

O Big Brother da internet

Bruno Galo e Ralphe Manzoni Jr.

Nunca duas empresas souberam tanto sobre seus usuários quanto o Google e o Facebook. Mas será que os internautas estão preocupados?

É um hábito repetido quase sem pensar. Se o objetivo é encontrar algo na internet, a simples e eficiente caixa de busca do Google é o local preferido da maioria dos internautas. Mas, na hora de procurar amigos, o Facebook se transformou na rede social preferida de 500 milhões de pessoas ao redor do mundo. Os dois serviços são o que há de melhor na web. E por esse motivo, são recursos essenciais da dieta digital de qualquer pessoa conectada. O outro lado da moeda é que as duas empresas, cada uma a seu modo, sabem muito sobre seus hábitos e suas preferências.



Eric Schmidt, CEO do Google: "Se você tem algo que não quer que ninguém saiba, talvez você não devesse fazer isso"

"Voluntariamente, as pessoas têm feito da rede um grande Big Brother", afirma Luli Radfahrer, professor de comunicação digital da USP. A referência ao "Grande Irmão", imortalizado no romance "1984", escrito pelo britânico George Orwell, não é gratuita. Afinal, Google e Facebook veem tudo o que fazem os que navegam por seus domínios virtuais.

E isso começa a gerar problemas cada vez maiores para esses gigantes mundiais da internet. O Facebook enfrentou uma rebelião de usuários, revoltados com as constantes mudanças da política de privacidade da rede social, que cada vez mais deixa abertas e disponíveis as informações dos participantes da comunidade online. E o Google, nos últimos meses, viu o seu lema "não faça o mal" ser colocado em xeque.

“Esse é um tema sensível para o Google, já que muitos dos serviços que ele oferece dependem justamente da confiança do usuário. Se esta é ameaçada, o modelo de negócios do Google também é”, diz Ronaldo Lemos, um dos maiores especialistas em direito digital do Brasil.



O grande Zuckerberg: mudanças constantes na política de privacidade do Facebook provocaram a ira dos usuários

O episódio mais contundente envolveu o carro do Google Street View, que capta imagens de ruas ao redor do mundo. Já criticado por mostrar cenas indiscretas de pessoas – o que obrigou o Google a borrar os rostos das pessoas e as placas de carros ele acessou informações e dados pessoais trocados em redes sem fio desprotegidas em casas e em escritórios na Alemanha, Austrália, Canadá, França, Itália e Estados Unidos.

O Google alegou que coletou tais dados por um erro do software. “Desde o momento que descobrimos, tivemos uma postura aberta sobre o tema”, diz Ivo Correa, diretor de políticas públicas e relações governamentais do Google Brasil. Mas o estrago estava feito. Nem mesmo um pedido de desculpas em um blog oficial da empresa, reconhecendo que “falhamos feio neste episódio”, amenizou a ira dos governos. Alemanha, Espanha e Itália começaram a investigar o Google por invasão de privacidade. Canadá e Austrália seguiram o mesmo caminho. E, nos Estados Unidos, o Google enfrenta uma ação.

O caso é ilustrativo de como a questão da privacidade passou a ser central no debate de internet. Mas quem está se importando com isso, além dos governos que querem regular os passos dos dois gigantes da web? Observe o caso do Facebook. Revoltados com as constantes mudanças da política de privacidade do site, um grupo se organizou e combinou um “facebookcídio”. Apenas 34 mil dos 500 milhões de usuários disseram que abandonaram seus perfis.

Mantida essa taxa de adesão, seriam necessários 40 anos para não restar mais um usuário na rede social. Isso sem levar em conta os novos membros que aderem diariamente. Apesar de o mercado especular, o Facebook não tem nenhum plano imediato de abrir o seu capital. É um sinal que não precisa de dinheiro no curto prazo e que os negócios vão bem, mesmo com toda a polêmica na questão da política de privacidade. Hoje, tem um valor de mercado estimado em US\$ 20 bilhões.

O faturamento deve chegar a US\$ 1 bilhão em 2010.

O Google também não sentiu o efeito do caso Street View em seu resultado. No primeiro trimestre de 2010, o lucro cresceu 38% sobre o mesmo período do ano

passado, chegando a US\$ 1,96 bilhão. Mundialmente, 65% do 1,8 bilhão de pessoas que navegam na internet usam algum serviço da empresa.

E como Google e Facebook enchem os seus cofres? Usando a massa gigantesca de dados e informações que os usuários deixam em seus sites quando navegam.

O Facebook, por exemplo, conhece seus amigos, sabe suas preferências culturais e seus hábitos. E usa isso para mostrar publicidade. O Google monitora tudo o que buscam, fazem e conversam seus usuários. Com isso, oferece resultados precisos nas buscas e, principalmente, anúncios úteis em forma de texto, o que aumenta a taxa de cliques e, por consequência, o caixa da empresa. "Sempre fomos transparentes. É o usuário quem está no controle", afirma Correa.

O problema é que poucos sabem disso, e quase ninguém altera as suas configurações de privacidade. "Sem uma legislação, abre-se espaço para todos os tipos de abusos", acredita Lemos. Ele está por trás das discussões do Marco Civil da internet brasileira, que vai estabelecer os direitos e deveres de sociedade, empresas e governos na rede.

O CEO do Google, Eric Schmidt, sabe bem disso, pois provou do próprio veneno. Ele teve uma série de informações privadas divulgadas pelo site especializado em tecnologia Cnet. Todas elas encontradas no próprio Google. Da próxima vez que acessar a internet, lembre-se: o "Grande Irmão" está observando você.

Todos os tentáculos:

O Google está tentando entrar em todas as telas e mercados

Google Books: após digitalizar mais de sete milhões de livros, a empresa promete para julho o início da venda de uma fração destes títulos em formato digital.

Chrome: lançado no final de 2008, o navegador de internet veio para concorrer com o Internet Explorer, da Microsoft, e o Firefox, da Mozilla. Já tem mais de 7% do mercado.

Google Voice: programa para celulares lançado no início de 2009 unifica todos os seus números telefônicos e serve ainda como secretária eletrônica. Pode concorrer com o Skype.

Chrome OS: sistema operacional prometido para o final do ano quer incomodar o líder Windows, da Microsoft, que está presente em mais de 90% dos computadores pessoais do mundo.

Google TV: programa permite ao espectador escolher entre assistir algo na tevê ou na web. No mercado a partir de setembro. Cartada para faturar com a publicidade na televisão.

Android: anunciado no fim de 2007, foi uma reação da empresa ao crescimento da internet móvel. Atualmente, o sistema operacional para celulares está em centenas de aparelhos e é a principal ameaça ao iPhone, da Apple.

Fonte: Istoé Dinheiro, 16 jun. 2010. Disponível em:
<<http://www.istoedinheiro.com.br>>. Acesso em: 18 jun. 2010.