

## **Internet, consumo e invasão de privacidade**

*Ricardo Nery Braz*

Estamos em um momento de nossas vidas virtuais no qual qualquer clique ou movimento pode valer muito dinheiro nas mídias digitais. Já há alguns anos escutamos que a Internet pode nos levar a um mundo sem privacidade. Será que isso já não acontece? Até que ponto a internet é uma mídia realmente invasiva e antiética? É possível usar isso a nosso favor?

Hoje, é possível saber todos os nossos movimentos na frente do computador. Isso tem gerado espanto em algumas pessoas e arrancado sorrisos na maioria dos que dependem de cliques para sobreviver. O que parece ser um novo Big Brother traz para esse último grupo, com certeza, muito retorno nos investimentos em mídia.

Num mundo onde os realities shows têm espaço em todos os veículos de comunicação, fica bem claro que o comportamento das pessoas está em foco. Mesmo acreditando que esses programas não retratam o nosso mundo concreto, por que não usar essa fórmula em usuários reais de Internet?

Não é maravilhoso saber de onde o usuário de seu site vem, ou aonde e porque ele deixou de se interessar pelo seu site ou produto? Pense no número de vendas casadas que poderão ser feitas com essas informações. Pense também quanto é importante saber que a maioria das pessoas que gosta de relógios, também adora vinhos.

Todas essas informações, se muito bem usadas, podem ser úteis para ambos os lados. Será bom, por exemplo, para os donos de portais, quando não têm mais inventários para uma determinada segmentação, saberem que na maioria das vezes o visitante dessa área do site navega para outra segmentação com pouca procura para anúncios. Como uma pessoa que está procurando um carro, ou trabalha nesse ramo, muitas vezes vai direto do canal de carros para o canal ligado à política ou economia.

Será bom para os anunciantes que não terão mais “medo” de investir e ainda terão a facilidade de saber como, onde e quando mudar uma segmentação para atingir seus targets. Será muito bom também para quem atualmente possa se sentir prejudicado ou invadido com toda essa tecnologia, que é ninguém mais que nosso maior e único cliente, o usuário. Sim, podemos dizer que a “falta de privacidade” pode ser útil para ele.

Como também faço parte do time de usuários, sinto-me bem atendido quando entro em um site de vendas online e vejo os produtos que sempre me interessam logo na primeira página. É como chegar a um shopping e encontrar as lojas e os produtos que mais me interessam logo no primeiro andar.

Não podemos deixar de falar no que tudo isso pode afetar o mundo das buscas, dominado atualmente pelo Google. Depois do “boom” do Web Analytics e do Adwords, muita dúvida foi gerada de como as informações seriam usadas. Prefiro não acreditar que sejam mal usadas na hora de uma cobrança feita num leilão não aberto, pois é muito fácil para os sites de busca saberem qual palavra está sendo mais buscada para o acesso ao site do anunciante.

Como admirador do grande “oráculo do novo mundo”, vejo o Google como o grande modelo de como a internet deverá se comportar, além de saber muito bem usar suas habilidades, ele também consegue transformá-las em algo muito rentável. Não só o Google, mas todos os outros grandes “players” desse mundo das buscas souberam implantar esse sistema de análise comportamental do usuário e isso se tornou uma prática muito comum entre os portais.

Ética é o que devemos sempre ter e exigir. Esse é o espírito. Extrair o melhor de uma oportunidade. Não apenas pensar que os grandes portais possam tomar conta da vida de seus usuários ou até se intrometer, e sim, saber usufruir dessa tecnologia que traz mais conforto e praticidade.

Para os atuantes nesse novo ramo do Marketing, ser transparente com o usuário mostrando que isso será para seu próprio conforto ao navegar é uma forma de mostrar a sua boa intenção e comprometimento com a ética, afinal o cliente satisfeito e bem atendido sempre volta.

**Disponível em: <<http://www.consumidormoderno.com.br>>. Acesso em 4 set. 2008**

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.