

# **IV ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

**DIREITO CIVIL CONTEMPORÂNEO**

**CÉSAR AUGUSTO DE CASTRO FIUZA**

**MARIA CREUSA DE ARAÚJO BORGES**

**HELENA NASTASSYA PASCHOAL PITSICA**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

**Diretoria - CONPEDI**

**Presidente** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

**Diretora Executiva** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

**Vice-presidente Sudeste** - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

**Vice-presidente Nordeste** - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

**Representante Discente:** Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

**Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

**Secretarias**

**Relações Institucionais:**

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

**Comunicação:**

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

**Relações Internacionais para o Continente Americano:**

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

**Relações Internacionais para os demais Continentes:**

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

**Eventos:**

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gagher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

**Membro Nato** - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

---

D597

Direito civil contemporâneo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: César Augusto de Castro Fiuza; Maria Creusa De Araújo Borges; Helena Nastassya Paschoal Pitsica – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-426-6

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Constitucionalismo, desenvolvimento, sustentabilidade e smart cities.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito civil. 3. Contemporâneo. IV Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2021 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



## **IV ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

### **DIREITO CIVIL CONTEMPORÂNEO**

---

#### **Apresentação**

No presente livro, são tratados vários temas. O interessante é que perpassa por todos eles, direta ou indiretamente, a ideia de responsabilidade civil. O Direito Civil Contemporâneo pode ser visto sob dois prismas. Primeiramente, como sinônimo de Direito Civil Constitucional; em segundo lugar, como Direito Civil dogmático, visto sob a ótica do Direito Privado e da autonomia privada. Nos textos que compõem este livro, pode-se verificar ambas as vertentes. Espera-se que o leitor possa tirar bom proveito.

## **TERMO DE USO DO TWITTER SOB A ANÁLISE DA NATUREZA JURÍDICA DOS CONTRATOS DE ADESÃO**

### **TWITTER TERMS OF USE UNDER ANALYSIS OF THE LEGAL NATURE OF MEMBERSHIP CONTRACTS**

**Yã Góes de Souza**

#### **Resumo**

O objetivo da pesquisa é analisar as características do termo de uso do Twitter sob a perspectiva da natureza jurídica dos contratos de adesão tendo em vista as repercussões jurídicas e sociais contidas no termo de uso. A metodologia foi através de uma análise exploratória, de cunho experimental com participação direta. A rede social on-line escolhida foi o Twitter. Os resultados foram possível identificar os aspectos relacionados à natureza jurídica dos contratos de adesão, alteração contratual, jurisdição e legislação aplicável, conteúdo do serviço e o tratamento de dados pessoais.

**Palavras-chave:** Contratos, Contratos de adesão, Termos de uso, Redes sociais online

#### **Abstract/Resumen/Résumé**

The objective of the research is to analyze the characteristics of the terms of use of Twitter from the perspective of the legal nature of the adhesion contracts in view of the legal and social repercussions contained in the terms of use. The methodology was through an exploratory analysis, of an experimental nature with direct participation. The chosen online social network was Twitter. The results made it possible to identify aspects related to the legal nature of adhesion contracts, contractual amendment, jurisdiction and applicable legislation, service content and the processing of personal data.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Contracts, Adhesion contracts, Terms of use, Online social networks

## 1 INTRODUÇÃO

O cenário mundial passa por um processo de incorporação entre o ambiente físico e virtual. Castells (2002) descreve esse movimento como uma nova economia informacional e global, a característica informacional diz respeito à produtividade e a competitividade dos agentes, depende da capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimentos, por conseguinte, a característica global está nas principais atividades produtivas organizadas em escala global, ou seja, mediante uma rede de conexões entre agentes econômicos diferentes que prescindem da presença física.

A nova economia informacional se difunde, principalmente, pela transposição do ambiente físico para o virtual ao concretizar um estilo próprio de produção, comercialização, comunicação e relacionamento. Considerando que grupos humanos são suscetíveis a relações harmoniosas e conflituosas é possível que essas sejam projetadas ao ambiente virtual, uma vez que os fatores como tempo e espaço são relativizados devido ao caráter genuíno deste ambiente que pode ser global, como, por exemplo, a internet.

Quando se observa as novas formas de relacionamento interpessoal mediadas por tecnologias de informação e comunicação, a internet se apresenta como o elemento propulsor para o surgimento de sistemas de informações capazes de fornecer suporte às redes de inter-relacionamento entre indivíduos, grupos e instituições são as chamadas de redes sociais ou redes sociais *on-line* (BOYD; ELLISON, 2007).

Entre as possibilidades de utilização da internet, as redes sociais *on-line* tem despontado como uma das principais atividades realizadas atualmente. De acordo com o Statista (2020), existem mais de 3,6 bilhões de pessoas conectadas em redes sociais. Entretanto, para ingressar é imprescindível aceitar as normas e condições de uso, geralmente, são descritas nos documentos nominados de Termos de Uso.

Assim, percebe-se que a relação entre o prestador da rede social *on-line* e o usuário é feita mediante um contrato que se dá por adesão, no qual o usuário concorda com os termos impostos pelo prestador de serviço sem a possibilidade de negociar as cláusulas. Primeiramente, o usuário realiza o cadastro fornecendo informações pessoais preliminares em seguida aceita o termo de uso. A aceitação concede autorização para que o prestador utilize as informações pessoais e realize a coleta de outros dados gerados a partir das atividades que o usuário realiza dentro e fora da rede social *on-line*.

Nesse sentido, o objetivo da pesquisa é analisar as características do termo de uso do Twitter sob a perspectiva da natureza jurídica dos contratos de adesão tendo em vista as repercussões jurídicas e sociais contidas no termo de uso. Para a realização desta pesquisa os procedimentos metodológicos foram realizados através de uma análise exploratória, de cunho experimental com participação direta. A rede social *on-line* escolhida foi o Twitter<sup>1</sup>, trata-se de uma das redes com maior número de usuários ativos no momento desta pesquisa (ALEXA, 2021). A análise do termo ocorreu por meio da Análise de Conteúdo sistematizada através da leitura técnica termo de uso do Twitter para identificar os aspectos relacionados à natureza jurídica dos contratos de adesão, especificamente, sobre alteração contratual, jurisdição e legislação aplicável, conteúdo do serviço e o tratamento de dados pessoais.

## **2 O TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS EM REDES SOCIAIS *ON-LINE***

As inovações ocasionadas pelo desenvolvimento de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) e suas implicações na sociedade têm proporcionado estudos sobre as repercussões jurídicas de como essas tecnologias digitais impactam na vida dos indivíduos que as utilizam.

O grau de estranheza para lidar com tecnologias digitais diminui, por exemplo, pela interação com a Internet das Coisas (*Internet of Things* - IoT) que conforme Santaella et al. (2013, p. 28) “[...] corresponde à fase atual da internet em que os objetos se relacionam com objetos humanos e animais os quais passam a ser objetos portadores de dispositivos computacionais capazes de conexão e comunicação”.

Essa afinidade e proximidade em administrar as tecnologias acontece devido a troca de informações entre dispositivos e os indivíduos que a utilizam. A personalização também é fator elementar para estreitar esta relação, porém é necessário que o aparato tecnológico do dispositivo seja capaz de individualizar ao mesmo tempo que permuta para outro dispositivo. Nesta dinâmica informacional, os dados pessoais são importantes para que o dispositivo identifique e direcione sugestões baseado no histórico de atividades que o indivíduo realiza na internet.

Para Pinheiro (2021) a internet não é formada apenas por uma rede mundial de computadores, mas também por uma rede mundial de indivíduos, ou seja, são várias pessoas

---

<sup>1</sup> Twitter é uma marca registrada Twitter Inc.

ou instituições que possuem opiniões, necessidades e culturas diferentes. Segundo a autora, um dos aspectos desafiadores enfrentado pelo Direito Digital é a infinidade de nações virtuais, além da velocidade com que as decisões devem ser tomadas, o que inclui quebra de paradigmas.

O Direito Digital, segundo Costa e Pendiuk (2018, p. 22), representa “[...] um dos desdobramentos das inovações recentes, motivado na evolução do Direito como ciência, e introduz um novo pensamento jurídico no campo social diante das características inovadoras” isso significa que na atual conjuntura da revolução tecnológica o direito é provocado por essas mudanças ao reconfigurar a noção de tempo e espaço uma vez que as atividades realizadas presencialmente podem ser feitas também virtualmente. O Direito enfrenta desafios, como, por exemplo, o de definir limites no ambiente virtual.

A linha tênue entre os limites do público e privado no ambiente virtual é outro aspecto da dicotomia globalização e individualização, basta observar as noções de privacidade, o direito à privacidade constitui limite à publicidade (ou direito à informação), no entanto, não há lesão a direito se houver consentimento quando uma pessoa demonstra interesse em divulgar aspectos da própria vida, porém há limitações quando há interesses coletivos envolvidos fazendo com que o coletivo se sobreponha ao particular (PINHEIRO, 2021). Tais delimitações, quando observadas em redes sociais *on-line*, tornam-se cada vez mais desafiantes frente à possibilidade dos indivíduos exibirem nessas redes aspectos da vida pessoal.

As redes sociais *on-line* possuem em comum a possibilidade de oferecer diversos mecanismos de interatividade, recursos, armazenagem e navegação, possibilitando o relacionamento entre indivíduos independentemente da localização física, isto é, podem ser redes globais. São espaços de socialização mediados por TIC e os limites entre o público e o privado ficam cada vez mais estreitos devido a duas possibilidades: inserir voluntariamente informações pessoais e dados das atividades *on-line* serem coletados para análises preditivas.

Para Recuero (2009, p. 21) estudar sobre redes sociais é buscar a partir da observação de fenômenos verificar padrões, pois a abordagem em rede consiste em:

[...] estudar, por exemplo, a criação das estruturas sociais; suas dinâmicas, tais como a criação de capital social e sua manutenção, a emergência da cooperação e da competição; as funções das estruturas e, mesmo, as diferenças entre os variados grupos e seu impacto nos indivíduos [...] é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço.

Para acessar e utilizar as redes sociais *on-line* os usuários precisam inicialmente aceitar os termos de uso e, posteriormente, preencher um formulário com informações pessoais para criar um perfil dentro do serviço, que normalmente inclui descritores como idade, localização, interesses. Além disso, para que o usuário possa acessar o conteúdo é necessário relacionar algum tipo de identificador único, por exemplo, número de telefone ou endereço de e-mail ao fazer isso a proprietária da rede social *on-line* terá acesso aos dados pessoais dos usuários (BOYD; ELLISON, 2008; RODRIGUES, 2017).

No caso das redes sociais *on-line*, dois pontos são destacados quando se observa a questão de dados pessoais sobre a relação jurídica contratual. O primeiro é a permissão do usuário (aderente) para utilização dos dados pessoais ao prestador (proponente) da plataforma para fins de personalização do serviço e, por conseguinte, a utilização pelo prestador a partir da obtenção desses dados para comercialização de publicidade direcionada aos perfis de usuários.

De acordo com Rodrigues (2017), as redes sociais *on-line* são elaboradas e mantidas por instituições privadas na troca de informações pessoais e já suscitam preocupações sobre o tratamento de dados pessoais em outros contextos como exposição de dados sensíveis de usuários para empresas, governos e para outros usuários.

O tratamento dos dados pessoais feito pelas redes sociais *on-line* tem direcionamento para a personalização sobre as preferências dos usuários, tendo em vista que forma de obtenção de recursos financeiros para a operacionalização dessas redes é por meio de parceiros e empresas externas que utilizam as redes sociais *on-line* para veicular publicidade. Nesse sentido, o comércio eletrônico também é estimulado em decorrência desta prática de *marketing*, principalmente, quando ocorre a identificação de perfis com potencial de consumo, isto é, quando oferta é direcionada a grupos com demandas específicas, as chances de realizar a compra por meio das redes sociais *on-line* tornam-se maiores.

De acordo com o relatório global feito pela *We are social* e *HootSuite* sobre o mundo digital “[...] aproximadamente 45% dos usuários globais da internet agora dizem que recorrem às redes sociais quando procuram informações sobre produtos ou serviços que estão pensando em comprar [...] pelo menos 98% dos usuários de qualquer plataforma de mídia social também usam pelo menos uma outra plataforma social” (AMPER, 2021).

Adiante, a realização do comércio eletrônico deve considerar os requisitos conceituais

quando se trata das informações pessoais dos usuários. Sobre a perspectiva jurídica brasileira as informações pessoais envolvem conceituações legislativas, segundo a lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados) art. 5º para as finalidades da lei consideram-se:

[...] I - dado pessoal: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável; II - dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural; III - dado anonimizado: dado relativo a titular que não possa ser identificado, considerando a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis na ocasião de seu tratamento; IV - banco de dados: conjunto estruturado de dados pessoais, estabelecido em um ou em vários locais, em suporte eletrônico ou físico; V - titular: pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento; VI - controlador: pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais; VII - operador: pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, que realiza o tratamento de dados pessoais em nome do controlador [...]; (BRASIL, 2018).

Observa-se que o tratamento de dados pessoais para o dispositivo normativo é diferente de dados pessoais sensíveis, uma vez que os primeiros são dados que identificam um indivíduo como nome, Cadastro de Pessoa Física (CPF), número de telefone, endereço de e-mail. Já os dados pessoais sensíveis são informações que podem ensejar discriminações e causar lesão grave a direitos em casos de violação, como, por exemplo, religião e filiação partidária.

Em uma abordagem internacional o Parlamento Europeu possui a Diretiva 95/46/CE sobre a proteção de dados pessoais e o define:

[...] qualquer informação relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável («pessoa em causa»); é considerado identificável todo aquele que possa ser identificado, direta ou indiretamente, nomeadamente por referência a um número de identificação ou a um ou mais elementos específicos da sua identidade física, fisiológica, psíquica, económica, cultural ou social; (PARLAMENTO..., 1995, p. 8).

A Diretiva 95/46/CE é o principal diploma normativo do direito europeu, possuindo dupla matriz ao buscar por um lado proteger a pessoa em relação ao tratamento de dados pessoais ao reconhecendo um direito fundamental e por outro destaca a preocupação em fomentar o comércio por meio de estabelecimento de regras comuns para proteção de dados no território europeu (DONEDA, 2006; ZANON, 2013).

No Brasil, o amparo jurisdicional está na Constituição Federal da República de 1988,

por meio do princípio da dignidade da pessoa humana que reconhece a proteção de dados pessoais como autodeterminação – direito de um indivíduo de exercer controle sobre suas informações pessoais.

O estudo do artigo 5º X da Constituição Federal demonstra que a proteção da privacidade é um princípio fundamental, sendo invioláveis a intimidade e a vida privada. O dispositivo também inclui a proteção da honra e a imagem das pessoas assegurando o direito de indenização pelo dano moral ou material decorrente da violação (BRASIL, 1988).

A proteção aos dados pessoais transcende a mera possibilidade de escolha dos indivíduos de decidir sobre o que terceiros podem acessar, coletar e armazenar sobre suas informações. Segundo Castro (2005) a manipulação de grandes quantidades de dados pessoais quando reunidos e cruzados com dados de outras bases e tratados por sistemas automatizados, colocam em risco não apenas as informações da esfera privada do indivíduo, mas pode pôr em risco outros direitos de personalidade de igual ou maior relevância.

### **3 RELAÇÃO CONTRATUAL NOS TERMOS DE USO**

A alta capacidade de processamento e o grande volume de dados podem impulsionar o refinamento de informações de caráter pessoal, inclusive para a segmentação de consumidores ao direcionar ofertas de produtos e serviços em redes sociais *on-line* através de análises estatísticas, além de ser possível a formação de bancos de dados.

Sob a perspectiva das relações consumeristas tem se tornado comum o comércio por meio da internet que se assemelha a compra feita presencialmente, ou seja, existe a pessoa/instituição que oferece o produto/serviço e a pessoa que o adquire. No entanto, Miragem (2019, p. 3) adverte que:

Isso implica em mudanças decisivas no mercado de consumo e novos riscos. Os fornecedores cada vez mais ocupam-se não apenas de atrair consumidores pela publicidade, mas a sua fidelização, buscando identificá-los com determinado produto ou serviço a partir de sua customização (de modo que não mais se mire os consumidores em geral, mas certo grupo de modo individualizado). Para tanto, é necessário aos fornecedores terem informações precisas sobre os consumidores de modo que possam realizar sua segmentação de acordo com características comuns, no que se insere a importância dos dados pessoais.

A Política Nacional de Relações de Consumo está prevista na lei 8.078 (BRASIL, 1990) e dispõe sobre normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e

interesse social. Tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à dignidade, saúde e segurança, a proteção dos interesses econômicos, a melhoria da qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo (BRASIL, 1990).

Ainda que as relações de consumo ocorram no meio virtual é imprescindível a proteção dos direitos do consumidor previstas na política nacional. Nesse sentido, os dados pessoais devem ser tratados conforme as diretrizes da lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados), principalmente, porque dizem respeito aos consumidores. O artigo 2º da lei tem como fundamento a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor.

A proteção dos dados pessoais busca além da mera proteção, mas também formas de mitigação dos danos causados aos seus titulares. Nesse sentido, Blum (2019, p. 26) diz que:

Em relação aos danos causados em relação ao tratamento indevido de dados pessoais, é necessário que se compreenda a existência de um dever de segurança imputável aos agentes de tratamento (controladores e operadores de dados), que é segurança legitimamente esperada daqueles que exercem a atividade em caráter profissional, e por esta razão presume-se que tenham a expertise suficiente para assegurar a integridade dos dados e a preservação da privacidade de seus titulares.

As relações de consumo na internet ocorrem através de contratos eletrônicos em que o fornecedor estabelece de maneira unilateral as cláusulas do contrato. Desta forma, facilmente são encontrados numerosos contratos que contém cláusulas que garantam vantagens excessivas unilaterais para o fornecedor, diminuindo suas responsabilidades em relação ao consumidor (BLUM, 2019).

O Código de Defesa do Consumidor possui artigos e princípios válidos tanto para relações eletrônicas e não presenciais seja pela internet ou por outros meio como o reconhecimento dos direitos difusos e coletivos nas relações de consumo, o fabricante, vendedor ou prestador de serviços tem o dever de informar ao consumidor todas as características do produto ou serviço oferecido, proteção contra práticas abusivas contra o consumidor, ônus da prova em favorecimento ao consumidor (PINHEIRO, 2021).

No Código Civil (BRASIL, 2002) prevalece a liberdade contratual exercida nos limites da função social do contrato, o princípio da intervenção mínima e a excepcionalidade da revisão contratual. Além disso, as partes negociantes poderão estabelecer parâmetros objetivos para a interpretação das cláusulas negociais e de seus pressupostos de revisão ou de

resolução, quando houver no contrato de adesão cláusulas ambíguas ou contraditórias, dever-se-á adotar a interpretação mais favorável ao aderente e são nulas as cláusulas que estipulem a renúncia antecipada do aderente a direito resultante da natureza do negócio.

O contrato sendo uma relação de vontade entre indivíduos com interesses em comum e considerando uma situação em que a quantidade de interessados em contratar um serviço ou produto seja grande o suficiente ser inviável a negociação com cada uma, principalmente se a oferta for realizada pela internet, é o que torna possível a existência dos contratos de adesão.

De acordo com Vianna (2013, p. 22) são vários os fatores que impulsionaram o surgimento dos contratos de adesão:

O contrato de adesão surgiu em decorrência da produção e do consumo em massa de bens e serviços originados do enorme desenvolvimento econômico e industrial que se seguiu à Revolução Industrial e ao período do pós-guerra, acompanhado da explosão demográfica mundial [...] Tal instituto apresenta, por um lado, as condições gerais, pré-formuladas por um dos contratantes, justamente a parte de maior poderio econômico e intelectual (na medida em que é um profissional) e que estabelece as regras que melhor convêm aos seus interesses. No outro lado da relação, encontra-se o aderente que terá de aceitar essas regras tais como lhe são apresentadas, sem a possibilidade de alterá-las ou de eliminá-las.

O Código de Defesa do Consumidor (1990) foi a primeira lei brasileira que regulou, especificamente, o contrato de adesão, definindo-o como um contrato que tenha cláusulas aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos/serviços sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente o conteúdo.

Existem dois atores envolvidos na relação consumerista, o proponente e o aderente. O primeiro é quem dita as condições gerais do contrato, o segundo é aquele que aceita o contrato sem possibilidade de alterar as cláusulas. Os contratos de adesão são previstos pelo Código Civil (2002) nos arts. 423 e 424:

Art. 423. Quando houver no contrato de adesão cláusulas ambíguas ou contraditórias, dever-se-á adotar a interpretação mais favorável ao aderente.

Art. 424. Nos contratos de adesão, são nulas as cláusulas que estipulem a renúncia antecipada do aderente a direito resultante da natureza do negócio.

Portanto, é possível perceber que o Código Civil admite, assim, que nem sempre há igualdade nas relações, ou seja, reconhece a posição privilegiada de um contratante em relação ao outro e a vulnerabilidade do polo mais fraco (VIANA, 2013).

De acordo com Fiuza e Roberto (2002) os contratos de adesão são caracterizados como aquele que se celebra pela aceitação de uma das partes de cláusulas contratuais gerais propostas pela outra parte, além disso somente com a adesão surge o vínculo jurídico entre as partes, ou seja, só com a adesão o contrato está perfeito. As cláusulas contratuais gerais devem ser elaboradas considerando a forma abstrata, ser prévia e uniforme, com o fim de constituir o conteúdo obrigatório de futuras relações concretas.

#### **4 TERMO DE USO DO TWITTER**

Com aproximadamente de 3 milhões de usuários, o Twitter é uma rede social *on-line* que permite a troca de mensagens entre as pessoas que a utilizam, têm o propósito ser um serviço aberto que abriga um mundo diversificado de pessoas, perspectivas, ideias e informações “[...] nós promovemos gratuitamente e conversas globais que permitam que a todas as pessoas possam consumir, criar, distribuir e descobrir informações sobre os tópicos e eventos de que eles mais se importam” (TWITTER INC., 2020).

O Twitter pode ser compreendido como um *microblog* que oferece 280 caracteres para que o usuário comunique o que está acontecendo no momento para outros usuários, essa forma de comunicação é chamada de *tweet*. Basta o usuário escrever e clicar no botão *tweet* para que a mensagem fique disponível na rede social.

O termo de uso do Twitter pode ser acessado no *site* (<https://twitter.com/pt/tos>) da rede social *on-line* e existem outros documentos sobre a forma de utilização da rede, os regulamentos, o termo para desenvolvedores e outros *links*. Optou para esta pesquisa analisar os documentos: Termos de Serviço (acesso e do uso dos serviços) e a Política de Privacidade (trata sobre o compartilhamento de informações pessoais). Os resultados são procedentes da Análise de Conteúdo sistematizada por meio da leitura técnica do termo de uso e estão dispostos nas subseções seguintes.

##### **4.1 Alteração contratual**

As cláusulas do contrato de adesão são definidas unilateralmente pelo proponente que apresenta condições gerais, pré-formuladas e estabelece regras que são convenientes. Ao passo que o aderente caberá a aceitação de tais regras como são apresentadas sem a possibilidade de alterá-las ou suprimi-las. A relação contratual se dá por adesão a partir da aceitação dos termos de uso da rede social *on-line*.

Em relação à rede social *on-line* Twitter, foi possível identificar que o termo denomina a relação entre usuário e prestador como um contrato vinculante, sendo esta a condição para o usuário utilizar os serviços. Além disso, concede ao prestador que faça coleta e uso das informações pessoais, inclusive a transferência para outros países, as modificações do termo de uso são exclusivas do prestador que podem interromper o fornecimento dos serviços ou quaisquer recursos para usuários específicos ou em geral. Conforme o Quadro 1.

**Quadro 1** - Cláusulas que tratam sobre condições de uso do Twitter.

#	Parágrafos
1	Você pode utilizar os Serviços somente se concordar em celebrar um contrato vinculante com o Twitter e não for uma pessoa impedida de receber serviços sob as leis da jurisdição aplicável.
2	Você entende que, ao utilizar os Serviços, concorda com a coleta e uso (conforme estabelecido na Política de Privacidade) dessas informações, incluindo a transferência dessas informações para os Estados Unidos, Irlanda e/ou outros países para fins de armazenamento, processamento e uso pelo Twitter e suas afiliadas.
3	Nossos Serviços evoluem constantemente. Sendo assim, os Serviços podem ser alterados de tempos em tempos, a nosso exclusivo critério. Podemos interromper (permanente ou temporariamente) o fornecimento dos Serviços ou quaisquer recursos nos Serviços para você ou usuários em geral.
4	Também podemos manter o direito de criar limites de uso e armazenamento, a nosso exclusivo critério e a qualquer momento.

**Fonte:** Elaborado pelo autor com base no termo de uso do Twitter (2021).

Apesar do contrato de adesão não ser objeto de discussão quanto ao conteúdo e a negociação individual entre os usuários, seja impraticável devido a quantidade de usuários que ingressam nesta rede, não há impedimentos quanto a um período pré-contratual de tratativas. Por exemplo, o fórum de governança na internet da Organização das Nações Unidas (ONU) propõe que os termos de uso devem respeitar no mínimo que os usuários sejam ouvidos, além de garantir que o usuário seja notificado quando da retirada de conteúdo e alterações do termo.

De acordo com o termo de uso, o Twitter notifica alterações nos termos de uso com antecedência de 30 dias e as modificações não serão retroativas, caso o usuário não aceite as novas condições até o fim do prazo estabelecido e continuar a acessar ou utilizar os serviços, o usuário estará sujeito às novas alterações do termo de uso vigente.

#### **4. 2 Jurisdição e legislação aplicável**

No caso de ocorrer conflitos é necessário que as partes envolvidas no negócio jurídico acordem um foro para a solução do litígio, o prestador insere nas cláusulas do contrato de adesão qual a legislação se aplica. No caso do Twitter a escolha se dá pela sede onde o prestador opera ou no local indicado no termo de uso - considerando que são serviços com

operações globais. Conforme o Quadro 2, em casos de litígios a rede social *on-line* indica as possibilidades: se o usuário estiver nos Estados Unidos da América, União Europeia, nos Países da Associação Europeia de Livre Comércio ou Reino Unido ou fora desses países, no primeiro caso considera as leis do estado da Califórnia no condado de São Francisco e no segundo considera-se a a sede na Irlanda.

**Quadro 2** - Cláusulas sobre jurisdição no caso de resolução de conflitos.

#	Parágrafos
1	Todas as disputas relacionadas a esses termos ou Serviços serão apresentadas exclusivamente nos tribunais federais ou estaduais localizados no Condado de São Francisco, Califórnia, Estados Unidos, e você concorda com a jurisdição pessoal e renúncia a qualquer objeção quanto a um fórum inconveniente.
2	Se você mora fora da União Europeia, dos Países da Associação Europeia de Livre Comércio ou Reino Unido, inclusive se você mora nos Estados Unidos, esses Termos são um acordo entre você e o Twitter, Inc., 1355 Market Street, Suite 900, São Francisco, CA 94103 EUA.
3	Se você mora na União Européia, em Países da Associação Europeia de Livre Comércio ou Reino Unido, estes Termos são um contrato entre você e a Twitter International Company (número da empresa 503351, número de IVA IE9803175Q), uma empresa irlandesa com sede em One Cumberland Place, Fenian Street Dublin 2, D02 AX07 Irlanda.

**Fonte:** Elaborado pelo autor com base no termo de uso do Twitter (2021).

Diante da possibilidade de resolução de conflitos a cláusula que indica qual o foro para o pleito pode ser uma limitação ao exercício de direitos para o usuário que aceita o termo de uso, pois não é razoável presumir que o usuário conheça a legislação vigente e aplicável do país sede do prestador. Assim, é demasiadamente preocupante a aplicação de normas internacionais que envolvem relações de consumo de usuários de nacionalidades diferentes do prestador.

#### 4.3 Conteúdo dos serviços

As redes sociais *on-line* oferecem serviços e produtos que ensejam responsabilidades quanto a utilização destes, são descritas no termo de uso as práticas consideradas aceitáveis para que o usuário possa utilizar a rede. Diante da característica de sociabilidade que estes ambientes proporcionam e considerando os valores que envolvem a dignidade humana, são adotados regramentos para combater condutas indesejáveis.

Nesse sentido, o Twitter prevê a suspensão ou encerramento da conta por motivos de violação dos termos de uso, remoção da conta por conduta ilegal e quando o usuário representa risco ou possível risco jurídico ao Twitter. Outras atividades consideradas impróprias são invasões de contas de outros usuários, fraudes, postagem com conteúdo ilegal, obsceno ou difamatório.

Entretanto, a moderação do conteúdo veiculado por meio de tecnologias que conseguem identificar tais comportamentos deve ser revisada por seres humanos, uma vez que a definição dos limites do que é considerado como comportamento reprovável pode abrir margem para censura devido a imprecisão de tais definições no termo de uso, além disso esses serviços são oferecidos para usuários de diferentes países e culturas.

Por conseguinte, se considera como “Conteúdo” todas as mídias veiculadas por meio do Twitter, como, por exemplo, áudios, fotos e vídeos. Segundo o termo de uso, quando o usuário realiza a ação de publicar, enviar ou exibir um conteúdo no Twitter é fornecido ao prestador uma "licença mundial gratuita não exclusiva” para que o prestador possa: utilizar, copiar, reproduzir, processar, adaptar, modificar, publicar, transmitir, exibir e distribuir. Conforme o Quadro 3.

**Quadro 3** - Ação possíveis de serem realizadas pelo Twitter.

#	Parágrafos
1	Ao enviar, publicar ou exibir Conteúdo nos Serviços ou por meio deles, você nos outorga uma licença mundial gratuita, não exclusiva (com direito a sublicenciar) para utilizar, copiar, reproduzir, processar, adaptar, modificar, publicar, transmitir, exibir e distribuir esse Conteúdo em qualquer e todos os tipos de mídia ou métodos de distribuição já disponíveis ou que venham a ser desenvolvidos (para maior clareza, esses direitos incluem, por exemplo, curadoria, transformação, e tradução).
2	Esta licença nos autoriza a tornar seu Conteúdo disponível para o restante do mundo e permite que outros usuários façam o mesmo.
3	Você concorda que esta licença outorga ao Twitter o direito de fornecer, promover e melhorar os Serviços, além de tornar o Conteúdo enviado para ou por meio dos Serviços disponível a outras empresas, organizações ou pessoas que são parceiras do Twitter para fins de distribuição, Retweet, transmissão, divulgação ou publicação dele em outros tipos de mídia e serviços, sujeitando-se aos nossos termos e condições de utilização de Conteúdo.
4	Tais usos adicionais por parte do Twitter ou de outras empresas, organizações ou indivíduos parceiros do Twitter ocorre sem que lhe seja devida qualquer remuneração pelo Conteúdo que você enviar, publicar, transmitir ou, de outra maneira, disponibilizar por meio dos Serviços uma vez que o uso dos Serviços por você é acordado como compensação suficiente pelo Conteúdo e pela concessão de direitos aqui contidos.

**Fonte:** Elaborado pelos a com base no termo de uso do Twitter (2021).

É possível perceber que o conteúdo veiculado no Twitter pode ser compartilhado, visualizado e apropriado por outros usuários da rede. Além disso, a rede social *on-line* justifica que a disseminação e utilização desses conteúdos como forma de como compensação pela utilização do serviço, isto é, o usuário não realiza o pagamento para ingressar na rede, porém todo conteúdo enviado, publicado ou exibido está sujeito a utilização e apropriação pela detentora do serviço e disseminação pelas filiais, empresas e parceiros do Twitter.

#### 4. 4 Tratamento de dados pessoais

A forma de monetização do Twitter é proveniente da receita de publicidade que a rede social *on-line* recebe ao direcionar propagandas para os usuários. Para que a publicidade torna-se mais assertiva existem processos de coleta e armazenamento de informações que identificam e individualizam usuários e grupos de usuários. De acordo com o termo de uso do Twitter, alguns recursos estão disponíveis para utilização sem a necessidade de criar uma conta, por exemplo, consultar perfis públicos no Twitter. Entretanto, para utilizar os serviços o usuário realiza um cadastro e associa-se a uma conta, a partir dessa etapa a rede social requer informações pessoais do usuário para identificar preferências.

Por conseguinte, o Twitter requer duas formas de informações pessoais: as Informações Básicas da conta (nome de exibição, usuário, uma senha e um endereço de e-mail ou número de telefone) e as Informações de Contato (endereço de e-mail ou número de telefone, para autenticação da conta) para que os serviços sejam prestados (TWITTER INC., 2021). Para tornar as preferências mais assertivas, o Twitter realiza ações de coleta e armazenamento de informações obtidas pelo sequenciamentos das atividades realizadas dentro e fora da rede social *on-line*. Conforme o Quadro 4, é possível verificar que as ações de obtenção de dados por meio da localização geográfica, dados de registro, links.

**Quadro 4** - Formas de obtenção das atividades dos usuários na internet e no Twitter.

#	Parágrafos
1	Nós requeremos informações sobre seu registro e localização atual, que obtemos de sinais como seu endereço IP <sup>2</sup> ou configurações do dispositivo, para configurar e manter sua conta com segurança e confiabilidade e para fornecer nossos serviços a você.
2	Nós recebemos informações quando você visualiza conteúdo em ou interage com nossos serviços, o que nós chamamos de “Dados de Registro”, mesmo se não tiver criado uma conta.
3	Esses Dados de Registro podem incluir informações como o seu endereço IP, tipo de navegador, sistema operacional, página da Web de origem, páginas da Web visitadas, localização, sua operadora de telefonia celular, informações de dispositivo (inclusive IDs de dispositivo e aplicativos), termos de pesquisa (incluindo aqueles que não foram enviados como consultas) e informações de cookies.
4	Para operar nossos serviços, acompanhamos como você interage com os links em nossos serviços. Isso inclui links em e-mails que enviamos a você e links em Tweets que aparecem em outros sites ou aplicativos móveis.

**Fonte:** Elaborado pelos autores com base no termo de uso do Twitter (2021).

É possível perceber que o termo de uso é um documento que possui por finalidade principal legitimar o gerenciamento de grandes quantidades de dados pessoais. Nesse sentido,

---

<sup>2</sup> Endereço IP é um endereço exclusivo que identifica um dispositivo na Internet ou em uma rede local. IP vem do inglês "Internet Protocol" (protocolo de rede) que consiste em um conjunto de regras que regem o formato de dados enviados pela Internet ou por uma rede local.

existe a possibilidade que a rede social *on-line* realize ações prejudiciais à privacidade, uma vez que a coleta de dados e sequenciamento das atividades realizadas pelo usuário na internet possam revelar fatos privados sobre a personalidade do indivíduo ou assuntos que estão restritos à intimidade.

O monitoramento das atividades por meio da obtenção do IP, tipo de navegador, sistema operacional, página da Web de origem, páginas da Web visitadas, localização, operadora de telefonia celular e informações de dispositivo podem tornar-se prejudicial à autodeterminação informativa prevista pela LGPD, posto que as informações dos usuários estão sendo coletadas e armazenadas independentemente das escolhas sob a justificativa de personalizar quais publicidades são relevantes para cada usuário.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As redes sociais *on-line* tornaram possível que a comunicação entre indivíduos geograficamente distantes pudessem compartilhar e dividir experiências mediante tecnologias digitais. Porém, para que a rede social *on-line* consiga operacionalizar seus serviços e, principalmente, obter a atenção dos usuários é necessário que um conjunto de informações sejam obtidas para direcionar os conteúdos publicados nessas redes, sobretudo as informações sobre produtos e serviços das empresas e afiliadas que veiculam publicidade.

Para a operacionalização dessas redes é necessário que os usuários forneçam e permitam que os prestadores tenham acesso um conjunto de informações de caráter pessoal ou potencialmente privadas, a aceitação se dá por adesão configurando uma relação contratual por meio do instituto do contrato de adesão feito entre o proponente (rede social *on-line*) e o aderente (usuário).

Por conseguinte, a rede social *on-line* escolhida foi o Twitter, assim o objetivo desta pesquisa foi analisar as características do termo de uso do Twitter sob a perspectiva da natureza jurídica dos contratos de adesão tendo em vista as repercussões jurídicas e sociais contidas no termo de uso.

Observou-se que as cláusulas no termo de uso estão pré-dispostas e elaboradas de maneira uniforme sem possibilidade de discussão entre o proponente e o aderente, isto é, são elaboradas para compor futuras relações jurídicas a uma coletividade indeterminada, por isso para utilizar os serviços do Twitter qualquer usuário, que não for uma pessoa impedida de

receber os serviços, precisa aceitar as condições e criar uma conta que pode ser através de um endereço de e-mail ou número de telefone. A alteração das cláusulas ocorre mediante a exclusividade da rede social *on-line* e quando ocorrem mudanças são emitidas as notificações com antecedência de 30 dias, após esse prazo o usuário estará sujeito às novas alterações do termo de uso vigente.

Quanto à jurisdição e legislação aplicável, observou-se que diante de conflitos entre as partes e considerando que o Twitter opera em diversos países, diz que as disputas relacionadas aos termos ou serviços serão apresentadas exclusivamente nos tribunais federais ou estaduais localizados no Condado de São Francisco, Estados Unidos - locais onde o Twitter possui sede. Essa cláusula é recebida com cautela, pois não é razoável pressupor que o usuário conheça a legislação de outro país, além das questões de deslocamento.

Sobre o conteúdo veiculado no serviço o termo prever quais situações o Twitter poderá suspender a conta de um usuário, isto é, a moderação sobre quais conteúdos podem ser publicados está sob a prerrogativa da rede social. Além disso, todo conteúdo veiculado no Twitter pode ser compartilhado, visualizado e apropriado por outros usuários da rede, inclusive pelas empresas parceiras e afiliadas.

Por fim, quanto ao tratamento dos dados pessoais, o termo de uso declara que a forma de monetização do Twitter é proveniente da receita de publicidade que a rede social *on-line* recebe ao direcionar propagandas para os usuários. Observa-se que a mera afirmação que a rede social *on-line* é gratuita, ou seja, para ingressar não há necessidade de realizar pagamento, não desvirtua a relação de consumo, pois a interpretação jurisprudencial diz que o termo “mediante remuneração”, contido no art. 3º, § 2º, do Código de Defesa do Consumidor, deve ser interpretado de forma ampla, de modo a incluir o ganho indireto do fornecedor.

Além disso, é possível que a obtenção de dados pessoais possa ensejar ações prejudiciais à privacidade dos usuários, pois uma vez obtidas informações sobre as atividades realizadas dentro e fora das redes sociais *on-line* os prestadores podem fazer análises preditivas com base no comportamento do usuário na internet e direcionar conteúdos a partir dessas análises. Por exemplo, quando se insere um termo de pesquisa na internet sem qualquer ajuste de configuração de privacidade, principalmente se for sobre um produto/serviço, o indivíduo é perseguido em todo seu trajeto na internet pelas propagandas de multimídias, seja dentro ou fora do serviço.

Espera-se que novos estudos possam ser realizados sobre a receptividades de outros

termos de uso quanto ao gerenciamento e tratamento de dados pessoais sob a perspectivas dos contratos de adesão em outras redes sociais *on-line*, bem como analisar as cláusulas que tratam sobre direitos fundamentais e possíveis formas de proteção aos direitos do usuário.

## REFERÊNCIAS

ALEXA. **The top 500 sites on the web**. Estados Unidos da América: Amazon, 2020.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210–230, out. 2007.

BLUM, R. M. S. Aspectos jurídicos da internet das coisas. **Revista de Direito e as Novas Tecnologias**, v. 2, jan./mar., 2019.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [1988]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 17 maio 2021.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, [1990]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm). Acesso em: 17 maio 2021.

BRASIL. **Código civil (2002)**. Código civil. Barueri, SP: Manole, c2004.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, [2018]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm). Acesso em: 17 maio 2021.

MIRAGEM, B. **Curso de direito do consumidor**. 8. ed. São Paulo: RT, 2019.

CASTELLS, M. **A Sociedade em rede**. 6 ed. rev. e ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CASTRO, C. S. **Direito da Informática, Privacidade e Dados Pessoais**. Coimbra: Almedina, 2005.

COSTA, R. R. S.; PENDIUK, F. Direito digital: o marco civil brasileiro da internet e as inovações jurídicas no ciberespaço. **FESPPR Pública**, v. 2, n. 1, p. 21, 2018. Disponível em: <http://publica.fesppr.br/index.php/publica/article/view/129/38>. Acesso em: 12 maio 2021.

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

FIUZA, C.; ROBERTO, G. B. S. **Contratos de adesão**. Belo Horizonte: Mandamentos, 2002.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES, F. A. **Coleta de dados em redes sociais: privacidade de dados pessoais no acesso via Application Programming Interface**. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Universidade Estadual Paulista – UNESP. 2017. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/149768>.

Acesso em: 18 set. 2021.

ROSENVALD, F. B. N.; FARIAS, C. C. **Manual de direito civil: volume único**. 4 ed. Salvador: JusPODIVM, 2019.

SANTAELLA, L, *et all.* Desvelando a Internet das Coisas. **Revista GEMInIS**, v. 4, n. 2, p. 19-32, 16 dez. 2013. Disponível

em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/141>. Acesso em:

STATISTA. **Number of social media users worldwide from 2010 to 2020 (in billions): Social Media & User-Generated Content**. [s.l.] Statista, 2020. Disponível em:

<https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>.

Acesso em: 16 set. 2021.

TWITTER INC. **Termos de serviço**. Twitter Inc., 18 de junho de 2021. Disponível em:

<https://twitter.com/pt/tos>. Acesso em: 07 jul. 2021.

TWITTER INC. **Global Impact Report**. Twitter Inc., 2020b. Disponível em:

<https://about.twitter.com/en/who-we-are/our-company>. Acesso em: 07 jul. 2021.

PARLAMENTO Europeu. **Directiva 95/46/Ce do Parlamento Europeu e do Conselho: relativa à protecção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados**, [1995]. Disponível em:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:31995L0046&from=PT>.

Acesso em: 17 maio 2021.

PINHEIRO, P. P. **Direito Digital**. 7 ed. São Paulo: SaraivaJur, 2021.

VIANA, S. D. Contrato de adesão. **Revista Tribunal Regional Federal da 1ª Região**.

Brasília, v. 25 n. 11/12 nov./dez. 2013. Disponível em:

<https://portal.trf1.jus.br/portaltrf1/comunicacao-social/imprensa/primeira-regiao-emrevista/primeira-regiao-em-revista.htm>. Acesso em: 14 maio 2021.

ZANON, J. C. **Direito à proteção dos dados pessoais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.