
INFORMAÇÃO COMO MERCADORIA – O CONFLITO ENTRE FILTROS DE CONTEÚDO E O DIREITO DE SER INFORMADO: o papel da função social da empresa

INFORMACIÓN COMO MERCADO - EL CONFLICTO ENTRE FILTROS DE CONTENIDO Y EL DERECHO DE SER INFORMADO: el papel de la función social de la empresa

INFORMATION ON MERCHANDISE - THE CONFLICT BETWEEN CONTENT FILTERS AND THE RIGHT TO BE INFORMED: the role of the company's social function

Bruno Martins Moutinho¹

RESUMO: A internet é um importante meio de acesso à informação para uma boa parte dos brasileiros. Na internet, os usuários imaginam que os sites de busca e as redes sociais são neutros e imparciais, oferecendo respostas universais, mas não são. O presente trabalho vai analisar o problema do tratamento da informação como mercadoria, através da personalização das buscas, o chamado filtro de conteúdo, se tal prática fere o direito de ser informado dos indivíduos, e mesmo ferindo, se as sociedades empresárias podem ou não manter tal prática com base na sua autonomia privada. Para isso vai ser analisada a sujeição dos empresários aos direitos fundamentais, o que se designa como eficácia horizontal, mais especificamente a visão voluntarista, pela qual se procura prevenir violações aos direitos fundamentais mediante a adesão espontânea dos empresários, através da função social da empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Direito a Informação. Modelo de Negócios da Internet. Filtros de Conteúdo. Função Social da Empresa. Eficácia Horizontal dos Direitos Fundamentais

ABSTRACT: The internet is an important form of access to information for a great part of Brazilian population. On the Internet, users think that search sites and social networks are neutral and impartial, providing universal answers, but are not. This paper will examine the problem of information as a commodity, through customization of search: the filter bubble, if this practice infringe the right to be informed, if business corporations may or may not maintain such a practice based on their private autonomy. For it will be analyzed the

¹ Professor da Universidade da Amazônia e Auditor-Fiscal da Receita Federal do Brasil; Bacharel em Direito Mestrando em Direitos Fundamentais pela Universidade da Amazônia; Tecnólogo em Processamento de Dados pelo Centro de Ensino Superior do Pará; Especialista em Direito da Tecnologia da Informação pela Universidade Gama Filho e Mestre em Computação pela Universidade de São Paulo.

subjection of business corporations to fundamental rights, what is termed as a horizontal efficacy, specifically the voluntarist vision, by which it seeks to prevent violations of fundamental rights by spontaneous business corporations, through the social function of the firm.

KEYWORDS: Right to Information. Internet Business Model. Filter Bubble. Social Function of the Firm. Effectiveness Horizontal of Fundamental Rights.

RESUMEN: Internet es un importante medio de acceso a la información para una buena parte de los brasileños. En Internet, los usuarios imaginan que los sitios de búsqueda y las redes sociales son neutros e imparciales, ofreciendo respuestas universales, pero no lo son. El presente trabajo va a analizar el problema del tratamiento de la información como mercancía, a través de la personalización de las búsquedas, el llamado filtro de contenido, si tal práctica hiere el derecho de ser informado de los individuos, e incluso lastimar, si las sociedades empresarias pueden o no mantener tal práctica basada en su autonomía privada. Para ello se analizará la sujeción de los empresarios a los derechos fundamentales, lo que se designa como eficacia horizontal, más específicamente la visión voluntarista, por la que se busca prevenir violaciones a los derechos fundamentales mediante la adhesión espontánea de los empresarios, a través de la función social de la empresa.

PALABRAS CLAVE: Derecho a la Información. Modelo de Negocios de Internet. Filtros de contenido. Función Social de la Empresa. Eficacia Horizontal de los Derechos Fundamentales.

1 - INTRODUÇÃO

O direito à informação é um direito fundamental dividido em direito de ser informado e o direito de informar, consiste num poderoso meio para o desenvolvimento de debates públicos, permitindo que os indivíduos articulem fatos e informações livremente. Atualmente, a internet é um importante meio para a concretização desse direito, já que tal ambiente foi projetado para ser um espaço descentralizado, aberto e neutro².

Portanto, o mesmo deve oferecer espaço para se promover livremente o intercâmbio de informações e opiniões. Na internet a produção e disponibilização dos conteúdos é

² CIDH. Comissão Interamericana de Direitos Humanos. Liberdade de expressão e internet. Disponível em < http://www.oas.org/pt/cidh/expressao/docs/publicaciones/2014%2008%2004%20Liberdade%20de%20Express%C3%A3o%20e%20Internet%20Rev%20%20HR_Rev%20LAR.pdf>. Acesso em: 25 julho 2015.

descentralizada, dando a qualquer pessoa a possibilidade de criar e divulgar seus próprios conteúdos, é a chamada Web 2.0. Segundo o Relatório Especial das Nações Unidas sobre a Promoção e Proteção do Direito à Liberdade de Opinião e Expressão: “a internet, como nenhum outro meio de comunicação antes, permitiu que os indivíduos se comunicassem instantaneamente e a baixo custo, e tem tido um impacto espantoso sobre a forma como compartilhamos e acessamos informações e ideias”³.

Nesse contexto, a internet já é o principal meio de informação para metade dos brasileiros⁴, além de ser a principal fonte de informações para alguns tipos de profissionais específicos⁵. Atualmente, porém, se vive um retrocesso na forma como informações são acessadas. Seus usuários se informam, basicamente, através das redes sociais e dos sítios de busca⁷, o maior sítio de busca: *Google* e a maior rede social: *Facebook*, controlam quase todo o fluxo de informação na internet⁸, e conseqüentemente o que cada indivíduo pode ter conhecimento. Portanto, a ideia original de que todos pudessem buscar livremente informações não se realizou, atualmente, a busca de informações é baseada no que os sítios de busca e redes sociais decidem mostrar e esconder, nesse sentido, eles têm o poder de ditar o que cada usuário verá em seus resultados.

³ Nações Unidas. Assembleia Geral. Relatório do Relator Especial sobre a Promoção e Proteção do Direito à Liberdade de Opinião e Expressão. A/66/290. 10 de agosto de 2011. § 10. Disponível em <http://ap.ohchr.org/documents/dpage_s.aspx?m=85>. Acesso em: 25 julho 2015.

⁴ PASSOS, Najla. Metade dos brasileiros já se informa pela internet. Publicado em 09/036/2014. Disponível em <<http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Metade-dos-brasileiros-ja-se-informa-pela-internet/12/30434>>. Acesso em 06 agosto 2015.

⁵ Doutíssima Brasil: 96% dos Médicos utilizam a internet para se informar, diz pesquisa. Disponível em <<http://www.mimarketingeinternet.com.br/marketing/busca-organica/web/doutissima-brasil-96-dos-medicos-utilizam-a-internet-para-se-informar-diz-pesquisa/>>. Acesso em 06 agosto 2015.

⁶ GAZZONI, Marina e FACCHINI, Claudia. Executivo busca primeiro a internet para se informar, diz estudo. Publicado em 29/03/2011. Disponível em <<http://economia.ig.com.br/empresas/comercioservicos/executivo-busca-primeiro-a-internet-para-se-informar-diz-estudo/n130009375774.html>>. Acesso em 06 agosto 2015.

⁷ ROBERTO JUNIOR, Paulo. Cerca de 70% dos brasileiros ativos no Facebook se informam pela rede social. Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/cerca-de-70-dos-brasileiros-se-informam-pelo-facebook/>>. Acesso em 06 agosto 2015.

⁸ Olhar Digital. Facebook corresponde a 25% da internet móvel na América Latina. Publicado em 21/11/2014. Disponível em <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/facebook-corresponde-a-25-da-internet-movel-na-america-latina/45335>>. Acesso em 06 agosto 2015.

Na internet, os usuários imaginam que os sítios de busca e as redes sociais são neutros e imparciais, oferecendo respostas universais, mas não são⁹. Em seus resultados, tais sítios editam o que cada usuário pode visualizar, com base em seus comportamentos anteriores¹⁰. Se dois usuários fazem a mesma pesquisa, ao mesmo tempo, eles podem receber resultados completamente diferentes, existe uma personalização da busca.

Tal personalização acontece pelo próprio modelo de negócios dos sítios, vendendo informação como mercadoria, nesse sentido, uma mercadoria personalizada tem mais valor do que uma genérica. Mas tal modelo tem um lado perverso: quanto maior for o esforço para oferecer informações personalizadas a cada usuário, maior o risco de que os filtros isolem as pessoas em bolhas virtuais. A consequência disso é o empobrecimento da visão de mundo, ferindo um princípio básico da internet: o de fornecer acesso à informação sem censura e sem filtro.

Nesse contexto, o maior sítio de busca a maior rede social, dois agentes privados (sociedades empresárias), controlam o que 1,4 bilhão de pessoas no mundo devem ler, quais sítios visitar, quais notícias devem ter acesso, enfim, como cada indivíduo deve se informar¹¹. É interessante lembrar que o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu pela não recepção pela Constituição de 88 da Lei de Imprensa, citando o ministro Celso de Mello: “O fato é que nada é mais nocivo, perigoso do que a pretensão do Estado em regular a liberdade de informação”¹².

Porém, o que está acontecendo hoje é que apenas duas sociedades empresárias controlam o que maioria dos usuários da internet tem acesso. Nesse contexto, cabem algumas indagações: tais sociedades empresárias devem fornecer acesso aos seus usuários a todo e qualquer tipo de informação (dever de informar)? Ou elas estão livres, com base no seu

⁹ PARISER, Eli. O Filtro Invisível - o Que a Internet Está Escondendo de Você. 2012. Editora Zahar. Edição Digital. p.45.

¹⁰ PARISER, Eli. O Filtro Invisível - o Que a Internet Está Escondendo de Você. 2012. Editora Zahar. Edição Digital. p.46.

¹¹ GRANJA, Bia. Bem-vindos à Zuckernet: os efeitos de conhecer o mundo através de uma única rede social. Disponível em <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2015/06/bem-vindos-zuckernet-os-efeitos-de-conhecer-o-mundo-atraves-de-uma-unica-rede-social.html>>. Acesso em 06 agosto 2015.

¹² BRASIL. Supremo Tribunal Federal. ADPF 130, Relator Carlos Ayres Britto, Disponível em <<http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=AC&docID=605411>>. Acesso em 03 agosto 2015.

modelo de negócios, em filtrar as informações que achem mais adequadas visando seu lucro?

Esse trabalho tem como objetivo analisar o problema do tratamento da informação como mercadoria, através da personalização das buscas, os chamados filtros de conteúdo, se tal prática fere o direito de ser informado dos indivíduos, e mesmo ferindo, se as sociedades empresárias podem ou não manter tal prática com base na sua autonomia privada, por se tratarem de agentes privados. Para isso vai ser analisada a sujeição dos empresários aos direitos fundamentais, o que se designa como eficácia horizontal, mais especificamente a visão voluntarista, pela qual se procura prevenir violações aos direitos fundamentais mediante a adesão espontânea dos empresários, através da função social da empresa.

Para atingir esse objetivo o restante do trabalho está dividido em 4 seções: a primeira seção apresenta o direito à informação e suas subdivisões: direito de informar e de ser informado; a segunda discute como o modelo de negócios da internet trata a informação como mercadoria, através dos filtros de conteúdo; a terceira seção trata da eficácia horizontal dos direitos fundamentais em sua visão voluntarista utilizando o conceito de função social da empresa e, finalmente, a quarta seção apresenta as conclusões do trabalho.

2 – DIREITO À INFORMAÇÃO

A Constituição faz uso dos direitos individuais e coletivos, com o intuito de proteger a vida, a liberdade, a segurança e a propriedade, regulando o direito à informação nos artigos 5º e 220:

Art. 5º ...

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardo do sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo

da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

Art. 220 - A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§1º - Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV;

§2º - É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

Os incisos XIV e XXXIII trazem a dimensão coletiva do direito à informação, o inciso XIV é tratado como um aspecto da liberdade de manifestação de pensamento, revelando-se um direito individual com sentido coletivo, e o inciso XXXIII dispõe interesses particulares, mas também coletivos e gerais.

Nos últimos anos, houve uma verdadeira revolução no direito à informação, que era comumente compreendido como o direito de acesso à informação mantida por órgãos públicos, ou seja, era considerado como uma medida de governança administrativa, porém, atualmente tal direito é considerado como um direito fundamental.

Até a terminologia mudou, o termo direito à informação tem sido preferido ao termo liberdade de informação¹³, que nasceu sob o prisma dos direitos individuais, corroborado pelo conceito de liberdade, introduzido pelos movimentos revolucionários do século XVIII, como liberdade relacionada ao direito de todo indivíduo manifestar o seu pensamento, carregado da noção de individualismo. O direito à informação tem um sentido mais coletivo, nas palavras de Luis Roberto Barroso: “diz respeito ao direito individual de comunicar fatos e ao direito difuso de ser deles informado”¹⁴.

O direito à informação desdobra-se em dois direitos fundamentais: de informar e de ser informado¹⁵. O primeiro atende a um direito de meio, e o último a um direito de fim, que atinge o corpo social de forma indiscriminada. Portanto, o direito à informação é ao mesmo

¹³ Nações Unidas. Assembleia Geral. Relatório do Relator Especial sobre a Promoção e Proteção do Direito à Liberdade de Opinião e Expressão. A/66/290. 10 de agosto de 2011. § 10. Disponível em <http://ap.ohchr.org/documents/dpage_s.aspx?m=85>. Acesso em: 25 julho 2015.

¹⁴ BARROSO, Luis Roberto. Liberdade de expressão versus direitos da personalidade. Colisão de direitos fundamentais e critérios de ponderação. In: SARLET, Ingo Wolfgang (Org.) Direitos Fundamentais, Informática e comunicação: algumas aproximações. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2007, p. 88.

¹⁵ FARIAS, Edilsom. Democracia, censura e liberdade de expressão e informação na Constituição Federal de 1988. Revista Jus Navigandi, Teresina, ano 6, n. 51, 1 out. 2001. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/2195>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

tempo um direito individual, como sendo uma garantia institucional contra os poderes públicos ou contra os particulares, e um direito difuso, pois se apresenta como um direito associado ao princípio democrático e, nessa medida, um componente fundamental da ordem democrática por via da qual os cidadãos tem a possibilidade de participar de forma adequada, contribuindo para a realização de outros direitos, tais como o direito à saúde, educação, moradia, etc.

Atualmente, a mídia constrói a realidade. Algo passa a existir ou deixa de existir, em termos sociológicos, se é ou não veiculado¹⁶. Ao mesmo tempo em que constrói uma realidade, dá a ela uma conotação valorativa, diz se aquilo é bom ou ruim, certo ou errado; toda informação carrega consigo uma dimensão valorativa, influenciando, desse modo, as condutas e as motivações das pessoas.

Vale ressaltar que nas democracias, dois “poderes” são eleitos com base na opinião pública, que é formada com base nas informações recebidas pelos cidadãos. Nesse sentido, o direito a informação é considerado como um princípio básico do controle social, por meio do qual o povo exerce algum controle sobre a ação da Administração, elaborando, acompanhando ou monitorando as ações da gestão pública.

O direito à informação é vital para a efetivação da cidadania em uma sociedade complexa, abrange tanto o direito de informar quanto o direito de ser informado. Para poder cumprir o direito de informar, é necessário que se possam confrontar as diversas opiniões existentes. Quando a imprensa publica uma corrente única de opinião e fabrica a opinião pública, seu conteúdo se torna vazio¹⁷. Com efeito, sem o recebimento de informação pluralista, o cidadão não exercerá com dignidade a sua cidadania e a soberania popular estará, irremediavelmente, esvaziada¹⁸.

¹⁶ GUARESCHI, Pedrinho Arcides; ROMANZINI, Lisie Polita e GRASSI, Lúcia Biavaschi. A “mercadoria” informação: um estudo sobre comerciais de TV e rádio. *Paidéia*, 2008, 18(41), 567-580 . Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v18n41/v18n41a12.pdf>>. Acesso em 10 agosto 2015.

¹⁷ FLEINER, Thomas. *O que são Direitos Humanos?* São Paulo: Max Limonad, 2003. p 112

¹⁸ FARIAS, Edilsom Pereira de. *Colisão de direitos: a honra, a intimidade, a vida privada e a imagem versus a liberdade de expressão e informação*. 2ª ed. atual. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris, 2000, p. 162.

Nesse ponto, o direito à informação confunde-se com o interesse público primário, identificado como bem geral¹⁹. Além disso, na visão de Paulo Bonavides são considerados direitos da quarta geração, pois dele depende a concretização da sociedade aberta para o futuro, em sua dimensão de máxima universalidade, para a qual parece o mundo inclinar-se no plano de todas as relações de convivência²⁰. As duas próximas subseções tratam da divisão do Direito à Informação: Direito de Informar e Direito de ser Informado.

2.1 – DIREITO DE INFORMAR

O primeiro aspecto do direito de informar se caracteriza pelo direito de difundir a informação através dos meios postos à disposição, o mesmo consiste num poderoso meio para o desenvolvimento de debates públicos, permitindo que os indivíduos articulem fatos e informações livremente.

A Constituição Federal abarcou esse sentido da liberdade de informação, como decorrência direta do Princípio da Dignidade da Pessoa Humana, já que a difusão da informação, e o acesso a esta são essenciais na formação do indivíduo. Além do que, consubstanciou em seu artigo 5º, inciso IV, a liberdade de manifestação de pensamento. Dessa maneira, o direito de informar versa sobre a possibilidade de expressar livremente ideias, pensamentos e opiniões, bem como o direito de comunicar e receber informações verdadeiras sobre fatos, sem impedimentos nem discriminações²¹.

De acordo com o ex-ministro do STF Ayres Britto: “quanto mais se fortalece a liberdade de informação, mais se robustece a democracia. Quanto mais se robustece a democracia, mais se fortalece a liberdade de informação”²², ainda segundo o ex-ministro, não é exagerada a metáfora de que a liberdade de informação e a democracia são irmãs siamesas.

¹⁹ GOIS, Veruska Sayonara de. Direito Constitucional à Informação: Reflexões sobre Garantias Possíveis. Revista Direito e Liberdade – Mossoró – v. 3, n. 2, p. 689 – 704 – set 2006. 697

²⁰ BONAVIDES, Paulo. Curso de Direito Constitucional. Malheiros, 30 ed. 2015. 862 p. 158.

²¹ FARIAS, Edilsom. Democracia, censura e liberdade de expressão e informação na Constituição Federal de 1988. Revista Jus Navigandi, Teresina, ano 6, n. 51, 1 out. 2001. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/2195>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

²² BRASIL. Supremo Tribunal Federal. ADPF 130, Relator Carlos Ayres Britto, Disponível em <<http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=AC&docID=605411>>. Acesso em 03 agosto 2015.

Segundo o Tribunal Europeu de Direitos Humanos, a livre circulação de ideias é pressuposto dos regimes verdadeiramente democráticos, ou seja, “se configura como um dos fundamentos essenciais para a constituição de uma sociedade democrática, pois a liberdade de informação e de expressão proporciona o progresso e o desenvolvimento dos homens”²³.

Primeiramente, antes de aprofundar o conceito de direito de informar, é importante distinguir direito de informar e liberdade de expressão. O direito de informar está relacionado com a divulgação de fatos, de certas qualidades objetivamente apuradas, ou seja, de informações verdadeiras. Porém, tal conceito é uma verdade subjetiva, isto é, aquele que comunica os fatos deve agir de forma a alcançar a verdade, “no sentido de que seja contactada a fonte dos fatos negociáveis e verificada a seriedade ou idoneidade da notícia antes de qualquer divulgação”²⁴.

Por sua vez a liberdade de expressão é qualquer manifestação do pensamento humano, é o ato pelo qual um indivíduo expõe o seu pensamento, suas ideias, suas opiniões acerca de determinado assunto²⁵. Entre a liberdade de expressão e o direito de informar “há uma distância que vai de um direito pessoal a um direito coletivo, a primeiro pertence ao grupo dos direitos civis, enquanto o segundo ao dos direitos sociais. Sob esse aspecto, ressalta Luis Roberto Barroso:

“Todos os doutrinadores citados, mesmo os que, em maioria, adotam uma disciplina comum entre a expressão e informação, deparam-se com, pelo menos, uma distinção importante entre os dois institutos: a veracidade e a imparcialidade da informação. E é, justamente, em razão dessa distinção fundamental que se deve pensar em um direito de informação que seja distinto em sua natureza da liberdade de expressão.”²⁶

²³ BOCCHI, Olsen Henrique. A liberdade de expressão no Estado Democrático de Direito. Uma abordagem ética e solidária. Publicado em 12/2010. Disponível em <<http://jus.com.br/artigos/17981/a-liberdade-de-expressao-no-estado-democratico-de-direito>>. Acesso em 03 agosto 2015.

²⁴ FARIAS, Edilsom. Democracia, censura e liberdade de expressão e informação na Constituição Federal de 1988. Revista Jus Navigandi, Teresina, ano 6, n. 51, 1 out. 2001. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/2195>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

²⁵ BARROSO, Luis Roberto. Liberdade de expressão versus direitos da personalidade. Colisão de direitos fundamentais e critérios de ponderação. In: SARLET, Ingo Wolfgang (Org.) Direitos Fundamentais, Informática e comunicação: algumas aproximações. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2007, p. 83.

²⁶ BARROSO, Luis Roberto. Liberdade de expressão versus direitos da personalidade. Colisão de direitos fundamentais e critérios de ponderação. In: SARLET, Ingo Wolfgang (Org.) Direitos Fundamentais, Informática e comunicação: algumas aproximações. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2007, p. 81.

A liberdade de pensamento e expressão é a pedra angular de qualquer sociedade democrática. O Sistema Interamericano de Direitos Humanos, em particular, atribui um alcance especialmente amplo a ela: o Artigo 13 da Convenção Americana sobre Direitos Humanos garante o direito de toda pessoa à liberdade de expressão e esclarece que este direito compreende “a liberdade de buscar, receber e difundir informações e ideias de toda natureza, sem consideração de fronteiras, verbalmente ou por escrito, ou em forma impressa ou artística, ou por qualquer outro processo de sua escolha”²⁷.

O direito de informar não se confunde com a liberdade de imprensa, pois essa “estabelece um ambiente no qual, sem censura ou medo, várias opiniões e ideologias podem ser manifestadas e contrapostas, ensejando um processo de formação do pensamento”²⁸. Discorrendo sobre tal direito, Jónatas Machado faz uma interessante observação:

“Relativamente ao direito de informar, o mesmo encontra-se intimamente relacionado com a liberdade de imprensa e de comunicação social e com os direitos dos jornalistas. No entanto, importante salientar que, particularmente no domínio da autodeterminação político-democrática da comunidade, as ideias de verdade e objectividade, a despeito de suas limitações, assumem centralidade como instrumentos de salvaguarda de bens jurídicos de natureza individual e colectiva. Isso se traduz na existência de uma obrigação de rigor e objectividade por parte das empresas jornalísticas e noticiosas para além de uma obrigação de separação, sob reserva do epistemologicamente possível, entre afirmações de facto e juízos de valor, informações e comentários.”²⁹

A liberdade de imprensa está relacionada com os direitos dos jornalistas e empresários do ramo jornalístico. Essa é noção introduzida por Freitas Nobre: “A própria liberdade de informação encontra um direito à informação que não é pessoal, mas coletiva, porque inclui o direito de o povo ser bem-informado.”³⁰. Nesse sentido, a liberdade dos meios de comunicação implica sua responsabilidade, não se admitindo distorções da verdade, ou

²⁷ OEA – Organização dos Estados Americanos. Convenção Americana sobre Direitos Humanos. Disponível em <http://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao_americana.htm>. Acesso em 08 ago 2015.

²⁸ ROSPA, Aline Martins. O papel do direito fundamental à liberdade de imprensa no estado brasileiro. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, XIV, n. 92, set 2011. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=10287&revista_caderno=9>. Acesso em 08 ago 2015.

²⁹ MACHADO, Jônatas E. M.. *Liberdade de Expressão. Dimensões constitucionais da esfera pública no sistema social*. Coimbra: Coimbra, 2002, p. 474-475.

³⁰ NOBRE, Freitas. *Imprensa e liberdade: os princípios constitucionais e a nova legislação*. São Paulo: Summus, 1988, p. 33.

ocultação de informações relevantes, com o objetivo de impedir ou dificultar consideravelmente a normalidade das atividades sociais. Portanto, para esses agentes, muito mais do que um direito de informar existe, na verdade, um dever de informar.

A informação é um poder³¹. Ela tem o poder de influenciar, mudar a sociedade, por isso não pode ser tomada pela simples liberdade individual, constitui-se um verdadeiro dever de informar. Modernamente, em decorrência de todos os avanços tecnológicos, econômicos e sociais, o dever de informar adquiriu um sentido coletivo, uma vez que toda a sociedade requer o acesso à informação, base de um real Estado Democrático de Direito, compreendendo tanto a aquisição como a comunicação de conhecimentos, conforme afirma José Afonso da Silva:

O direito de ser informado consiste na capacidade do ser humano em ser cientificado de modo absoluto e invariável das informações através dos meios de comunicação. Entretanto, não há dispositivo constitucional que expresse esse direito na Lei Maior, existindo somente uma garantia deste no artigo 5º, inciso XXXIII, que resguarda o direito de receber informações pelos órgãos públicos.³²

É fundamental entender que “só se pode investir alguém no direito de receber informações quando simultaneamente atribuir-se a outra pessoa o dever de informar”³³. O dever de informar tem como objetivo garantir o livre fluxo de informação entre os cidadãos, cujo sentido é o de possibilitar a todos a livre comunicação de informações, sem obstáculos ou discriminações. Pode-se dizer que, para que se estabeleça uma prática democrática mais justa a imprensa deve ser livre, ou seja, deve-se repudiar toda e qualquer interferência política ou privada que possa resultar na quebra da parcialidade dos meios de comunicação.

Definitivamente os meios de comunicação são: “de um lado, indispensáveis para mover o mundo moderno e, de outro lado, são também extremamente perigosos quando se

³¹ A informação, aqui, deve ser entendida em seu sentido amplo, comportando todos aqueles fatos e notícias veiculadas que podem formar a opinião pública, bem como a utilização de todos os meios possíveis, e realizada por todos os organismos que compõem a sociedade, sendo acima de tudo livre, para não se criar uma opinião pública manipulada e fraudulenta.

³² SILVA, José Afonso da. Curso de Direito Constitucional Positivo. São Paulo: Malheiros Editores. 31 ed. 2008, p.926, p. 252.

³³ ARAÚJO, Luiz Alberto David; NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. Curso de Direito Constitucional. 12ª ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2008, p. 120.

abusa deles, porque podem deformar a realidade”³⁴. Isto significa exatamente que, dentro do Estado Social, “o exercício do dever de informar deve ser revestido dos atributos de verdade, transparência e imparcialidade”³⁵.

O dever de informar possui como direito reflexo o direito de alguém ser informado. O segundo aspecto é o direito à informação, que compreende o direito coletivo de acesso à informação, de receber a informação anteriormente difundida.

2.2 – DIREITO DE SER INFORMADO

No Estado Democrático de Direito é imprescindível a participação popular, e essa só é possível a partir do momento em que se tem conhecimento dos fatos e notícias que ocorrem no mundo social em que se vive, podendo livremente informar a outros indivíduos, formando-se a opinião pública.

Se a liberdade de expressão e de informação, nos seus primórdios, estava ligada à dimensão individualista da manifestação livre do pensamento e da opinião, viabilizando a crítica política contra o ancien regime, a evolução daquela liberdade operada pelo direito/dever à informação, especialmente com o reconhecimento do direito ao público de estar suficientemente e corretamente informado; àquela dimensão individualista-liberal foi acrescida uma outra dimensão de natureza coletiva: a de que a liberdade de expressão e informação contribui para a formação da opinião pública pluralista – esta cada vez mais essencial para o funcionamento dos regimes democráticos, a despeito dos anátemas eventualmente dirigidos contra a manipulação da opinião pública.³⁶

Daí a importância que o direito à informação adquiriu na Constituição, sendo assegurada como direito fundamental, em seu artigo 5º, inciso XIV, dispõe que: “é assegurado a todos o acesso à informação”. Intimamente relacionado com a dignidade da pessoa humana, o acesso à informação de qualidade atua positivamente na proteção e no desenvolvimento de

³⁴ PEREIRA, Marco Antonio. Meio de comunicação não pode ignorar sociedade. Publicado em 23/05/2012. Disponível em <<http://www.conjur.com.br/2012-mai-23/marcos-antonio-pereira-meio-comunicacao-nao-ignorar-sociedade>>. Acesso em 8 agosto 2015.

³⁵ CAETANO, Flávio Croce; FREGNI, Gabriela. O Direito Fundamental à Informação e o Dever de Informar em Período Eleitoral. Disponível em <<http://ccfl.adv.br/portugues/01.pdf>>. Acesso em 01 agosto 2015.

³⁶ FARIAS, Edilson Pereira de. Colisão de direitos: a honra, a intimidade, a vida privada e a imagem versus a liberdade de expressão e informação. 2ª ed. atual. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris, 2000, p. 162.

toda a coletividade. O direito de ser informado tem como premissa da necessidade de conhecimento, essencial para o homem exercer sua condição de cidadão, efetivando direitos de cidadania, numa sociedade complexa e transformada por avanços tecnológicos.

Apesar de possuir um sentido constitucional de liberdade, o direito de ser informado não constitui pura e simplesmente um direito individual, mas um direito coletivo, uma vez que tal direito contribui para a formação da opinião pública³⁷. Portanto, é fundamental que tal direito compreenda também o direito do indivíduo em buscar a informação.

Para José Afonso da Silva: “o direito de ser informado compreende a procura, o acesso, o recebimento e a difusão de informações ou ideias, por qualquer meio, e sem dependência da censura, respondendo cada um pelos abusos que cometer”³⁸. Nesse sentido, vale a observação de Luiz Alberto David Araújo e Vidal Serrano Nunes Júnior:

O direito de se informar traduz igualmente uma limitação estatal diante da esfera individual. O indivíduo tem a permissão constitucional de pesquisar, de buscar informações, sem sofrer interferências do Poder Público, salvo as matérias sigilosas, nos termos do art. 5º, XXXIII, parte final.³⁹

A importância de se buscar informações vem de que a mesma é considerada como um bem jurídico capaz não só de satisfazer a necessidade do saber, como de influir decisivamente em seu uso. Mas não de um saber científico, compartimentalizado ou especializado, mas um saber genérico, simples conhecimento do que está acontecendo ao redor do homem para que ele possa tomar decisões que lhe competem como integrante obrigatório de uma sociedade. Aí reside o interesse jurídico da informação: “saber para melhor decidir, para melhor escolher os rumos a dar à sua vida, à vida de sua família, ao seu país, à sua função, à sua sociedade, ao seu partido político, à sua religião, etc.”⁴⁰.

³⁷ FARIAS, Edilson Pereira de. Colisão de direitos: a honra, a intimidade, a vida privada e a imagem versus a liberdade de expressão e informação. 2ª ed. atual. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris, 2000, p. 166-167.

³⁸ SILVA, José Afonso da. Curso de Direito Constitucional Positivo. São Paulo: Malheiros Editores. 31 ed. 2008, p.926, p. 249.

³⁹ ARAÚJO, Luiz Alberto David; NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. Curso de Direito Constitucional. 12ª ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2008, p. 145.

⁴⁰ CARVALHO, Luis Gustavo Grandinetti Castanho de. A Informação como Bem de Consumo. Disponível em <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/24293-24295-1-PB.htm>>. Acesso em 10 agosto 2015.

O direito de ser informado, antes era concebido como um direito individual, decorrente da liberdade de manifestação e expressão do pensamento, mas, atualmente, vem sendo entendido como interesse coletivo, ou seja, um direito coletivo à informação. Jonatas Machado faz a seguinte consideração:

Através dele [direito de ser informado] tem-se procurado ampliar a autonomia individual nos processos de formação de preferências e opiniões e reforçar a posição dos cidadãos em face dos meios de comunicação social, servindo o mesmo de justificação para a existência de um serviço público de rádio e de televisão, ou, pelo menos, de uma criteriosa regulamentação das atividades jornalística, de radiodifusão e de radiotelevisão, no sentido de garantir um serviço informativo e formativo de qualidade.⁴¹

No caso do direito de ser informado, a Constituição Federal traçou um campo diretamente relacionado de proteções materiais. No texto constitucional, assegura-se o acesso à informação (artigo 5º, XIV), sendo resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional. O artigo 220 instituindo a impossibilidade de censura da informação jornalística. Outras garantias ao direito de ser informado são as vedações ao anonimato e a responsabilização pelos abusos no exercício de manifestação de pensamento e informação.

Nesse contexto, “o direito de se informar traduz uma limitação estatal diante da esfera individual. O indivíduo tem a permissão constitucional de pesquisar, de buscar informações, sem sofrer interferências do Poder Público”⁴². Portanto, compreende o direito do indivíduo em buscar a informação em qualquer meio, sem qualquer tipo de interferência.

Sendo assim, como o direito de ser informado é um direito fundamental e pela eficácia horizontal dos direitos fundamentais, a ausência de interferência não deve ser restrita ao Estado, os agentes privados não podem interferir em tal permissão constitucional de pesquisa e busca de informações. Portanto, vincula-se a toda e qualquer pessoa ou entidade, quer pública, quer privada.

Atualmente, a internet é uma importante fonte de busca de informação, especialmente as redes sociais e os sítios de busca. Porém, tais atividades não são consideradas como meios

⁴¹ MACHADO, Jônatas E. M.. Liberdade de Expressão. Dimensões constitucionais da esfera pública no sistema social. Coimbra: Coimbra, 2002, p. 476.

⁴² ARAÚJO, Luiz Alberto David; NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. Curso de Direito Constitucional. 12ª ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2008, p. 145

de comunicação, nesse sentido vale a pergunta: como não são meios de comunicação eles tem o dever de informar? Ou seja, os mesmos podem interferir em tal permissão constitucional de livre busca de informações? Para responder essa pergunta é importante analisar primeiro qual o seu modelo de negócios e se no nesse modelo cabe o dever de informar.

3 – MODELO DE NEGÓCIOS DA INTERNET E OS FILTROS DE CONTEÚDO

Modelo é uma representação simplificada de uma entidade ou sistema físico real. A palavra negócio pode ser descrita como a atividade de fornecer e adquirir bens e serviços, envolvendo aspectos industriais, comerciais e financeiros⁴³. Portanto, o modelo de negócio é a representação objetiva e direta de como a organização compra e vende produtos e ou serviços e obtém recursos financeiros. Quando se fala em modelo de negócios, busca-se um modelo com viabilidade econômica, ou seja, uma atividade empresarial com possibilidade de ter lucro.

Na internet, a maioria dos modelos de negócios tem como base a informação. Nesse sentido, a informação passa à categoria de mercadoria, tendo valor econômico, sendo comercializada com base em tal valor. Porém, o valor econômico é diferente do valor jurídico da informação, sendo que o último decorre do seu poder de viabilizar ao cidadão a possibilidade de entender a realidade em que se vive, tomar decisões conscientes e participar da vida política e social a partir de fato concretos e reais⁴⁴.

Portanto, o modelo de negócios de algumas atividades empresariais na internet tem como base a coleta e distribuição da informação, sendo assim, quanto mais específica, mais contextualizada uma informação, maior o seu valor econômico. É importante ressaltar que na internet não existe serviço gratuito, o modelo de negócios dito gratuito é trocar um serviço por

⁴³ OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y.; TUCCI, C. L. Clarifying business models: origins, present, and future of the concept. In: Communications of the association for information systems. v. 15. 2005. 40 p.

⁴⁴ PEREIRA, Marco Antonio. Meio de comunicação não pode ignorar sociedade. Publicado em 23/05/2012. Disponível em <<http://www.conjur.com.br/2012-mai-23/marcos-antonio-pereira-meio-comunicacao-nao-ignorar-sociedade>>. Acesso em 8 agosto 2015.

informações pessoais disponibilizadas pelo próprio usuário, ou seja, a coleta de informações pessoais atua como forma de pagamento⁴⁵. Diante do exposto, o processo de coleta e distribuição informações está sujeito às mesmas leis do mercado. Toda informação tem o seu preço, portanto, para maximizar o lucro, o empresário deve aumentar o valor da informação.

Com o objetivo de aumentar o valor da informação, surgiu o conceito de personalização, ou seja, os sítios armazenam as preferências dos usuários e com base nelas tentam adivinhar o que o usuário quer. Nesse sentido, é mais fácil vender publicidade em um sítio quando o anunciante sabe que o público que chegou a ele foi filtrado e gosta do produto anunciado. Esse é o princípio básico da personalização através dos filtros de conteúdo. E a tendência é que ela aumente, porque os sites que fazem isso são muito lucrativos. Mas o mais lucrativo não é necessariamente o melhor para a sociedade. Porém, o fato de se vender publicidade para um público mais adaptado ao produto não é o problema principal tratado nesse trabalho.

Espera-se que a internet seja um lugar em que todos possam expandir sua visão de mundo. A personalização excessiva não permite que isso aconteça. O maior problema é em relação ao direito de ser informado, com a personalização os sítios decidem o que é melhor para cada usuário, realizando as escolhas que cada usuário deveria fazer, quando se filtra o conteúdo com base no que o próprio sítio ‘acredita’ ser mais relevante.

Portanto, quanto maior o esforço em oferecer informações personalizadas para cada usuário, maior o risco de que os filtros de conteúdo isolem as pessoas em bolhas virtuais, sem nenhum acesso a opiniões diferentes das suas. Ou seja, os filtros de conteúdo levam o usuário sempre aos mesmos lugares e pessoas, não explorando o “novo” e “diferente”⁴⁶. Além disso, o maior problema, é que o usuário não tem a opção de escolher o que o que entra nesse filtro, o mesmo não sabe o que ficou de fora, quem decide isso são as instituições privadas.

Esse fato torna-se preocupante a partir da posição de destaque assumida por sociedades empresárias como *Google* e o *Facebook*, na medida em que eles controlam o que

⁴⁵ GROSSMANN, Luís Osvaldo. Serviços 'gratuitos' da Internet conflitam com a privacidade do usuário. 25 de abril de 2014. Disponível em <<http://convergenciadigital.uol.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=36586&sid=4#.VMAvlkfF-So>>. Acesso em 27 julho 2015.

⁴⁶ PARISER, Eli. O Filtro Invisível - o Que a Internet Está Escondendo de Você. 2012. Editora Zahar. Edição Digital.

cada usuário pode visualizar, os mesmos tem o poder de disseminar tendências de consumo, de comportamento, etc.

O filtro de conteúdo é utilizado no *Facebook*, o sítio edita o conteúdo da linha do tempo para dar mais ênfase aos amigos com quem se costuma interagir mais e esconder as postagens de amigos com quem se interage menos, mesmo dos amigos com quem se interage mais, algumas postagens são escondidas, sem que se saiba o motivo. Isso é feito através de algoritmos, que levam em conta as ações anteriores do usuário, porém, não é de conhecimento público o funcionamento do algoritmo.

Atualmente, as redes sociais pautam a agenda do que um indivíduo pode ver, ouvir e falar. O paradoxo dessa situação é que ela que teria como função básica comunicar, informar, analisar, porém, a mesma assume um papel extremamente importante no momento em que oculta, para grande parte da população, fatos que ela não deseja que existam⁴⁷. De toda forma, quanto mais tempo se passa no *Facebook*, mais se tem acesso apenas às opiniões dos amigos mais próximos. Isso nos coloca num ciclo: quanto mais se acessa postagens de algumas pessoas, mais se interage com elas e mais destaque elas têm. No fim das contas, os sites escondem quem tem opinião discordante, e sua visão de mundo acaba ficando distorcida.

É uma forma muito sutil de censura⁴⁸. Ninguém é proibido de ver nada, mas a atenção é dirigida de forma que não se note que a informação existe. Como se depende cada vez mais dos resultados de busca ou de indicações nas redes sociais para se chegar a um conteúdo na internet, o filtro de conteúdo pode esconder páginas e pessoas definitivamente. As consequências disso podem ser muito graves. Tais sociedades tem o poder de influenciar a formação da vontade coletiva, podendo inclusive determinar o rumo de eleições.

Os filtros de conteúdo podem afetar nossa capacidade de decidir a vida que se quer, de ser autor da sua própria vida, é importante estar ciente das opções e estilos de vida

⁴⁷ GUARESCHI, Pedrinho Arcides; ROMANZINI, Lisie Polita e GRASSI, Lúcia Biavaschi. A “mercadoria” informação: um estudo sobre comerciais de TV e rádio. *Paidéia*, 2008, 18(41), 567-580 . Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v18n41/v18n41a12.pdf>>. Acesso em 10 agosto 2015.

⁴⁸ NUNZIATO, Dawn C.; *Virtual Freedom: Net Neutrality and Free Speech in the Internet Age*. 2009.

disponíveis. Porém, com os filtros de conteúdo, se permite que os agentes privados escolham as opções das quais se pode estar ciente⁴⁹.

Nesse contexto, cabe uma pergunta: a criação de filtros de conteúdo por parte dos empresários é uma atitude contrária ao ordenamento jurídico? Tais empresários, que não são considerados como meios de comunicação, têm o dever de informar? Ou eles têm o direito de mostrar e ocultar a informação que acham mais interessante ao seu modelo de negócios?

O que se defende nesse trabalho é que a criação de filtros de conteúdo não é contrária ao ordenamento jurídico, o fato desses empresários terem ou não o direito de informar é irrelevante, já que o filtro de conteúdo deve ser considerado como liberdade de expressão do mesmo, quando se fala em um empresário do ramo jornalístico é muito claro que o mesmo escolhe que tipo de informação vai mostrar ou não em seu jornal, em relação aos filtros de conteúdo não deveria ser diferente.

Essa visão inclusive já foi objeto de decisão em uma corte do Estado de São Francisco nos Estados Unidos, a corte entendeu que em relação ao *Google*: “a companhia pode ordenar resultados de busca de qualquer maneira, seus resultados não protegidos pela liberdade de expressão com base na primeira emenda”⁵⁰. Embora a primeira emenda proíba censura pública, a corte interpretou a permissão de entidades privadas restringirem o conteúdo de qualquer forma que eles escolherem⁵¹.

Porém, tal visão fere um direito fundamental em ser informado. O cidadão tem direito fundamental a uma informação de qualidade e não a qualquer informação, ou seja, uma informação correta e verdadeira, produzida com cautela e honestidade, bem como pluralista, porquanto proveniente do livre acesso às diversas fontes⁵².

Quando se fala em *Google* e *Facebook* não se pode falar que os mesmos violam a “informação verdadeira, produzida com cautela e honestidade”, uma vez que, eles não produzem informações, mas sim na violação da “pluralidade, do livre acesso às diversas

⁴⁹ PARISER, Eli. *O Filtro Invisível - o Que a Internet Está Escondendo de Você*. 2012. Editora Zahar. Edição Digital.

⁵⁰ ZIPKIN, Nina. *Google Search Results Are Free Speech in the U.S.* Disponível em <<http://www.entrepreneur.com/article/239905>>. Acesso em 10 agosto 2015.

⁵¹ NUNZIATO, Dawn C.; *Virtual Freedom: Net Neutrality and Free Speech in the Internet Age*. 2009.

⁵² FARIAS, Edilsom Pereira de. *Colisão de direitos: a honra, a intimidade, a vida privada e a imagem versus a liberdade de expressão e informação*. 2ª ed. atual. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris, 2000, p. 169.

fontes”. Nesse contexto, existe um conflito entre a direito de ser informado, através do livre acesso às diversas fontes de informação, e o objetivo de lucro dos empresários e o direito de ser informado. A próxima seção analisa tal conflito com base na eficácia horizontal dos direitos fundamentais.

4 – EFICÁCIA HORIZONTAL DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS

Com o desenvolvimento econômico desproporcional entre Estado e Particulares, especialmente empresários, que detém um grande poder econômico, surge uma pluralidade de poderes que implicam na necessidade de um avanço na aplicabilidade dos direitos fundamentais, assim, torna-se fundamental sua horizontalidade, não cabendo apenas ao Estado garantir sua observância.

Nesse sentido, é pacífica a visão de que os direitos fundamentais não são apenas oponíveis ao Estado, mas também aos particulares. Deu-se a esse fenômeno o nome de Eficácia Horizontal dos Direitos Fundamentais. De acordo com tal teoria, é de aplicação obrigatória e direta na realização dos atos jurídicos entre pessoas e entes privados. Portanto, adota-se a tese da eficácia plena dos direitos fundamentais, podendo cada indivíduo, sem qualquer necessidade de mediação concretizadora de atos normativos ou leis, invocar os direitos e garantias individuais nas suas relações privadas.

Essa questão ganha importância na internet, onde a estrutura passou a ser controlada predominantemente por instituições privadas, que, em regra, não se submetem ao controle estatal. Assim, esses detentores de poder privado, sobretudo quando possuidores de uma posição muito fortalecida ou hegemônica, como o caso das duas sociedades empresárias tratadas nesse trabalho, não estão sujeitos aos controles próprios do Estado.

Um dos pontos de maior entrave para o reconhecimento da vinculação direta dos direitos fundamentais entre os particulares é o fato de ambas as partes serem titulares desses

direitos, em que se inclui a autonomia privada⁵³. Nesse ponto, existe um conflito entre o modelo de negócios na internet que utiliza a informação como mercadoria, tendo como base o conceito de filtros de conteúdo e o direito de ser informado.

O ponto do conflito é a liberdade de expressão dos empresários e o direito de ser informado do cidadão, uma vez que, somente com uma comunicação livre é possível que cada um faça as suas próprias escolhas. Como o objetivo do empresário é buscar o lucro, o mesmo pode, nessa busca, ferir o direito de outro indivíduo de receber informações?

Para responder essa pergunta é importante tratar da controvérsia entre voluntaristas e obrigacionistas em relação à vinculação dos particulares aos direitos fundamentais⁵⁴. Os obrigacionistas acreditam na necessidade de medidas sancionadoras, tanto em nível nacional quanto internacional, para um avanço significativo na prevenção de violações aos direitos fundamentais cometidas por empresários ou com a sua cumplicidade. Por sua vez, os voluntaristas procurem prevenir violações a direitos fundamentais mediante a adesão dos empresários a boas práticas empresariais através do desenvolvimento espontâneo (isto é, livre da coação estatal), como por exemplo: função social da empresa, códigos de conduta de adesão livre e instrumentos de *soft law*⁵⁵.

Esse trabalho defende que o conflito deve ser solucionado com base na função social da empresa, uma vez que na internet, as medidas sancionadoras do Estado não são efetivas, seja porque tais empresários são independentes de fronteira, podendo se estabelecer em qualquer país; seja porque existe um novo paradigma, que Lawrence Lessig chamou de *Code is Law*⁵⁶, ou seja, o código é a lei. Nesse sentido, tem o poder quem tem a possibilidade de editar o código dos sistemas mais utilizados, nesse caso, o poder se concentra nas mãos dos empresários responsáveis pelo tratamento da informação como mercadoria, e não nas mãos do Estado.

⁵³ NAKAHIRA, Ricardo. Eficácia Horizontal dos Direitos Fundamentais. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2007. 180 p. Disponível em <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp041088.pdf>>. Acesso em 10 agosto 2015.

⁵⁴ KNOX, J.H. 2008. Horizontal human rights law. *American Journal of International Law*, v. 102, p. 1-47.

⁵⁵ DEVA, S. 2006. Global Compact: A critique of the U.N.'s "public-private" partnership for promoting corporate citizenship. *Syracuse Journal of International Law and Commerce*, v. 34, n. 1, p. 107-151.

⁵⁶ LESSIG, Lawrence. *Code: Version 2.0*. Basic Books, 2006. Disponível em <<http://codev2.cc/download+remix/Lessig-Codev2.pdf>>. Acesso em 05 agosto 2015.

4.1 – O PAPEL DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA

Algumas expressões no Direito funcionam são utilizadas nos mais variados e contraditórios sentidos. A “função social da empresa” é uma delas. Portanto, o objetivo dessa seção é responder: O que é função social da empresa? Em termos jurídicos, há uma função social a ser cumprida pela empresa? Se sim, qual o efeito de seu descumprimento? Pode-se alegar, que em nome da função social da empresa, o empresário não tenha direito de programar filtros de conteúdo?

A expressão é tão vaga sendo que em vez de definições é mais simples enumerar situações em que se cumpre ou não se cumpre a função social. Genericamente, costuma-se dizer que não cumpre sua função social aquela que polui o meio ambiente, que desrespeita os consumidores, que não respeita os direitos trabalhistas, etc. Por outro lado, cumpre com sua função social, aquela que tem um projeto de desenvolvimento sustentável, programas de valorização dos funcionários, respeito a comunidade, etc.

O termo função social surgiu na filosofia, transferiu-se para as ciências sociais e, progressivamente, adentrou no direito⁵⁷. A função social da empresa tem origem constitucional e decorre da função social da propriedade, princípio basilar da ordem jurídica do mercado, considerada enquanto propriedade dos bens de produção⁵⁸.

Entre as razões para confiar em soluções voluntaristas está que o respeito aos direitos fundamentais atende, em alguma medida, ao objetivo da maximização do lucro, esperando-se, assim, que os empresários evitem violações a esses direitos em seu interesse⁵⁹. Boa parte da literatura relativa não apenas aos direitos fundamentais, mas, mais amplamente, a toda a atividade em prol da sociedade desempenhada pelos próprios empresários, designada

⁵⁷ TOMASEVICIUS FILHO, Eduardo. A função social da empresa. In Revista de Direito Privado. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, abril de 2003, volume 810, ano 98, p.33

⁵⁸ COMPARATO, Fábio Konder. Função Social da propriedade dos bens de produção. In Direito empresarial: estudos e pareceres. São Paulo: Saraiva:1995, p. 32.

⁵⁹ KELL, G. 2005. The Global Compact: Selected experiences and reflections. Journal of Business Ethics , v. 59, p. 69-79.

genericamente como “função social da empresa”, destina-se, de fato, a verificar se e em que medida ações pró-sociais influenciam positivamente o desempenho das empresas⁶⁰.

O que se busca, na prática, é evitar que a busca desenfreada por lucros seja prioridade absoluta do empresário⁶¹. Qualificando a discussão sobre o papel da atividade empresarial para além da questão econômica. Continua prevalecendo o regime da livre iniciativa e a competição econômica. Porém, o lucro só será aceito como legítimo e reconhecido pela sociedade como justa recompensa a ser recebida pelos investidores se obtido sem causar prejuízos a aquela.

Trata-se de como o empresário e atividade empresarial se relacionam com a comunidade, como promove melhor redistribuição de suas riquezas, paga salários justos e dignos, oferece condições dignas de trabalho e atua em harmonia com seu entorno⁶².

A função social da empresa pode ser definida em vários aspectos. O primeiro é como a função social pode-se dar em relação à propriedade exercida pelo empresário no tocante aos bens que compõem o estabelecimento empresarial, e o segundo aspecto, enquanto atividade organizada exercida pelo empresário, que visa aperfeiçoar a produção para o mercado.

No primeiro aspecto ensina Fabio Konder Comparato que é um poder-dever do empresário de dar à coisa destinação compatível com o interesse da coletividade, ainda para o autor: “quando os bens são incorporados a uma exploração empresarial, existe poder-dever do titular do controle de dirigir a empresa para a realização dos interesses coletivos”⁶³. Portanto, o proprietário tem o direito de usar, gozar e dispor do poder, mas deve fazê-lo limitado ao cumprimento de suas finalidades sociais (dever)⁶⁴. Diga-se não se tratar de simples limitações

⁶⁰ MARGOLIS, J.D.; ELFENBEIN, H.A.; WALSH, J.P. 2007. Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance. Disponível em: <<http://stakeholder.bu.edu/2007/Docs/Walsh,%20Jim%20Does%20It%20Pay%20to%20Be%20Good.pdf>>.

Acesso em: 05 agosto 2015.

⁶¹ FALLER, Maria Helena Ferreira Fonseca. Função Social da Empresa & Economia de Comunhão: um encontro à luz da Constituição. Curitiba: Juruá, 2013, p.101

⁶² FALLER, Maria Helena Ferreira Fonseca. Função Social da Empresa & Economia de Comunhão: um encontro à luz da Constituição. Curitiba: Juruá, 2013, p.101.

⁶³ COMPARATO, Fábio Konder. Função Social da propriedade dos bens de produção. In Direito empresarial: estudos e pareceres. São Paulo: Saraiva:1995, p. 34.

⁶⁴ TOMASEVICIUS FILHO, Eduardo. A função social da empresa. In Revista de Direito Privado. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, abril de 2003, volume 810, ano 98, p.33.

ou restrições ao exercício do direito (obrigações negativas), mas também da imposição de deveres positivos, que integram a própria essência do direito subjetivo⁶⁵.

Para o segundo aspecto, empresa como atividade empresaria, tem previsão no artigo 170 da Constituição, nesse sentido, a empresa seria um instrumento concretizador dos princípios constitucionais da ordem econômica, responsável pela redistribuição equitativa das rendas e pelo atendimento do interesse social, tendo sempre em vista a construção de uma sociedade mais justa e solidária. Entretanto, atualmente, a empresa “deve assumir posições como agentes transformadores da sociedade, assumindo papéis para coibir ações que possam prejudicar seu público, seus clientes, seus fornecedores e a sociedade em que está estabelecida”⁶⁶.

Não se pode tratar a empresa como uma mera coadjuvante dentro do desenvolvimento pleno de uma sociedade. E dentro desta perspectiva de organização e ajustamento econômico social os interesses da coletividade devem prevalecer sobre os interesses particulares tendo em vista a sobrevivência e evolução sustentável da sociedade.

Nesse contexto, cumprir a função social da empresa implica a concretização dos direitos fundamentais⁶⁷, além disso, reflete, objetivamente, a necessidade de condicionamento aos interesses maiores da sociedade⁶⁸. Portanto, o interesse maior da sociedade deve prevalecer, dessa forma, o empresário teria o dever de garantir o direito de ser informado, cujo significado é o da liberdade de cada um em procurar e ter acesso a informações, sem obstáculos ou discriminações, ou seja, sem filtros de conteúdo.

Porém, se o empresário remove os filtros de conteúdo, a mercadoria, objeto do seu modelo de negócios na internet, perde valor, e conseqüentemente, o empresário pode entrar em crise financeira, além disso, como já tratado anteriormente, o conceito de filtro de

⁶⁵ PILATI, José Isaac. Função social da Empresa: Contribuição a um novo paradigma. In Revista Jurídica. Blumenau: Universidade Regional de Blumenau, Centro de Ciências Jurídicas, 2005 (jan/jun), nº 17, p.56

⁶⁶ MENJIVAR, Débora Fernandes Pessoa Madeira. Cláusula geral da função social no novo Código Civil e no Estatuto da Cidade. Ciência Jurídica: Ad litteras et verba. Ano XXII, vol. 143 – setembro/outubro 2008.

⁶⁷ BESSA, Fabiane Lopes Bueno Netto. Responsabilidade Social: práticas sociais e regulação jurídica. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006, p.81.

⁶⁸ BARTHOLO, Bruno Paiva; GAMA, Guilherme Calmon Nogueira. Função Social da Empresa. In Revista dos Tribunais. São Paulo: Editora dos Tribunais, ano 96, volume 857, março de 2007, p. 17.

conteúdo, é considerado um direito individual do empresário, portanto, não se pode falar genericamente apenas em concretização dos direitos fundamentais, já que existe o direito fundamental do empresário.

Portanto, deve-se buscar uma maneira de dar poder aos usuários, e não apenas aos empresários e sua busca pelo lucro. Não se pode tratar os usuários como mercadorias, sendo assim é fundamental encontrar formas de personalizar o conteúdo e, ao mesmo tempo, permitir que os usuários saibam o que é deixado de fora. Dessa forma, o usuário pode decidir se queremos os resultados filtrados ou não.

Sendo assim, a função social da empresa pode ser apresentar um conceito adequado para se tratar tal problemática, mas desde que não implique em remoção dos filtros de conteúdo, mas sim deixar claro para os usuários que os resultados são filtrados com base em suas pesquisas anteriores, e, ao mesmo tempo, deixar a opção para que o usuário tenha acesso a todos os resultados sem filtros, tanto das suas buscas, quanto da linha do tempo. Essa solução garante tanto o direito individual das sociedades empresárias em ter seus filtros de conteúdo, quanto o direito dos usuários em ser informado sem filtros.

5 - CONCLUSÕES

O direito à informação é vital para a efetivação da cidadania em uma sociedade complexa, abrange tanto o direito de informar quanto o direito de ser informado. Para poder cumprir o direito de informar, é necessário que se possam confrontar as diversas opiniões existentes. A internet tem características que o transformam em um meio privilegiado para o exercício cada vez mais democrático, aberto, plural e expansivo da liberdade de expressão que devem ser consideradas no momento de criação de qualquer medida que possa ter um impacto sobre ela.

Na internet, a maioria dos modelos de negócios tem como base a informação. Fazendo com que a informação passe à categoria de mercadoria, tendo valor econômico, sendo comercializada com base em tal valor. Toda informação tem o seu preço, portanto, para

maximizar o lucro, o empresário deve aumentar o valor da informação. Com esse objetivo, surgiu o conceito de personalização, ou seja, os sítios armazenam as preferências dos usuários e com base nelas tentam adivinhar o que o usuário quer.

Nesse ponto, surge um conflito entre a liberdade de expressão dos empresários e o direito de ser informado do cidadão, uma vez que, somente com uma comunicação livre é possível que cada um faça as suas próprias escolhas. Uma vez que, os algoritmos que orquestram a nossa publicidade estão começando a orquestrar as escolhas os usuários.

Esse trabalho teve como objetivo analisar o problema do tratamento da informação como mercadoria, através da personalização das buscas, os chamados filtros de conteúdo, chegou-se a conclusão que tal prática fere o direito de ser informado dos indivíduos, porém, as sociedades empresárias podem manter tal prática com base na sua liberdade de expressão. Além disso, foi analisada a sujeição dos empresários aos direitos fundamentais, mais especificamente a visão voluntarista, pela qual se procura prevenir violações aos direitos fundamentais mediante a adesão espontânea dos empresários, através da função social da empresa.

Nesse sentido, a função social da empresa pode ser utilizada como um conceito adequado para se tratar o conflito ora tratado, podendo deixar claro para os usuários que os resultados são filtrados com base em suas pesquisas anteriores, e, ao mesmo tempo, tornar opcional o acesso a todos os resultados sem filtros. Tal solução garante tanto o direito individual das sociedades empresárias em ter seus filtros de conteúdo, quanto o direito dos usuários em ser informado sem filtros.

6- REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Luiz Alberto David; NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. **Curso de Direito Constitucional**. 12ª ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2008, p. 145.

BARROSO, Luis Roberto. **Liberdade de expressão versus direitos da personalidade. Colisão de direitos fundamentais e critérios de ponderação**. In: SARLET, Ingo Wolfgang

(Org.) Direitos Fundamentais, Informática e comunicação: algumas aproximações. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2007, p. 88.

BARTHOLO, Bruno Paiva; GAMA, Guilherme Calmon Nogueira. **Função Social da Empresa**. In Revista dos Tribunais. São Paulo: Editora dos Tribunais, ano 96, volume 857, março de 2007, p. 17.

BESSA, Fabiane Lopes Bueno Netto. **Responsabilidade Social: práticas sociais e regulação jurídica**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

BOCCHI, Olsen Henrique. **A liberdade de expressão no Estado Democrático de Direito**. Uma abordagem ética e solidária. Publicado em 12/2010. Disponível em <<http://jus.com.br/artigos/17981/a-liberdade-de-expressao-no-estado-democratico-de-direito>>. Acesso em 03 agosto 2015.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de Direito Constitucional**. Malheiros, 30 ed. 2015. 862 p. BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **ADPF 130**, Relator Carlos Ayres Britto, Disponível em <<http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=AC&docID=605411>>. Acesso em 03 agosto 2015.

CAETANO, Flávio Croce; FREGNI, Gabriela. **O Direito Fundamental à Informação e o Dever de Informar em Período Eleitoral**. Disponível em <<http://ccfl.adv.br/portugues/01.pdf>>. Acesso em 01 agosto 2015.

CARVALHO, Luis Gustavo Grandinetti Castanho de. **A Informação como Bem de Consumo**. Disponível em <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/24293-24295-1-PB.htm>>. Acesso em 10 agosto 2015.

CIDH. Comissão Interamericana de Direitos Humanos. **Liberdade de expressão e internet**. Disponível em <http://www.oas.org/pt/cidh/expressao/docs/publicaciones/2014%2008%2004%20Liberdade%20de%20Express%C3%A3o%20e%20Internet%20Rev%20%20HR_Rev%20LAR.pdf>. Acesso em: 25 julho 2015.

COMPARATO, Fábio Konder. **Função Social da propriedade dos bens de produção**. In Direito empresarial: estudos e pareceres. São Paulo: Saraiva:1995.

DEVA, S. 2006. Global Compact: **A critique of the U.N.'s “public-private” partnership for promoting corporate citizenship**. Syracuse Journal of International Law and Commerce, v. 34, n. 1, p. 107-151.

Doutíssima Brasil. **96% dos Médicos utilizam a internet para se informar, diz pesquisa**. Disponível em <<http://www.mimarketingeinternet.com.br/marketing/busca-organica/web/doutissima-brasil-96-dos-medicos-utilizam-a-internet-para-se-informar-diz-pesquisa/>>. Acesso em 06 agosto 2015.

FALLER, Maria Helena Ferreira Fonseca. **Função Social da Empresa & Economia de Comunhão: um encontro à luz da Constituição**. Curitiba: Juruá, 2013.

FARIAS, Edilson. **Democracia, censura e liberdade de expressão e informação na Constituição Federal de 1988**. Revista Jus Navigandi, Teresina, ano 6, n. 51, 1 out. 2001. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/2195>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

_____. **Colisão de direitos: a honra, a intimidade, a vida privada e a imagem versus a liberdade de expressão e informação**. 2ª ed. atual. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris, 2000.

FLEINER, Thomas. **O que são Direitos Humanos?** São Paulo: Max Limonad, 2003.

GAZZONI, Marina e FACCHINI, Claudia. **Executivo busca primeiro a internet para se informar, diz estudo**. Publicado em 29/03/2011. Disponível em <<http://economia.ig.com.br/empresas/comercioservicos/executivo-busca-primeiro-a-internet-para-se-informar-diz-estudo/n1300009375774.html>>. Acesso em 06 agosto 2015.

GOIS, Veruska Sayonara de. **Direito Constitucional à Informação: Reflexões sobre Garantias Possíveis**. Revista Direito e Liberdade – Mossoró – v. 3, n. 2, p. 689 – 704 – set 2006.

GRANJA, Bia. **Bem-vindos à Zuckernet: os efeitos de conhecer o mundo através de uma única rede social**. Disponível em <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2015/06/bem-vindos-zuckernet-os-efeitos-de-conhecer-o-mundo-atraves-de-uma-unica-rede-social.html>>. Acesso em 06 agosto 2015.

GROSSMANN, Luís Osvaldo. **Serviços 'gratuitos' da Internet conflitam com a privacidade do usuário**. 25 de abril de 2014. Disponível em <<http://convergenciadigital.uol.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=36586&sid=4#.VMAvIkfF-So>>. Acesso em 27 julho 2015.

GUARESCHI, Pedrinho Arcides; ROMANZINI, Lisie Polita e GRASSI, Lúcia Biavaschi. **A “mercadoria” informação: um estudo sobre comerciais de TV e rádio**. Paidéia, 2008, 18(41), 567-580. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v18n41/v18n41a12.pdf>>. Acesso em 10 agosto 2015.

KELL, G. 2005. **The Global Compact: Selected experiences and reflections**. Journal of Business Ethics , v. 59, p. 69-79.

KNOX, J.H. **Horizontal human rights law**. American Journal of International Law, 2008. v. 102, p. 1-47.

LESSIG, Lawrence. **Code: Version 2.0**. Basic Books, 2006. Disponível em <<http://codev2.cc/download+remix/Lessig-Codev2.pdf>>. Acesso em 05 agosto 2015.

MACHADO, Jônatas E. M.. **Liberdade de Expressão. Dimensões constitucionais da esfera pública no sistema social**. Coimbra: Coimbra, 2002, p. 474-475.

MARGOLIS, J.D.; ELFENBEIN, H.A.; WALSH, J.P. 2007. **Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance**. Disponível em: <<http://stakeholder.bu.edu/2007/Docs/Walsh,%20Jim%20Does%20It%20Pay%20to%20Be%20Good.pdf>>. Acesso em: 05 agosto 2015.

MENJIVAR, Débora Fernandes Pessoa Madeira. **Cláusula geral da função social no novo Código Civil e no Estatuto da Cidade**. Ciência Jurídica: Ad litteras et verba. Ano XXII, vol. 143 – setembro/outubro 2008.

Nações Unidas. Assembleia Geral. **Relatório do Relator Especial sobre a Promoção e Proteção do Direito à Liberdade de Opinião e Expressão**. A/66/290. 10 de agosto de 2011. § 10. Disponível em <http://ap.ohchr.org/documents/dpage_s.aspx?m=85>. Acesso em: 25 julho 2015.

NAKAHIRA, Ricardo. **Eficácia Horizontal dos Direitos Fundamentais**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2007. 180 p. Disponível em <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp041088.pdf>>. Acesso em 10 agosto 2015.

NOBRE, Freitas. **Imprensa e liberdade: os princípios constitucionais e a nova legislação**. São Paulo: Summus, 1988.

NUNZIATO, Dawn C.; **Virtual Freedom: Net Neutrality and Free Speech in the Internet Age**. 2009.

OEA – Organização dos Estados Americanos. **Convenção Americana sobre Direitos Humanos**. Disponível em <http://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao_americana.htm>. Acesso em 08 ago 2015.

Olhar Digital. **Facebook corresponde a 25% da internet móvel na América Latina**. Publicado em 21/11/2014. Disponível em <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/facebook-corresponde-a-25-da-internet-movel-na-america-latina/45335>>. Acesso em 06 agosto 2015.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y.; TUCCI, C. L. **Clarifying business models: origins, present, and future of the concept.** In: Communications of the association for information systems. v. 15. 2005. 40 p.

PARISER, Eli. **O Filtro Invisível - o Que a Internet Está Escondendo de Você.** 2012. Editora Zahar. Edição Digital.

PASSOS, Najla. **Metade dos brasileiros já se informa pela internet.** Publicado em 09/036/2014. Disponível em <<http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Metade-dos-brasileiros-ja-se-informa-pela-internet/12/30434>>. Acesso em 06 agosto 2015.

PEREIRA, Marco Antonio. **Meio de comunicação não pode ignorar sociedade.** Publicado em 23/05/2012. Disponível em <<http://www.conjur.com.br/2012-mai-23/marcos-antonio-pereira-meio-comunicacao-nao-ignorar-sociedade>>. Acesso em 8 agosto 2015.

PILATI, José Isaac. **Função social da Empresa: Contribuição a um novo paradigma.** In Revista Jurídica. Blumenau: Universidade Regional de Blumenau, Centro de Ciências Jurídicas, 2005 (jan/jun), nº 17, p.56

ROBERTO JUNIOR, Paulo. **Cerca de 70% dos brasileiros ativos no Facebook se informam pela rede social.** Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/cerca-de-70-dos-brasileiros-se-informam-pelo-facebook/>>. Acesso em 06 agosto 2015.

ROSPA, Aline Martins. **O papel do direito fundamental à liberdade de imprensa no estado brasileiro.** In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XIV, n. 92, set 2011. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=10287&revista_caderno=9>. Acesso em 08 ago 2015.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo.** São Paulo: Malheiros Editores. 31 ed. 2008, p.926, p. 252.

TOMASEVICIUS FILHO, Eduardo. **A função social da empresa.** In Revista de Direito Privado. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, abril de 2003, volume 810, ano 98, p.33

ZIPKIN, Nina. **Google Search Results Are Free Speech in the U.S.** Disponível em <<http://www.entrepreneur.com/article/239905>>. Acesso em 10 agosto 2015.

ISSN 2448-461X

INFORMAÇÃO COMO MERCADORIA – O CONFLITO ENTRE FILTROS DE CONTEÚDO E O DIREITO DE SER INFORMADO: O PAPEL DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA

Recebido em julho de 2016

Aprovado em agosto de 2016

Publicado em dezembro de 2016

Método: Double blind review

Editor responsável: Clóvis Marinho Falcão