

# Informação livre, só para o Facebook

## • Vilão ou visionário, Zuckerberg se aproveita daquilo que publicamos, sem nos preocupar

Mark Zuckerberg, criador e CEO do Facebook, sempre deixou claro que acredita que um mundo em que as pessoas compartilham livremente é um mundo melhor. Ele tem certeza que as pessoas estão cada vez mais dispostas a publicar informações.

Foi essa crença que o motivou a incentivar usuários do Facebook a divulgar cada vez mais dados. E isso nem sempre é compreendido como um movimento de vanguarda, como seus defensores o classificam. Muitas vezes, é visto como uma tentativa de fazer que sua rede detenha mais dados pessoais para, então, vendê-los a anunciantes.

Acusação diz respeito ao modelo de negócios do Facebook, baseado em publicidade direcionada, muito semelhante ao adotado pelo Google. A maior rede social do mundo é gratuita para os usuários e para os sites que usam seus plugins sociais, mas

rende um bom dinheiro – alguns analistas estimam que a companhia vá gerar US\$ 1 bilhão em receita neste ano.

Tecnicamente, o Facebook não vende informações pessoais de seus usuários, mas as usa para direcionar propagandas para consumidores em potencial. O Facebook usa tudo aquilo que você posta para traçar seu perfil.

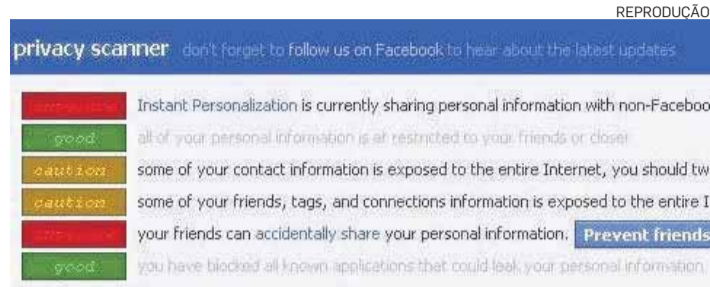
Esse modelo é especialmente atraente para os anunciantes a partir do momento em que o botão “Like” (“curtir”) está em mais de 100 mil sites e é clicado mais de 100 milhões de vezes por dia, pois a plataforma de identificação dos gostos dos usuários foi ampliada em proporções que ultrapassam o limite da rede social: agora tudo é “gostável”.

Para Ana Laura Gomes, que presta consultoria de internet para o Senac, o mecanismo de publicidade direcionada é, sim, uma invasão de privacidade do usuário, mesmo que traga o benefício de exibir apenas o que é teoricamente interessante para a pessoa. O problema, segundo ela, é o mapeamento dos interesses de consumo de cada um baseado no que eles dizem para os outros.

No entanto, a consultora ressalta que o procedimento não é ilegal se o usuário souber de antea-

## SAIBA QUEM TE VÊ

### RECLAIM PRIVACY



O Reclaim Privacy é um Bookmarklet, ou seja, uma espécie de script adicionado ao navegador como um link no favoritos. Quando clicado, ele analisa e avalia se suas definições de privacidade no Facebook são seguras o suficiente. Caso seus dados estejam muito expostos, o programa avisa e ajuda você a configurar as opções de privacidade

#### 1. NO SITE

Comece entrando no site do projeto ReclaimPrivacy.org

#### 2. NO BROWSER

Arraste o botão ‘Scan for Privacy’ para a barra de Favoritos do seu navegador

#### 3. NO FACEBOOK

Entre na rede social e procure as Configurações de Privacidade. Clique no botão e veja os resultados

tes de entrar na rede social.

David Kirkpatrick, autor de *The Facebook Effect*, lembra que é responsabilidade do usuário saber as regras da rede em que está entrando e que, se ele permite

que um aplicativo acesse seu perfil, está aceitando o recolhimento dos dados.

O psicanalista Jorge Forbes afirma que não temos mais controle sobre as informações que

circulam sobre nós na web. Ele acredita que o conceito de privacidade mudou muito nos últimos anos e, por isso, não dá para legislar sobre a internet seguindo os moldes do passado. Se antes privado era o que poucas pessoas podiam saber e público era o que muitas pessoas podiam saber, hoje, tudo que pode ser expressado pela linguagem é público. E privado é apenas o que a linguagem não descreve.

Helen Nissenbaum, autora do recém-lançado livro *Privacy in Context: Technology, Policy, and the Integrity of Social Life* (‘Privacidade em Contexto: Tecnologia, Políticas e a Integridade da Vida Social’ em tradução livre), define privacidade como “o respeito pelas normas sociais que governam o fluxo das informações pessoais”. Para ela, o entendimento do que é privacidade não mudou, pois essa transformação cultural é muito complexa. O que mudou, para ela, foi a forma de lidar com as informações.

Com a popularização de câmeras de segurança, banco de dados integrados e redes sociais, é muito mais fácil gerar e espalhar informações e, por isso, também é mais fácil invadir a privacidade de alguém. “Talvez por causa disso as pessoas se tornaram mais

conscientes de sua privacidade e mais preocupadas com ela”, disse Helen em entrevista ao *Link*.

**Quebra de contrato.** O pensamento jurídico também segue essa concepção. De acordo com o jurista Tércio Sampaio, no Brasil, o direito à privacidade é garantido pelo artigo 5º da Constituição, que não pode ser alterado. O que é necessário é criar novos mecanismos de proteção à privacidade dos indivíduos adequados à internet, já que as formas de circulação da informação são outras. De qualquer forma, continua sendo do indivíduo a prerrogativa de decidir o que pode ser falado sobre ele e o que é abusivo.

Independentemente de a privacidade ter mudado ou não, o que é aceito por todos os ramos do conhecimento é que, se um grupo de pessoas compartilha regras explícitas sobre a privacidade, como é o caso das redes sociais, qualquer quebra ou alteração indevida nessas regras é uma violação da privacidade.

Seguindo essa lógica, esse foi o erro de Zuckerberg, ao impor sua forma de entender a privacidade e tirar dos usuários o controle integral sobre seus dados. **J.C.P.**

### Depoimento

Peter Shankman, empresário e RP

## EU FICO



Você não quer que o Facebook faça o que bem entender com as informações que você posta lá? NÃO POSTE-AS NO FACEBOOK. E a maioria do que está sendo compartilhado nem é assim tão importante. E daí se o Facebook disser ao Ray’s Pizza que eu “curti” a página deles e que eu moro em Nova York? Se eu moro em Nova York e entrei na página do Ray’s Pizza é porque eu gosto da pizza deles. O Facebook é de graça por um motivo – os anunciantes querem anunciar para nós! Quem liga se agora o Ray’s Pizza anuncia para mim só porque eu moro em determinada área? Nenhum anúncio direcionado do mundo será suficiente se eu não quiser comprar o produto. Odiar o Facebook está na moda, mas eles não são os únicos “vilões”. Sou o ‘prefeito’ do New York Cat Hospital no Foursquare – só isso já diz a um anunciante muito mais sobre mim do que qualquer coisa que eu fizer no Facebook. Qualquer marqueteiro pode cruzar as informações do que tenho feito no Foursquare e a quais lojas ou restaurantes eu costumo ir, e determinar uma bela definição de que tipo de pessoa eu sou. E nós estamos nos preocupando com o Facebook?

\* EM SEU SITE, O SHANKMAN.COM

## OS POLÊMICOS TERMOS DE USO

### CONTEÚDO

**IP LICENSE** | Você dá ao site uma permissão não-exclusiva, transferível, sublicenciável, livre de royalties e mundial de usar qualquer conteúdo. Isso vale para tudo o que você publica

**SEM FIM** | A licença só se encerra quando você apagar o conteúdo ou sua conta, mas só se você não o compartilhou com nenhum usuário



‘Não, não estou no Facebook’, diz camiseta da Howies.co.uk

### APLICATIVOS

**EXPOSIÇÃO** | Quando você usa um app dentro do Facebook, seu conteúdo e dados ficam à disposição dos responsáveis pelo aplicativo

**ÀS ESCONDIDAS** | O Facebook exige que os aplicativos respeitem a privacidade, mas o que será feito com os dados só fica mesmo claro nos Termos de Uso que você aceita ao instalar o app



‘Acho que conheço você do Facebook’, da Crazy DogTshirts.com

### FACEBOOK CONNECT

**ENTRADA** | Quando você se conecta ao Facebook através de um app em um outro site, suas informações ficam à disposição desse site.

**SAÍDA** | Dados como seu nome e os dos seus amigos, suas fotos, seu sexo, sua idade e onde você está são compartilhados com o site.



O modelo de t-shirt da 8ball.co.uk é para stalkers assumidos

### Depoimento

Jason Calacanis, empresário de internet

## EU SAIO



Quando me dei conta de que Zuckerberg era um empreendedor amoral, eu disse ao CEO da Zynga, Mark Pincus, que ele tentaria lhe apunhalar pelas costas. Eu sabia disso porque vi Zuckerberg ferrar várias vezes os usuários com os termos de privacidade e ouvi as histórias que contam sobre ele enganar seus antigos patrões do ConnectU e seus primeiros sócios no Facebook. Ele é a pior coisa que aconteceu à nossa indústria desde, bem, o spam. As pessoas criam fanpages no Facebook e daí pagam o Facebook para enviar tráfego para o Facebook. Deixe-me repetir: você está PAGANDO Zuckerberg para mandar tráfego ao site DELE. Ah, sim, e enquanto toma seu dinheiro e pageviews, ele convence todo mundo de que não é preciso coletar dados dos clientes: basta usar o Facebook Connect! E se você é estúpido o suficiente para confiar isso ao Facebook, o site vai retribuir ferrando com a privacidade do usuário. É hora de as pessoas se levantarem contra o Facebook. De construir e apoiar o OpenID e a criação de uma rede social realmente aberta. É hora de forçar o Facebook a permitir portabilidade aberta de dados. São os nossos dados, afinal.

\* EM SEU SITE, O CALACANIS.COM