacenter de Pionen, que teve como cliente um dos sites mais polêmicos do mundo: o Wikileaks. A Bahnhof, empresa responsável pelo centro, adaptou o bunker inspirando-se nos cenários de filmes de James Bond. O resultado é impressionante. Logo na entrada, dois motores de submarino garantem a energia em caso de pane elétrica. As paredes de rocha bruta fornecem uma sensação claustrofóbica só amenizada pelas plantas naturais que enfeitam as salas da empresa. (PAES, 2012, n.p.)

Portanto, todo grande portal de Internet é necessariamente constituído por vários servidores que alojam discos rígidos e estão perpetuamente ligados à rede mundial. Esses sites possuem controle sobre os seus visitantes, armazenando as informações de acesso.

4 O DIREITO À PRIVACIDADE NA INTERNET E O CRUZAMENTO DE DADOS

Um dos maiores destaques dados ao Código Civil de 2002 é precisamente o capítulo referente aos Direitos da Personalidade. Dentre os direitos da personalidade, encontra-se o direito à privacidade, conforme o artigo 21 do diploma civilista, “A vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz, a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma.”

Sidney Guerra (2012, p. 33) distingue privacidade da intimidade:

Assim, para melhor esclarecimento, verifica-se que a intimidade é algo maior do que a vida privada. A intimidade caracteriza-se por aquele espaço considerado pelo indivíduo como impenetrável, intransponível, indevassável e que diz respeito única e exclusivamente ao próprio, como por exemplo, recordações pessoais, memórias, diários etc.

Conforme Venosa (2005, p. 196) uma das principais características dos direitos da personalidade é precisamente o fato de se tratar de direitos sem conteúdo econômico direto. Mais que isso, não seria propriamente direito, mas um “conceito básico sobre o qual se apóiam os direitos” (*idem*, p. 196).

A tutela dos direitos da personalidade se ligam ao artigo 5º da Constituição Federal, como corolário do princípio da dignidade da pessoa humana. Venosa (*ibidem*, p. 198) reconhece que a tutela dos direitos da personalidade no Código Civil é o que melhor representa o direito privado no que denomina pós-modernidade.

Guillermo Borba (*apud* Venosa, 2005, p. 199) enumera as características dos direitos da personalidade: são direitos inatos; vitalícios; inalienáveis; absolutos. Nesse sentido, o Código Civil no artigo 11 veda qualquer possibilidade de restrição voluntária de tais direitos, ressalvado o disposto em lei, e cria no artigo seguinte mecanismos para a tutela de violação dos direitos da personalidade.

Nesse sentido, uma série de direitos são tutelados, tais como o direito à imagem, à integridade corporal, ao nome, à privacidade, dentre outros. Quando se pensa na perspectiva da sociedade em rede na era da Informática e da Internet, um dos maiores questionamentos diz respeito aos dados do usuário da Internet e a sua utilização para ações publicitárias.

Conforme visto em momento anterior, tudo o que gira na Internet são os dados que são transmitidos em rede, realizando-se a comunicação entre computadores. Evidentemente que circulando os dados, é possível a sua interceptação e utilização. Mas de que modo isso se dá?

Ora, quando um usuário apenas acessa um website, os cookies irão gravar os dados referentes ao IP do computador de origem, sistema operacional, browser utilizado, país e cidade de origem, dentre outras informações. A partir daí, todos os links que forem visitados dentro do website ou para fora, a partir do website, serão armazenados no cookie. Ou seja, o cookie grava todo o perfil de navegação do usuário.

A partir do cookie é possível, portanto, realizar um estudo em torno do usuário para deduzir informações como a sua idade, preferência sexual, religião, dentre outras informações. Com o uso de softwares que realizam esse estudo, é possível estabelecer um padrão de usuário. Quanto mais complexo e mais variedade de conteúdo o site tiver (como um portal de Internet), mais fácil será traçar o perfil do usuário.

Desse modo, estabelecido o padrão do usuário, é possível, enfim, direcionar publicidade direcionada ao perfil. Assim sendo, o usuário quase sempre verá naquele website uma publicidade que tem a ver com o tipo de conteúdo que ele acessa na Internet.

Exemplifica-se com dois casos. O primeiro se trata do site Mercado Livre. As pesquisas que o usuário, mesmo sem ser cadastrado, realiza no Mercado Livre são armazenadas. Posteriormente, se o usuário acessar sua conta de e-mail no Hotmail, verá publicidades do Mercado Livre de produtos iguais ou semelhantes ao que ele pesquisou anteriormente no website.

Outro caso é o Google. O Google possui uma ferramenta de publicidade denominada “Google AdSense”. O Google AdSense é um serviço de publicidade de sites que paga ao proprietário do website toda vez que um visitante do site clicar em alguma das publicidades veiculadas pelo referido serviço.

Mas qual é o mecanismo utilizado pelo Google? A grosso modo é justamente o armazenamento das informações procuradas no mecanismo de pesquisas do Google. Com base nisso, o Google identifica o usuário (pelo IP) ao acessar o website onde consta o serviço, e direciona a publicidade. Quem faz a publicidade é o Google e não o site onde está sendo exibida a publicidade, de modo que não há troca de dados. O mesmo se passa no caso do Mercado Livre.

Deste modo, tratam-se de dois exemplos de utilização dos dados dos usuários para fins publicitários. Diante da disciplina dos direitos da personalidade, abre-se o seguinte questionamento: a interceptação dos dados na Internet fere o direito à privacidade e viola o direito da personalidade? Trata-se de uma restrição voluntária aos direitos da personalidade, nos termos do artigo 11 do Código Civil?

Cada website possui uma política própria de uso de dados do usuário. Em geral, os sites comuns, que o usuário apenas visita, sem qualquer necessidade de cadastro, só possuem acesso a dados “anônimos”, isto é, só possuem acesso ao IP utilizado (e recorda-se que muitas vezes as conexões de Internet comumente trocam de IP, sobretudo quando o modem é resetado), sem ter acesso ao nome do usuário.

Ter o número de IP permite apenas, utilizando de sites que identificam a origem do IP, descobrir o provedor de acesso utilizado e o local geográfico (exato ou aproximado) do computador de onde partiu o acesso. A identificação só pode ser obtida junto ao provedor de acesso, para o que, comumente só se fornece a identificação mediante ordem judicial.

Diante do fato de que no espaço do website é possível o cometimento de crimes, é direito do webmaster ter identificação de IP dos usuários do seu site, além de ser algo indissociável da Internet, pois é natural que havendo uma comunicação de dados entre servidores, se identifique o IP de origem e o de destino.

O problema existe quando o site “vende” ou “fornece” o seu banco de dados a terceiros, o que é difícil provar. Porque ao vender ou fornecer a terceiros, é possível haver o cruzamento de dados. Quando o cruzamento de dados ocorre quando um dos sites possui cadastro de usuários, os dados que então eram anônimos podem ser identificados, possibilitando descobrir dados como o nome, idade, endereço e e-mail do usuário.

Assim sendo, é possível, por exemplo, começar a enviar publicidade via e-mail (spam). Ora, qualquer internauta já deve ter identificado que acessou alguma vez na vida um determinado site e nunca inseriu seu e-mail ou qualquer informação sua nele, e tempos depois recebeu um spam do site, inclusive chamando o usuário pelo seu primeiro nome!

José Afonso da Silva (2005, p. 209-210) assim alerta:

O intenso desenvolvimento de complexa rede de fichários eletrônicos, especialmente sobre dados pessoais, constitui poderosa ameaça à privacidade das pessoas. O amplo sistema de informações computadorizadas gera um processo de esquadramento das pessoas, que ficam com sua individualidade inteiramente devassada. O perigo é tão maior quanto a mais a utilização da informática facilita a interconexão de fichários com a possibilidade de formar grandes bancos de dados que desvendem a vida dos indivíduos, sem sua autorização e até sem seu conhecimento.

Essa troca de informações, contudo, veja-se que não é algo novo, mas já ocorria na tradicional mala direta. O consumidor ia numa determinada loja, se cadastrava e tempos depois recebia cartas de uma outra loja que nunca se cadastrou, identificando seu nome e endereço.

Não há dúvida, de que quando o site vende ou fornece os dados anônimos a um outro site que possua cadastro, há violação à privacidade! E conseguindo, por ventura, o usuário

comprovar qual é o site que forneceu o dado, é possível buscar tutela reparatória pela violação do direito da privacidade. Isso porque ao fornecer os dados anônimos a um site com cadastro de usuário, a informação deixa de ser anônima.

É possível conseguir comprovar qual o site que passou as informações? É difícil, mas o internauta experiente consegue identificar ou ter uma pista de qual foi o site que trocou as informações com base no tipo de spam que recebe. Contudo, sem dúvida o mais usual é se utilizar de uma perícia.

Assim sendo, entre dois sites com “identificação anônima” (sem cadastro), a troca de dados parece ser inocente, embora violadora da boa-fé do internauta, pois ajuda ambos a ter um banco de dados de seus visitantes e assim elaborarem uma estratégia de marketing em comum. Contudo, ao entrar no meio um site com cadastro, a privacidade foi violada, pois torna possível ao primeiro site, com navegação anônima, identificar seu internauta e dirigir publicidade ou qualquer outra coisa que seja possível com a identificação.

Diante disso, ressalta-se a importância do usuário, ao deixar de usar um site em que cadastrou seus dados completos (especialmente quando envolve fornecimento de CPF), como lojas de comércio eletrônico, solicitar o cancelamento do cadastro. Deve-se também ficar atento aos termos de uso de todo site que exige cadastramento. Quase sempre os termos de uso informam que é assegurado o anonimato.

Na política de privacidade do Google, por exemplo, é informado que: “Não compartilhamos informações pessoais com empresas, organizações e indivíduos externos ao Google, salvo em uma das seguintes circunstâncias²”.

Muitos dos serviços da Internet são oferecidos gratuitamente, do qual o melhor exemplo é o próprio Google (que faz questão de enfatizar que se utiliza das informações, uma vez que o site é gratuito), bem como as redes sociais.

Primeiramente cumpre ressaltar a natureza jurídica da relação entre o usuário do site gratuito e o próprio site. Há relação negocial? A princípio não, porque o usuário de serviço gratuito não paga pelo serviço, não celebra, portanto, um contrato. Além disso, se o serviço é gratuito, como poderia o usuário exigir alguma coisa? Ora, tratar-se-ia de mera liberalidade do proprietário do website.

A situação é ligeiramente diferente do negócio jurídico gratuito. Conforme Venosa (2005, p. 368) no negócio jurídico gratuito, “só há prestação de uma das partes; há diminuição patrimonial de uma delas com o aumento patrimonial da outra”.

² As políticas de privacidade do Google podem ser visualizadas no endereço < <http://www.google.com/intl/pt-BR/policies/privacy/>>.

A indagação que resta é: podemos considerar os denominados “serviços gratuitos de Internet” como sendo de fato gratuitos? A resposta parece inclinar quase que sempre para não. Isso porque a lógica dos serviços gratuitos é precisamente a utilização dos dados do usuário para ações publicitárias.

Deste modo, o website que fornece o serviço gratuito, ao invés de diminuir seu patrimônio pelo fornecimento gratuito do serviço, na realidade se recompõe e aumenta o seu patrimônio a partir da renda obtida de modo indireto com os dados do usuário.

Por isso poder-se-ia perfeitamente considerar que os websites de serviços gratuitos na realidade possuem como remuneração não uma prestação em dinheiro, mas precisamente os próprios dados do usuário. E os dados do usuário, que envolvem seu nome, endereço, e-mail, idade podem ser negociados?

Volta-se ao artigo 11 do Código Civil. Os direitos da personalidade, quando permitido em lei, podem sofrer restrição voluntária, contudo já vem desde muito a jurisprudência entendendo que a restrição voluntária também pode haver mesmo sem permissivo legal, desde que seja uma restrição relativa, ou seja, que não se abra mão dos direitos da personalidade.

Nesse sentido o enunciado 4 das Jornadas de Direito Civil do Conselho de Justiça Federal: “O exercício dos direitos da personalidade pode sofrer limitação voluntária, desde que não seja permanente nem geral.”.

O enunciado 139 assim prevê:

Os direitos da personalidade podem sofrer limitações, ainda que não especificamente previstas em lei, não podendo ser exercidos com abuso de direito de seu titular, contrariamente à boa-fé objetiva e aos bons costumes.

Cita-se, por fim, o enunciado 274:

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

Assim sendo, portanto, doutrinariamente e mesmo jurisprudencialmente, admite-se a restrição voluntária aos direitos da personalidade mesmo sem previsão em lei. Parece ser claro que a utilização de dados para publicidade no âmbito da Internet não tem previsão em lei, contudo a situação existe e é inevitável.

Deste modo, deve-se analisar no caso concreto o modo como se utiliza o website dos dados do usuário para verificar se houve violação à boa-fé, elevada como cláusula geral em

relações não apenas negociais – como expressa o enunciado 274, que traz o instituto da cláusula geral de tutela da pessoa humana.

Retomando-se, portanto, a indagação, se os sites de prestação de serviços gratuitos possuem caráter negocial ou não, pode-se por um lado encarar que sim, há negócio jurídico porque a despeito de não haver remuneração em dinheiro, a remuneração é indireta, com a exploração dos dados do usuário e o direcionamento de publicidade.

Se há negócio jurídico, oneroso, portanto, há relação contratual, mesmo sem haver qualquer redação de contrato ao se aceitar o serviço gratuito. Isso porque, na mais moderna visão, contrato não é apenas um instrumento escrito que se denomina de contrato, mas a relação processual existente no encontro de vontades.

É razoável que haja a exploração dos dados do usuário como forma de manutenção dos serviços gratuitos. Custear um servidor, armazenar e-mails, fornecer uma série de produtos é dispendioso ao proprietário do website. Ao mesmo tempo, o serviço interessa ao internauta. Ora, o que seria da Internet se não houvesse possibilidade de usar um serviço gratuito de pesquisas de websites? Seria necessário pagar por um site que faça isso.

Portanto, a nosso ver, claramente existe negócio jurídico, cuja remuneração não é por pagamento em espécie, mas por exploração econômica dos dados do internauta. E esta exploração, à luz do que é balizado pela doutrina, pode vir a ser razoável e aceitável, por ser restrição voluntária ao direito da personalidade, desde que o website cumpra com a boa-fé, restringindo-se a tão-somente repassar os dados que sejam elementares para a publicidade, sendo que qualquer abuso pode ser punido, por tutela decorrente de violação do direito da personalidade e o critério para balizar o limite do repasse dos dados pode ser tanto os termos de uso (que em geral prevêm os limites da exploração) quanto o razoável, em sede de cláusula geral.

De outro lado, se não considerar a relação como sendo negocial, de igual modo, o direito da personalidade é cláusula geral de tutela da pessoa humana, sendo que a violação da privacidade, que é atributo do direito da personalidade, pode ser tutelada em sede de tutela reparatória de lesão ao direito da personalidade. De igual modo, os termos de uso são um norte para direcionar os limites do repasse dos dados, devendo evidentemente serem verificados de forma razoável.

Hoje a questão não possui qualquer regulamentação. O Marco Civil da Internet (Projeto de Lei nº 2126/2011) procura regulamentar a parte relativa à privacidade, regulamentando o tema no Capítulo II (“Dos Direitos e Garantias dos Usuários”), contudo, apenas declara o direito, sem criar mecanismos próprios para inibir ou reparar a violação da

privacidade, de modo que continuaria sendo aplicável a disposição genérica relativas à reparação ou inibição de violação ao direito da personalidade.

Consta de sua justificativa, assinada por José Eduardo Martins Cardozo, Miriam Aparecida Belchior, Aloizio Mercadante Oliva e Paulo Bernardo Silva:

Para o Poder Judiciário, a ausência de definição legal específica, em face da realidade diversificada das relações virtuais, tem gerado decisões judiciais conflitantes, e mesmo contraditórias. Não raro, controvérsias simples sobre responsabilidade civil obtêm respostas que, embora direcionadas a assegurar a devida reparação de direitos individuais, podem, em razão das peculiaridades da Internet, colocar em risco as garantias constitucionais de privacidade e liberdade de expressão de toda a sociedade³.

Contudo, o projeto parece se ligar mais não ao uso dos dados do usuário, mas às informações inseridas por terceiros no website, para proteger o proprietário do website, assegurando-lhe responsabilidade subjetiva para responder por danos que tenham sido causados a terceiros, em face dos conteúdos inseridos em seu website.

Diante disso, se propõe que hoje, diante da ausência de regulamentação da matéria, por ora se utilize os critérios balizados pela doutrina quanto à interpretação da limitação voluntária dos direitos da personalidade, abrindo-se possibilidade de tutelas reparatórias e inibitórias em caso de má utilização dos dados do internauta.

Nesse sentido Juliana Camargo de Maltini (2008, p. 190):

Portanto, é imprescindível a tutela preventiva, denominada de tutela inibitória, na proteção da privacidade frente à Internet, uma vez que consiste na tutela jurisdicional adequada às novas situações jurídicas. Entretanto, não podemos deixar de lado os provimentos reparatórios, já que a tutela preventiva não pode ser efetivada sempre. Porém, é necessário esclarecer que tais medidas reparatórias são mecanismos secundários, somente recorríveis quando não for possível proteger o direito através da tutela preventiva.

Quanto aos termos de uso dos websites que fazem uso da exploração dos dados do usuário como forma de remuneração, reconhecer o caráter negocial é um primeiro caminho para desmistificar a gratuidade e assim afastar a “inocência” do uso maldoso dos dados do usuário ou, ainda, desfazer-se o mito de se tratar de uma mera liberalidade. Deste modo, vedar-se o fornecimento identificado dos dados para terceiros.

Evidentemente que aplicar o caráter negocial na relação vivida entre usuário e os sites prestadores de serviços gratuitos possui uma série de repercussões, a começar pela possibilidade de discussão da aplicação do Código de Defesa do Consumidor ou o Código

³ Teor do Projeto de Lei 2126/2011 e sua justificativa disponíveis em: <
http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=912989&filename=PL+2126/2011>.
Acesso em: Mar. 2013.

Civil. Contudo, no presente artigo foram estudados alguns dos caminhos a serem percorridos para a regulamentação da matéria. A tarefa é árdua e exigirá amplos debates.

CONCLUSÃO

É preocupante o fato de que não haja um controle sobre o uso dos dados dos usuários da Internet, considerando que a mesma é indissociável do cotidiano da maior parte das pessoas. De outro lado, porém, o ordenamento positivado oferece ferramentas para a solução de demandas nessa área.

Para tanto se exige do intérprete do Direito a necessidade de compreender a linguagem técnica e dominar os conceitos básicos da Informática e da Internet, para que, compreendendo os mecanismos de seu funcionamento, possa oferecer as respostas adequadas diante de um conflito existente ou possível.

Conforme o estudo realizado, de um lado é necessário que as informações relativas ao usuário do website sejam identificadas (ao menos pelo número de IP), para que haja um controle sobre o uso da Internet, sobretudo em face do cometimento de crimes cibernéticos. Nesse sentido, a Constituição Federal veda o anonimato, mas compatibilizado dentro de uma interpretação sistemática, assegura-se o direito à privacidade.

Contudo, na Internet os dados são obtidos de modo extremamente facilitado, e isso auxilia para que haja a troca de informações, até que os dados sejam cruzados com um site que exija cadastramento de usuário com informações pessoais. Ao ocorrer esse cruzamento de informações, os dados deixam de ser anônimos e quebra-se a privacidade.

O sistema prevê medidas inominadas para a inibição e reparação da violação aos direitos da personalidade, dentre os quais se encaixa o direito à privacidade. Nesse sentido, portanto, é possível o uso de tutelas que visem a reparar a quebra da privacidade no âmbito das informações armazenadas pelo website. Contudo, é muito difícil demonstrar quando ocorre a violação, razão pela qual é imperioso que haja um sistema preventivo especificamente voltado ao âmbito do armazenamento de informações na Internet.

É preciso se atentar também aos serviços gratuitos que exigem cadastramento de usuário. O cadastramento acaba servindo para o direcionamento de publicidade e a utilização do perfil do usuário para tanto. É preciso que seus termos de uso sejam suficientemente claros para informar quais as informações do usuário serão utilizadas, bem como se há compromisso por parte do website de não fornecer as informações identificadas a terceiros.

E ainda que haja a previsão de fornecimento de informações, é preciso analisar se se trata de uma restrição desproporcional à privacidade, ou se à luz do sistema dos direitos da personalidade, houver violação da cláusula geral do direito de tutela da pessoa humana.

O fato de o serviço ser gratuito não dá direito ao proprietário do serviço de utilizar irrestritamente as informações de seus usuários, devendo resguardar a integridade dos dados, seja à luz de um dever contratual (pois a nosso ver há negócio jurídico, porque há remuneração por meio de publicidade), seja à luz do dever geral de tutela dos direitos da personalidade.

Nesse sentido, os termos de uso são apenas um norte para o uso das informações, mas que devem ser lidos numa perspectiva dos direitos da personalidade conforme os critérios balizados na doutrina e jurisprudência. Muito embora a imensa maioria dos serviços de Internet sejam privados e gratuitos, é inegável que há um monopólio de informação por parte do prestador de serviços.

É razoável que se aproveitando da informação, dentro de limites razoáveis, o proprietário do website realize a exploração econômica para remunerar o serviço e transformar o negócio em atividade de sustento, entretanto, o critério da boa-fé deve preponderar, para que o internauta não venha a ser vítima de uma relação de dominação por parte do prestador de serviços, por ter o monopólio da informação.

O Judiciário, legislador e os intérpretes do direito devem estar atentos, pois conflitos envolvendo a questão da privacidade na Internet tendem a cada vez mais ganhar relevo e destaque.

BIBLIOGRAFIA

A História da Internet no Brasil. Disponível em: <<http://homepages.dcc.ufmg.br/~mlbc/cursos/Internet/historia/Brasil.html>>. Acesso em: Jan. 2013

BRANT, Cássio Augusto Barros. *Os direitos da personalidade na era da informática.* **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais, n.42, abr/jun 2010.

BRASIL. Poder Legislativo. Câmara dos Deputados. Projeto de **Lei n. 2.126 de 24 de agosto de 2011.** Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=912989&filename=PL+2126/2011>. Acesso em: 05 mar. 2013.

CASTELLS, Manuel e CARDOSO, Gustavo (Orgs.). **A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Ação Política.** Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2005.

CERQUEIRA, Tarcisio Queiroz. *A regulamentação da internet no Brasil*. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 6, n. 49, 1 fev. 2001. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/1769>>. Acesso em: Jan. 2013.

CORRÊA, Gustavo Testa. **Aspectos jurídicos da Internet**. São Paulo: Saraiva, 2000.

GLANZ, Semy. *Internet e Contrato eletrônico*. Revista dos Tribunais, v. 757, 1998, p. 70-75 republicado em **Doutrinas Essenciais** – Obrigações e Contratos. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. v.4, p. 275-282.

GUERRA, Sidney. *A Tutela Constitucional da Privacidade*. **Revista do Curso de Direito Uniabeu**. 2012. Vol. 2 Num. 1.

LAWAND, Jorge José. **Teoria Geral dos Contratos Eletrônicos**. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2003.

LIMA, Rogério Montai de. *Relações de Consumo dia Internet: Regulamentação*. **Revista IOB de Direito Civil e Processual Civil**. Porto Alegre: v. 9 n. 57. jan./fev. 2009

LUCCA, Newton de. **Aspectos Jurídicos da Contratação Informática e Telemática**. São Paulo: Saraiva, 2003.

LUNA FILHO, Eury Pereira. *Internet no Brasil e o Direito no ciberespaço*. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 4, n. 32, 1 jun. 1999. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/1773>>. Acesso em: Jan. 2013.

MALTINI, Juliana Camargo de. *Tutela Inibitória e Internet: O Processo Civil aplicado na Proteção da Privacidade*. In: CONPEDI. (Org.). **Anais do XVII Congresso Nacional do CONPEDI**. Brasília: Fundação Boiteux, 2008. p. 178-200.

PAES, Marcelo. *Cavernas Digitais*. **Revista Planeta**, n. 476, Maio 2012. Disponível em: <<http://revistaplaneta.terra.com.br/secao/reportagens/cavernas-digitais>>. Acesso em: Jan. 2013.

PAESANI, Liliana Minardi. **Direito de Informática: Comercialização e Desenvolvimento Internacional do Software**. São Paulo: Atlas, 2007. 6 ed.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: Parte Geral**. São Paulo: Atlas, 2005. 5 ed.