



Tecnologia

# O QUE AS CÂMERAS AINDA NÃO MOSTRAM

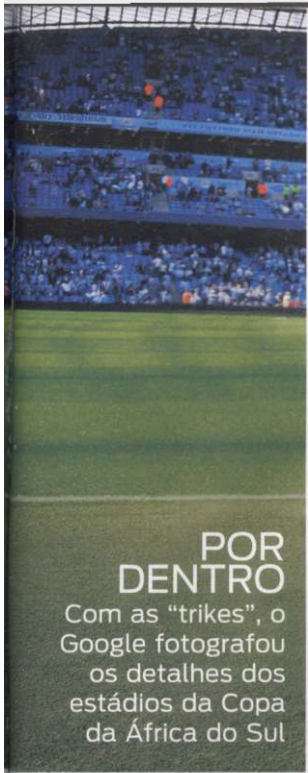
Recém-chegado ao Brasil, Google Street View vai muito além da bisbilhotice e poderá ajudar no planejamento da sua viagem de férias, na compra de um imóvel e na visita a museus

Edson Franco

Os bisbilhoteiros virtuais se re-festelaram na semana passada, quando chegou ao Brasil o Google Street View, serviço que coloca na tela do computador fotos em 360 graus das ruas de, por enquanto, 51 municípios brasileiros. Em sua maioria, as primeiras pesquisas feitas por brasileiros se concentraram na busca do próprio endereço, da sede do trabalho, da casa da namorada. E houve também muita gente que passou horas procurando imagens bizarras ou engraçadas captadas pelo programa. Passada essa primeira onda de voyeurismo, comum em todos os países que já contam com o serviço, começam a aparecer outras utilidades. Num futuro não muito distante, o internauta brasileiro vai poder planejar suas férias, adquirir um imóvel ou visitar um museu por meio da ferramenta.

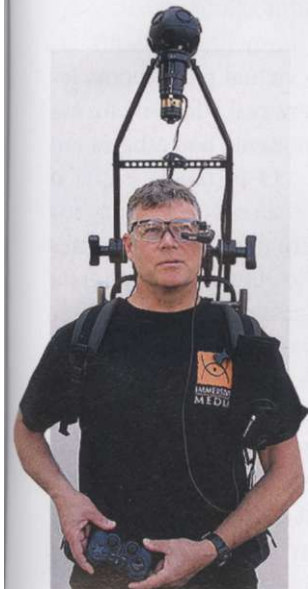
O Street View faz parte de outro produto da empresa, o Google Maps. Bem mais detalhista que seu irmão maior, permite ao usuário navegar pelas ruas, com uma visão de todos os pontos cardeais, do chão e do céu. É como se você andasse até a porta de um prédio, admirasse sua fachada, comparasse com a dos vizinhos etc., num passeio em que o mouse cumpre a função das pernas. Lançada em maio de 2007, a ferramenta originalmente cobria cinco grandes cidades nos EUA e seus arredores. Hoje, se





## POR DENTRO

Com as "trikes", o Google fotografou os detalhes dos estádios da Copa da África do Sul



estende a todo território americano, assim como à maior parte do Canadá, Japão, Austrália e vários países europeus. No Brasil, até agora apenas São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e cidades vizinhas dessas capitais foram fotografadas pelos carros do Google.

Curiosamente, as possibilidades do serviço começaram a ganhar visibilidade num lugar distante de todos os citados no parágrafo anterior. Mesmo sem ir à África do Sul acompanhar a Copa deste ano, qualquer internauta pôde conhecer em detalhes os estádios em que aconteceram os jogos. Isso graças a veículos cada vez menores e capazes de entrar em locais inacessíveis a carros. No caso das arenas sul-africanas, foram usadas as chamadas "trikes", uma espécie de triciclo movido a pedal. Elas não são pequenas o suficiente e já há uma versão em forma de mochila, que permitirá ao serviço dar o passo seguinte. "Com isso, poderemos propiciar, por exemplo, a visita a um museu", diz Flavia Simon, gerente de marketing do Google no Brasil.

Enquanto empresa e museus costumam acordos para que acervos possam ser disponibilizados, usuários do Hemisfério Norte têm aproveitado a ferramenta principalmente para conhecer previamente o local onde irão morar ou o destino das próximas férias. Pouca gente fora dos EUA já ouviu falar na cidade de Bolder, no Colorado. Mas lá fica uma respeitada escola de novas tecnologias chamada Bolder Digital Works. É nela que a americana Emily Smith estuda negócios digitais. "Antes de me mudar

## MAIS PERTO

Essa espécie de mochila é o equipamento com que será possível produzir imagens de restaurantes e bares

pra cá, já tinha visitado tudo pelo Street View", disse ela à ISTOÉ. Ciente desse desejo de ver antes de ir, o Google prioriza a produção de imagens de monumentos e pontos turísticos.

**Bem antes de estrear no Brasil, a ferramenta era objeto do desejo de um setor que muito se beneficia com ela, o imobiliário. Tanto que duas das maiores empresas do setor utilizam o Street View desde o primeiro dia do produto em território nacional.** A Lopes, que comercializa e constrói imóveis, flertava com a possibilidade de ter a ferramenta incorporada a seus serviços desde a primeira vez que ouviu falar da existência dela. "Há cerca de um ano, começamos contatos mais diretos para que, quando o produto chegasse ao Brasil, fôssemos os primeiros a utilizá-lo", diz uma executiva da empresa que, por razões estratégicas, preferiu não se identificar. A utilização criada pela Lopes é simples: o cliente se interessa por determinado imóvel e, sem sair da cadeira, confere se a rua é arborizada, se há terrenos baldios em volta ou se a padaria fica perto.

Estratégia parecida é empregada por outro gigante do setor, a Gafisa, mas com um toque só dela: o uso da tecnologia 3D. Equipados com óculos fornecidos pela empresa, de qualquer computador os clientes podem ver as imagens dos imóveis apreçados em três dimensões. E nesse ponto entra em questão um benefício do produto que não pode passar despercebido nos



## LONGE DO BANCO DOS RÉUS

Nos três anos em que o produto está na praça, a empresa aprendeu a se proteger de problemas legais

A discussão sobre se o Google Street View é uma invasão de privacidade chega ao Brasil com o prazo de validade vencido. Nos três anos de existência do serviço, a empresa já desenvolveu estratégias para se proteger de todos os ataques legais. Rostos borrados e a facilidade com que os incomodados podem retirar flagrantes do ar mantêm o Google longe do banco dos réus.

"Se é um fato imprevisível que acontece em local público, não há nada de legalmente errado na coleta das imagens", diz Renato Opice

Blum, especialista em direito eletrônico e professor da Escola Paulista de Direito. Os legisladores dos EUA concordam com esse pensamento e ignoram os pedidos de processos desde o primeiro caso, envolvendo uma moradora de San Francisco que, ao subir em sua picape, exibiu toda a calcinha. A imagem acima mostra a cena que, a pedido da moça, foi retirada do ar. Fim de conversa.



## Tecnologia

# A CÂMERA QUE TUDO VÊ

Como o Google Street View capta imagens das ruas e as polêmicas que tem provocado

### COMO AS FOTOS SÃO PRODUZIDAS

Carros equipados com antena de GPS e **torre com câmeras e scanner 3D** circulam pela cidade

**Nove câmeras** captam imagens em todas as direções, céu inclusive; reunidas, as fotos **passam a impressão de uma visão de 360 graus**

Para respeitar as proporções naturais, o **scanner emite um fecho de laser**, que bate e volta nas superfícies, indicando a distância que separa os objetos das câmeras

O GPS vai gerando coordenadas na medida em que o carro se desloca. Com isso, as **imagens são distribuídas** corretamente pelo mapa



### DESCONFIANÇA

Dados de pesquisa do site de compras britânico My Voucher Codes, realizada em março deste ano

57%

das pessoas entrevistadas descreveram o **serviço** do Google como uma **intrusão**

24%

disseram que o Street View é uma **ferramenta** a serviço dos **bandidos**

### PRIVACIDADE

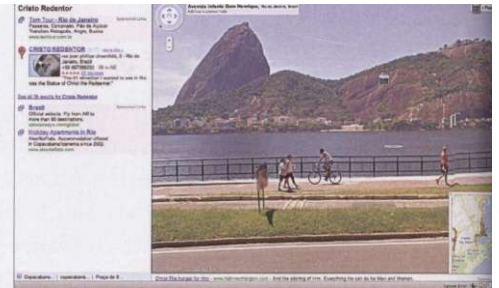
**Pessoas e entidades que forçaram a retirada de suas imagens**

- Banhistas nus
- Gente burlando a lei
- Manifestantes diante de clínicas de aborto
- Parceiros fazendo sexo
- Homens na porta de sex shop
- O exterior de bases militares
- Uma casa incendiada nos EUA
- Gente contratando prostitutas
- Toda a cidade de North Oaks, em Minnesota (EUA)

### A DEFESA

**O que o Google alega quando o assunto é invasão de privacidade**

- Acesso público: as imagens coletadas não são diferentes daquelas que qualquer um vê ao passar na rua
- As imagens não são em tempo real: são necessários alguns meses para processar as fotos captadas pelos carros da empresa
- Rostos e placas de carros são borrados: o Google desenvolveu um programa específico para isso e, caso ele não funcione direito, basta reclamar
- Qualquer um pode pedir a remoção de uma imagem: no próprio programa há ferramentas para fazer a solicitação



**COMEÇO**  
Por enquanto, apenas Rio, São Paulo, Belo Horizonte e cidades vizinhas foram fotografadas

dias de hoje. Ao não se deslocar para conferir endereços de corpo presente, comprador e vendedor estão diminuindo consideravelmente a pegada de carbono associada ao comércio de imóveis.

Muitos varejistas se animaram com a possibilidade de ter seus estabelecimentos fotografados pelas poderosas câmeras do produto. Seria a chance de, num primeiro momento, o cliente fazer um passeio virtual para depois fechar uma compra real e feita de forma presencial. Atualmente isso esbarra em dois problemas. O primeiro é que o programa não é ao vivo. As imagens são coletadas em média um ano antes de irem ao ar. Ou seja, quando o visitante entrasse na loja, as prateleiras estariam desatualizadas. O outro problema é o fato de que, segundo a empresa, a produção de fotos de estabelecimentos comerciais não passa de mero boato.

Bem mais acessível aos lojistas, pelo menos por enquanto, é a oferta de espaços publicitários nas ruas flagradas pelo Google. A empresa aposta tanto nisso que patenteou um sistema que automaticamente apaga as mensagens publicitárias estampadas em outdoors e cartazes. No lugar delas seriam colocados anúncios pagos. "As empresas americanas ainda não adotaram essa estratégia. Não tem nada de anúncio ali", diz Pedro Sorrentino, professor da São Paulo Digital School e autor do vídeo "Obama Digital". Em muitas áreas, o Street View ainda é uma ferramenta em busca de uma utilidade.