

Privacidade na internet começa a ser valorada

Laura M. Holson

Adulto jovem aprende a limpar sua reputação digital

Min Liu, estudante de artes em Nova York, abriu uma conta no Facebook quando tinha 17 anos e ali relatou sua vida universitária em detalhes, desde os drinques tomados com amigos até as saídas para casas noturnas. Hoje ela tem 21 anos e recentemente começou a repensar algumas coisas.

Preocupada com suas perspectivas profissionais, pediu a uma amiga que tirasse da internet uma foto em que aparecia bebendo e usando um vestido justo. Quando a supervisora de seu estágio pediu para entrar em seu círculo de amigos no Facebook, Liu concordou, mas limitou o acesso a sua página na rede. "Quero que as pessoas me levem a sério", explicou.

É habitual imaginar que as pessoas com menos de 30 anos se sintam à vontade em exibir todas as facetas de suas vidas on-line. Mas muitos membros da geração que revelou tudo estão repensando o que significa viver de modo escancarado.

Embora a participação em redes sociais ainda seja grande, uma pesquisa recente da Universidade da Califórnia em Berkeley constatou que mais de metade dos adultos jovens entrevistados passou a preocupar-se mais com sua privacidade do que se preocupava cinco anos atrás, refletindo o número de pessoas da idade de seus pais (ou mais velhas) que manifestam a mesma preocupação.

Mas as pessoas dessa faixa etária se esforçam mais que os adultos mais velhos para se proteger. Em estudo a ser divulgado neste mês, o Projeto Internet Pew constatou que pessoas na casa dos 20 anos exercem mais controle sobre suas reputações digitais do que adultos mais velhos, deletando posts indesejados e limitando as informações que circulam a seu respeito.

"A participação em redes sociais requer vigilância, não só em relação ao que você divulga, mas ao que seus amigos divulgam a seu respeito", disse Mary Madden, especialista em pesquisas que supervisionou o estudo do Pew.

A erosão da privacidade vem se tornando um problema que preocupa os usuários ativos de redes sociais. Recentemente o Facebook teve que se apressar a solucionar uma falha de segurança que permitiu que usuários tivessem acesso às informações supostamente particulares de seus amigos, incluindo bate-papos pessoais.

Sam Jackson, universitário que começou um blog quando tinha 15 anos e já foi estagiário no Google, disse que aprendeu a não confiar em nenhuma rede social para proteger a privacidade de suas informações. "Quando olho para trás, vejo coisas que disse quatro anos atrás e que não diria hoje", contou. "Hoje eu me censuro muito mais. Procuo ser franco, mas tenho consciência da pessoa com quem estou falando."

Ele aprendeu a proteger sua privacidade por tentativa e erro e criou uma teoria própria para isso: camadas concêntricas de partilha.

Sua conta no Facebook, que tem desde 2005, é estritamente pessoal. "Não quero que as pessoas saibam que DVDs eu aluguei", explicou. "Se eu compartilho alguma coisa, quero saber com quem ela está sendo compartilhada."

A desconfiança parece ser generalizada. Na pesquisa telefônica que conduziu com mil pessoas, o Centro Berkeley de Direito e Tecnologia, da Universidade da Califórnia, constatou que 88% dos jovens de 18 a 24 anos que entrevistou em julho de 2009 opinaram que deveria haver uma lei que obrigue sites na internet a deletar informações armazenadas. E 62% disseram que gostariam que houvesse uma lei que garantisse às pessoas o direito de saber tudo o que um site sabe a seu respeito.

A desconfiança tem se traduzido em atos. No estudo do Pew, os pesquisadores entrevistaram 2.253 adultos no ano passado e descobriram que as pessoas de 18 a 29 anos tendem a monitorar suas configurações de segurança mais que os adultos mais velhos.

Os adolescentes mais jovens não foram incluídos nesses estudos; é possível que não tenham a mesma preocupação com a privacidade. Mas evidências empíricas sugerem que muitos deles talvez não tenham tido experiência suficiente para compreender as desvantagens de se compartilhar demais.

Até mesmo o Facebook considera positivo que os jovens estejam refletindo sobre o que colocam on-line, disse Elliot Schrage, responsável pela estratégia global de comunicações da empresa.

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 17 maio 2010, The New York Times, p. 2.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais