

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO

Grace Quaresma Fugazza

**A questão do direito à privacidade no Facebook:
um estudo à luz da ética da informação**

Rio de Janeiro
Novembro, 2016

Grace Quaresma Fugazza

A questão do direito à privacidade no Facebook: um estudo à luz da ética da
informação

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro como
parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau
de Bacharel em Biblioteconomia. Sob a orientação do
Professor Gustavo Silva Saldanha.

Rio de Janeiro
Novembro, 2016

F957 Fugazza, Grace Quaresma
A questão do direito à privacidade no Facebook :
um estudo à luz da ética da informação / Grace
Quaresma Fugazza. -- Rio de Janeiro, 2016.
61 f.

Orientador: Gustavo Silva Saldanha.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) –
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro,
Bacharel em Biblioteconomia, 2016.

1. Privacidade. 2. Ética da informação. 3. Redes
sociais. 4. Liberdade. 5. Cultura digital. I. Saldanha,
Gustavo Silva (Orient.) II. Título.

**A questão do direito à privacidade no Facebook:
um estudo à luz da ética da informação**

Grace Quaresma Fugazza

Orientador: Prof. Dr. Gustavo Silva Saldanha

Trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Examinado por:

Prof. Dr. Gustavo Silva Saldanha – Professor Adjunto da UNIRIO

Prof. Dr. Arthur Coelho Bezerra – Pesquisador Adjunto do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT/MCTI)

Prof.^a Dr.^a Maria Simone de Menezes Alencar – Professora Adjunta da UNIRIO

Rio de Janeiro
Novembro de 2016

Para a minha irmã, quem me inspira a nunca desistir do que é importante.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Professor Gustavo Saldanha, com quem tive meu primeiro contato com o vasto domínio da Biblioteconomia e quem me abriu as portas para o conhecimento da ética informacional, assim como por seu acolhimento e orientação do presente trabalho.

Não posso deixar de agradecer ao Professor Arthur Bezerra, que contribuiu com a indicação de boa parte das referências deste trabalho, e sempre que pôde dava preciosas sugestões em diversos pontos da pesquisa.

Agradeço também às Professoras Maria Simone de Menezes Alencar e Lidiane dos Santos Carvalho, as quais despertaram em mim o interesse para a problemática da cultura digital na qual vivemos.

Minha gratidão ao Professor Rodolfo Petrônio pelo seu projeto de monitoria de Lógica, e por me convidar para ser monitora desta disciplina, representando uma enriquecedora experiência da minha graduação na UNIRIO.

Quero agradecer aos minhas colegas de graduação Rafaela Alves, Christina Alves, Juliana Souza, Celina Almeida e Carlos Silva, com quem dividi muitas experiências ao longo desses 5 anos de Universidade, e pela sincera amizade.

Sou eternamente grata aos meus pais, Rosana e Paulo Sergio, que jamais se cansam de me incentivar a nunca parar de estudar.

Aos meus irmãos Elíria e Victor, e aos queridos Rafaela Alves, Artur Castilho, a minha mais profunda gratidão por todo o apoio emocional, companheirismo e lealdade inabaláveis; e por dividirem comigo o que considero existir da maior importância: a amizade.

“ Quem controla o passado, controla o futuro; quem controla o presente, controla o passado... Quem controla o presente agora?! Agora testemunhe, está logo atrás da porta. ”

(George Orwell, 1984)

RESUMO

O presente trabalho consiste em um estudo de caso cujo objetivo geral é o de investigar a questão do direito à privacidade na realidade da rede social Facebook com o intuito de refletir acerca da vivência da democracia no ciberespaço. Questiona-se a garantia da proteção da privacidade de seus usuários é efetiva, no que concerne à valorização dos princípios da liberdade e autonomia no ambiente da Internet. Nota que as empresas dão atenção ao fenômeno da questão do direito à privacidade, mas antes estariam interessadas no jogo controverso entre transparência e ausência de privacidade; e que as experiências digitais dos internautas não são caracterizadas pelos princípios de liberdade e autonomia. Utiliza o instrumento de pesquisa do questionário, que contempla alguns dos principais conceitos inseridos no eixo temático triádico ética-privacidade-redes sociais, o qual foi aplicado a uma população de 30 estudantes universitários. Revisa a literatura de ética informacional, associando este domínio do conhecimento ao conceito de privacidade e ao contexto das redes sociais. Analisa o *corpus* e discute os resultados do estudo com determinados conceitos pertinentes aos domínios da ética da informação, filosofia e ciência da informação. Considera que a personalização e a filtragem de conteúdos por meio da análise dos perfis de usuário realizadas pelas empresas digitais, em troca da ampla liberdade de acesso aos dados pessoais de seus usuários, ameaçam os princípios de autonomia e liberdade no ciberespaço. Pondera que a investigação de dados pessoais de outrem é feita também entre os próprios indivíduos, como um produto da sociedade de vigilância nos moldes contemporâneos, caracterizada por uma cultura de “transparência” em um mundo cada vez mais conectado e compartilhado. Atenta para a necessidade de proteger ética e legalmente os dados digitais dos usuários da Internet, como uma maneira de proteger a sua identidade digital.

Palavras-chaves: **Privacidade. Ética da informação. Redes sociais. Liberdade. Cultura digital.**

ABSTRACT

This research consists in a case study which general objective is to investigate the issue of the right to privacy within the reality of the social network Facebook, to reflect on the experience of democracy in cyberspace. It questions whether privacy protection warranty of its members is effective, with respect to the appreciation of the principles of freedom and autonomy in the Internet environment. It notices that companies pay attention to the phenomenon of the right to privacy, but rather would be interested in the controversial game between transparency and lack of privacy; and that the digital experiences of Internet users are not characterized by the principles of freedom and autonomy. It uses the search tool of the questionnaire, which includes some of the key concepts set out in the thematic triadic ethics-privacy-social networks, which was applied to a population of 30 college students. It reviews the literature of informational ethics, associating such domain of knowledge to the concept of privacy and the context of social networks. It analyzes the corpus and discusses the study results with certain concepts relevant to the fields of information ethics, philosophy and information science. It considers that personalization and content filtering through the analysis of user profiles made by digital companies, in exchange for broad freedom of access to personal data of its users, threaten the principles of autonomy and freedom in cyberspace. It ponders that the investigation of personal data of others is also made within the individuals themselves, as a product of the contemporary surveillance society, characterized by a culture of transparency in an increasingly connected and shared world. It alerts for the need to protect ethical and legal digital data of Internet users as a way to protect their digital identity.

Keywords: Privacy. Information ethics. Social networks. Freedom. Digital culture.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Opinião dos respondentes acerca da cessão de propriedade intelectual a uma empresa atuante no ramo das redes sociais	34
GRÁFICO 2: Opinião dos respondentes acerca da cessão de propriedade intelectual a amigos	35
GRÁFICO 3: Opinião dos respondentes acerca da produção não remunerada de conteúdo intelectual a uma empresa privada atuante no ramo das redes sociais	36
GRÁFICO 4: Opinião dos respondentes quanto ao direito à publicidade de iniciativas privadas comerciais em uma empresa privada de comunicação	38
GRÁFICO 5: Opinião dos respondentes acerca da investigação dos dados pessoais de outros usuários de uma empresa privada atuante no ramo das redes sociais	39
GRÁFICO 6: Número de respondentes que já acessaram dados pessoais de outros usuários através da Internet	41
GRÁFICO 7: Opinião dos respondentes acerca da criação de mais de um perfil pessoal na Internet	42
GRÁFICO 8: Opinião dos respondentes quanto à omissão de informação pessoal para fazer parte de uma empresa privada atuante no ramo das redes sociais	43

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	18
2.1 Descrição do método	18
2.2 Critérios e construção dos instrumentos de coleta	19
2.3 Operacionalização	22
3 REVISÃO DE LITERATURA.....	24
3.1 Ética informacional	24
3.2 Privacidade na ética informacional	26
3.3 Privacidade na ética informacional no contexto das redes sociais	28
4 RESULTADOS	33
4.1 Coleta/análise	33
4.2 Discussão	44
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
REFERÊNCIAS	53
APÊNDICE A	58
APÊNDICE B	60

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho se ocupa de investigar a questão do direito à privacidade na Internet a partir de um estudo de caso da rede social Facebook, tendo em vista o contexto de uma cultura digital de “transparência” em uma época de “super-compartilhamento” de dados pessoais nas plataformas de mídia da Internet. O mundo atual está cada vez mais conectado e compartilhado e as dinâmicas de interação entre os internautas, cada vez mais complexas.

Percebemos que a agenda do direito à proteção à privacidade na Internet não ganha a visibilidade devida diante dos crescentes problemas envolvendo esta temática na contemporaneidade; diferentemente do que ocorre, por exemplo, com os movimentos em prol da ampliação de acesso à rede mundial de computadores.

Do universo da Internet, escolhemos a rede social Facebook¹ para estudar a questão do direito à privacidade, por se tratar de um dos sites mais acessados no mundo inteiro, além de ser a rede social mais influente entre a população internauta brasileira².

Estamos inseridos em uma cultura que favorece a transparência, e, ao mesmo tempo, a não garantia da proteção da privacidade dos indivíduos no ambiente digital constitui um problema no mundo contemporâneo. O hábito de compartilhar (quase) tudo sobre a sua vida particular corresponde ao chamado *oversharing*, o abuso do fornecimento de dados pessoais nas plataformas de mídia na Internet. Este “super-compartilhamento” se intensifica com a utilização em massa de aparelhos celulares e outros dispositivos móveis aos quais se tem mais acesso hoje, pelo crescimento da classe consumidora, favorecido pelo barateamento do acesso à Internet. Percebemos, assim, que as interações entre as pessoas no ambiente virtual se intensificam, atingindo patamares nunca antes alcançados.

¹ Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/>

² Em média, 1 bilhão de pessoas acessam o Facebook diariamente. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/facebook-atinge-marca-de1-bilhao-de-usuarios-todosos-dias.html>. Acesso em: 30 ago. 2016.

Vivemos, afinal, no contexto da chamada Web 2.0 ou Semântica³, em que o foco é, justamente, a possibilidade de oferecer uma plataforma onde haja maior interação entre os usuários da rede. Hoje, qualquer indivíduo que tenha acesso à Internet é potencialmente um emissor e receptor de conteúdo informacional, tarefa que antes era exclusiva do profissional jornalista. Segundo Rafael Capurro (2009), isto representa a liberação do indivíduo em agora poder expressar-se autonomamente, sem recorrer a um intermediário. Entretanto, acreditamos que se torna mais difícil identificar, reconhecer, discutir e apontar possíveis caminhos de resolução dos problemas éticos.

Para fundamentar teoricamente o presente estudo, realizamos um levantamento bibliográfico na literatura de ética da informação a fim de abordar e inter-relacionar três temáticas: o conceito de privacidade, a ética informacional e as redes sociais. Num primeiro momento analisamos o debate conceitual e complementamos com a leitura dos termos de privacidade do Facebook, fonte documental da presente pesquisa. Dessa forma, pudemos entender a realidade normativa-documental do site. Após estas etapas, buscamos compreender qual é a concepção dos pesquisados acerca da questão da privacidade no âmbito das redes sociais. Para tanto, aplicamos um questionário, com foco quali-quantitativo, a 30 (trinta) estudantes universitários que se encontravam em diferentes *campi* da UNIRIO no período estabelecido para a coleta de dados, identificado nos procedimentos metodológicos.

Este estudo se baseia principalmente em determinados conceitos provenientes do domínio de estudos da ética informacional. Esta pode ser entendida como uma reflexão aos novos desafios morais, relativos ao comportamento e às decisões de indivíduos na atualidade, desencadeados pelo desenvolvimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), em especial do conjunto de produtos e serviços da Internet.

A valorização da ideia de privacidade na ética informacional é caracteristicamente um valor moral que predomina nas culturas ocidentais, cujos ideais democráticos se pautam nos princípios de autonomia e liberdade.

³ A Web Semântica é a Web de Dados, ou seja, ela atribui significados às informações na web, identificando-as e organizando-as, o que possibilita um ambiente de cooperação entre homens e máquinas. Disponível em: <<http://tableless.com.br/a-web-semantica/>>. Acesso em: 20 out. 2016.

O direito à privacidade pode ser entendido como “o direito de ser deixado em paz”⁴. A título de ilustração, relembramos o ocorrido no Brasil em outubro de 2015 com a participante do reality show MasterChef Jr., Valentina, de 12 anos. Sucedeu que milhões de usuários da rede social Twitter⁵ comentaram de maneira maliciosa sobre o corpo físico e beleza da menina. Isto representa a discussão indiscriminada em meio público acerca da vida particular de Valentina e de sua família⁶.

Diante do exposto até então, levantamos a seguinte pergunta de pesquisa:

- É efetiva a garantia da proteção da privacidade dos dados e experiências digitais dos usuários do Facebook, no que concerne à valorização dos princípios de liberdade e autonomia?

Com o propósito de responder a esta questão, o presente trabalho toma como objetivo geral e objetivos específicos:

- **Objetivo geral:**

Investigar a questão do direito à privacidade na Internet na realidade da rede social Facebook para pensarmos a vivência da democracia no ciberespaço.

- **Objetivos específicos:**

- a) Discutir os conceitos de privacidade, ética da informação e o contexto das redes sociais na literatura de ética informacional para fundamentar o presente estudo;
- b) Analisar o conteúdo dos termos de privacidade da rede social Facebook, com a finalidade de conhecer a normalização legal do site em se tratando da privacidade de seus usuários, e assim construir o questionário;
- c) Reconhecer o ponto de vista sócio-contemporâneo acerca da temática da privacidade no contexto das redes sociais;
- d) Debater as condicionantes sócio-éticas da ética informacional.

⁴ Do inglês: “The right to be left alone” (CAPURRO; ELDRED; NAGEL, 2012)

⁵ Disponível em: www.twitter.com.br/

⁶ O caso pode ser entendido também como uma ocorrência de assédio e pedofilia em meio digital, visto que grande parte destes usuários era adulta do sexo masculino.

Os objetivos acima explicitados, ancorados na pergunta de pesquisa levantada, nos levam a admitir algumas hipóteses acerca do tema da privacidade no âmbito das redes sociais.

Supomos que, nos atuais dinamismos interativos característicos da Web 2.0 (ou Semântica), e mais recentemente a Web 3.0, a questão da proteção da privacidade é tão latente em nossa sociedade quanto os movimentos pela ampliação do acesso à Rede Mundial de Computadores. Isto é problematizado visto que a agenda do direito à privacidade na Internet não recebe tanta atenção quanto a da garantia do acesso livre à informação.

Questionamos também se as experiências digitais dos internautas podem ser caracterizadas pelos princípios da liberdade e autonomia, supondo-se que a sua privacidade não é prioridade das empresas digitais. Estas se preocupariam, fundamentalmente, com o desenvolvimento de estratégias de marketing para obtenção do lucro corporativo.

Além disso, considerando-se a realidade de uma cultura de transparência em um mundo cada vez mais conectado e compartilhado, os internautas possuiriam o hábito de investigar (e avaliar) os dados privados, atividades e comportamentos uns dos outros, ultrapassando a noção de que as ações de controle e vigilância partiriam apenas das empresas.

Cabe exclusivamente ao indivíduo a escolha acerca de quando, como e o que revelar e/ou ocultar as informações de sua vida privada e as de sua família, e a não garantia deste direito é assunto que concerne diretamente ao Estado. De fato, algumas legislações de escopo nacional e, principalmente, internacional, garantem o direito à privacidade.

No Brasil, observamos na própria Constituição de 1988, artigo 5º, inciso X, que: “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação” (BRASIL, 1988); e segundo o inciso XII do mesmo artigo:

é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal. (BRASIL, 1988)

O Marco Civil da Internet, Lei n. 12.965/2014, por sua vez, na definição dos direitos e deveres no uso da Internet no Brasil, garante em seu artigo 3º, incisos II e III, respectivamente, a “proteção à privacidade” e a “proteção aos dados pessoais”.

Certamente a assertiva mais expressiva acerca da garantia da proteção da privacidade dos cidadãos encontra-se na Declaração Universal dos Direitos Humanos, das Nações Unidas, particularmente em seu artigo 19:

Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.⁷ (UNITED NATIONS, 1948)

O inciso I do artigo 8º da *European Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms* de 1950 garante que “todas as pessoas têm direito ao respeito da sua vida privada e familiar, do seu domicílio e da sua correspondência.”⁸ (Tradução nossa). Nas Nações Unidas, o *International Covenant on Civil and Political Rights* de 1966 falava do direito do indivíduo à “autodeterminação” em seu artigo 1º.

Legislações mais específicas de proteção dos dados pessoais são a *Privacy Act* de 1974 (EUA), a *Bundesdatenschutzgesetz* de 1978 (Alemanha), a *European Union’s Directive on Data Protection* de 1995 (União Europeia), dentre outras. (FEATHER; STURGES, 2003)

Na prática, alguns aspectos no ato de “privar informações” vão de encontro ao princípio de liberdade de informação. Esta consiste em um direito estatutário de acesso público à informação oficial, sendo concretizada na forma das leis FOI (*Freedom of Information Act*), que garantem o acesso aberto às diversas informações que concernem à população. (FEATHER; STURGES, 2003)

No Brasil, essa prática está consolidada sob a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011), que consiste em um direito constitucional para garantir o acesso às informações públicas. A lei prevê que todos os cidadãos possam receber informações públicas dos órgãos e entidades.

⁷ Do original: “Everyone has the right to freedom of opinion and expression; this right includes freedom to hold opinions without interference and to seek, receive and impart information and ideas through any media and regardless of frontiers.”

⁸ Do original: “everyone has the right to respect for his private and family life, his home and his correspondence.” (CONVENTION, 1950)

Os dilemas em torno de questões para além da privacidade, como confidencialidade de dados, censura, direitos do autor, liberdade intelectual *versus* direitos de cópia (*copyright*), entre outros estudados pela ética informacional, são especialmente preocupantes para os profissionais da Biblioteconomia & Ciência da Informação, gestores de unidades de informação, bibliotecários e afins. Assim, a investigação deste tema contribui para um melhor entendimento do objeto de estudo do campo biblioteconômico-informacional, qual seja: a informação, no que tange à sua segurança e garantia de sua proteção.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método utilizado para este trabalho corresponde a um estudo de caso, que se caracteriza como uma investigação empírica acerca do tema da privacidade na especificidade da rede social Facebook. Utilizamos, para tal, o instrumento de pesquisa do questionário, de foco quali-quantitativo. Este foi construído a partir da leitura do termo de uso da referida empresa, a partir do qual, em diálogo com os conceitos da literatura em ética informacional, foram selecionadas 8 (oito) variáveis que dialogam com a temática do trabalho.

O questionário (cf. APÊNDICE B), como anteriormente indicado, foi aplicado a uma população de 30 (trinta) estudantes universitários oriundos de diferentes cursos de graduação e pós-graduação fornecidos pela UNIRIO. O critério de construção da amostra foi a aleatoriedade, considerada a amplitude e pregnância da rede social em questão, bem como o potencial de diversidade que o plano aleatório de coleta poderia revelar. As respostas da população pesquisada foram recolhidas no período entre 27 a 29 de julho de 2016, e correspondem aos dados que compõem o *corpus* deste estudo. Estes dados foram analisados e discutidos à luz de teóricos do domínio de estudos da ética informacional-

2.1 Descrição do método

O método adotado consiste em um estudo de caso. Optamos por este método para fundamentar a análise do presente trabalho porque este se propõe a tratar de um problema contemporâneo com aplicabilidade na vida real. Yin (2010) explica que a escolha por um estudo de caso de pesquisa normalmente se faz quando se intenta descobrir o **porquê** da ocorrência de algum fenômeno e/ou **como** ocorre. O autor informa ainda acerca do escopo de um estudo de caso:

O estudo de caso é uma investigação empírica que

- investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando
- os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes. (YIN, 2010, p. 39)

Dessa forma, esta pesquisa é considerada uma investigação empírica, uma vez que ela objetiva estudar a questão do direito à privacidade no caso específico do Facebook. Esta proposta atende aos pré-requisitos de Yin, visto que buscaremos investigar o fenômeno contemporâneo referente ao tema da privacidade, em um contexto em que não há limites claramente definidos para se afirmar se certa ação é considerada uma infração ou não do direito à privacidade no ambiente digital.

Para este trabalho, foi formulado um questionário de foco quali-quantitativo, composto de 8 (oito) questões fechadas, aplicado em uma população de 30 (trinta) alunos universitários. Ele foi desenvolvido de maneira a conhecer como as pessoas se posicionam diante das questões éticas que envolvem a privacidade. Este instrumento de pesquisa foi pensado a partir da leitura do termo de uso e privacidade encontrado na página inicial do Facebook. Este termo é denominado “Declaração de Direitos e Responsabilidades” (DDR)⁹.

O *corpus* do trabalho consiste nos resultados da população respondente do questionário. Tais dados foram apresentados em forma de gráficos e analisados quali-quantitativamente. A partir desta análise, tornou-se possível discutir os resultados encontrados, a partir dos pontos de vista teóricos de Rafael Capurro e Luciano Floridi, suas principais autoridades no âmbito dos estudos biblioteconômico-informacionais; adotamos ainda fontes oriundas da Filosofia e da Sociologia.

2.2 Critérios e construção dos instrumentos de coleta

O instrumento adotado para a coleta de dados do presente estudo de caso foi o questionário. Segundo Gil (1999), o questionário é uma técnica de investigação social tal qual a entrevista, mas que possui algumas vantagens em comparação com a última, tais como: o alcance a um número maior de pessoas; a não exigência de gastos com treinamentos dos pesquisadores; a garantia do anonimato dos pesquisados; a conveniência de se responder na melhor hora para o pesquisado; e o não julgamento das opiniões pessoais do pesquisado por parte de terceiros. O questionário deste estudo foi formulado a partir da leitura da DDR, termo de uso do

⁹ Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/legal/terms>>

Facebook. Os critérios utilizados, assim como a sua construção, são descritos nos parágrafos subsequentes.

As questões do questionário foram construídas de modo a não fazer alusão à rede social. A proposta foi ler os artigos da DDR do Facebook, selecionar aqueles que julgamos mais apropriados à realidade dos pesquisados e formular perguntas que dizem respeito ao preceito ético por trás dos conteúdos de cada artigo selecionado. Assim, as questões são indiretas e têm o objetivo de compreender o que a população pesquisada pensa da privacidade. Por exemplo, com o questionário, buscamos saber como o usuário se posiciona acerca da questão da “cessão de imagens pessoais”, mas com a finalidade de saber a sua opinião sobre a “cessão de imagens pessoais para o Facebook”. Assim, não mencionamos a rede social no questionário, e sim a relação entre o *ethos* do indivíduo pesquisado e sua prática.

Apresentamos abaixo as variáveis utilizadas que embasam as 8 (oito) questões que compõem o questionário, assim como uma breve discussão de cada uma, considerando o contexto do Facebook sob o ponto de vista do seu termo de uso, a DDR.

- a) **Cessão de propriedade intelectual a uma empresa privada do ramo de redes sociais:** criar uma conta no Facebook significa permitir que seus dados pessoais (publicados ou não) e conteúdo de ordem particular sejam livre e gratuitamente acessados pela empresa;
- b) **Cessão de propriedade intelectual a amigos:** De acordo com o artigo 2.1 da (DDR)¹⁰, tem-se que, além da empresa Facebook, também as pessoas que fazem parte da rede de contatos do usuário terão acesso aos dados e conteúdos que ele expor no Facebook. Caso o usuário não tenha controle sobre as opções de privacidade, seus dados e conteúdos poderão ser de fácil acesso a qualquer pessoa;

¹⁰ “Para conteúdos protegidos por leis de direitos de propriedade intelectual, como fotos e vídeos (conteúdo IP), você nos concede especificamente a seguinte permissão, sujeita às suas configurações de privacidade e de aplicativos: você nos concede uma licença global não exclusiva, transferível, sublicenciável, livre de royalties para usar qualquer conteúdo IP publicado por você ou associado ao Facebook (Licença IP). Essa Licença IP termina quando você exclui seu conteúdo IP ou sua conta, exceto quando seu conteúdo é compartilhado com outras pessoas e este não é excluído por elas.”. Disponível em: <<https://www.facebook.com/legal/terms>>. Acesso em: 01 ago. 2016.

- c) **Produção não remunerada de conteúdo intelectual a uma empresa privada do ramo de redes sociais:** No artigo 2.5 da DDR¹¹, fica claro que o Facebook não se coloca no dever de recompensar os seus usuários pelos direitos de propriedade intelectual (que pode estar na forma de comentários, publicações etc.), assim como os usuários não são obrigados a fornecer tais conteúdos;
- d) **Direito à comunicação de publicidade:** O artigo 3.1 da DDR¹² esclarece que é proibida a utilização da plataforma do Facebook para divulgação de iniciativas comerciais particulares por parte dos usuários. Há de se notar que ao Facebook é permitida a utilização da propriedade intelectual publicada pelos seus usuários, mas o contrário não se aplica;
- e) **Acesso a dados pessoais dos usuários por vias automatizadas:** esta variável foi pensada a partir da concepção de que é “antiética” a investigação dos dados pessoais de outras pessoas por meios automatizados; e que a princípio se mostra não como um preceito moral, mas como algo supostamente corriqueiro entre a população. Esta variável foi elaborada tendo em vista o artigo 3.2 da DDR¹³;
- f) **Acesso a dados pessoais de outrem através da Internet:** esta variável foi construída tendo em vista a incidência de internautas que possuem o hábito de acessar informações de ordem particular de outros usuários da Internet;
- g) **Criação de mais de um perfil pessoal:** esta variável foi desenvolvida tendo em vista que, *a priori*, a ação de criar mais de um perfil pessoal em uma rede social seria corriqueira entre a população internauta, porém é vista como antiética;

11 “Seus comentários ou outras sugestões sobre o Facebook são sempre bem-vindos, mas entenda que podemos usar esses comentários ou sugestões sem qualquer obrigação de compensar você por eles (assim como você não tem a obrigação de oferecê-los).” Disponível em: <<https://www.facebook.com/legal/terms>>. Acesso em: 01 ago. 2016.

12 “você não publicará comunicações comerciais não autorizadas (como spam) no Facebook.” Disponível em: <<https://www.facebook.com/legal/terms>>. Acesso em: 01 ago. 2016.

13 “você não coletará conteúdos ou informações de usuários, ou acessará o Facebook, usando meios automatizados (como bots de coleta, robôs, spiders ou scrapers) sem nossa permissão prévia.” Disponível em: <<https://www.facebook.com/legal/terms>>. Acesso em: 01 ago. 2016.

- h) **Omissão de informação pessoal:** implica na necessidade de ser íntegro ao fornecer dados pessoais. Esta questão se agrava nos casos em que algum dado pessoal consiste em um antecedente criminal, por exemplo, o que não possibilitaria este usuário de utilizar os serviços do Facebook. Tanto esta variável quanto à da **alínea g** correspondem à questão da falsidade ideológica e ambas foram pensadas através da leitura dos artigos 4.1 e 4.2 da DDR¹⁴.

2.3 Operacionalização

O questionário foi impresso aos estudantes universitários que se encontravam em diferentes *campi* da UNIRIO nos dias 27, 28 e 29 de julho de 2016. Além da proposta de responder ao questionário, foi solicitado aos estudantes que, caso estivessem de acordo com a participação voluntária no presente estudo, que assinassem e preenchessem com seus dados pessoais duas vias do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (cf. APÊNDICE A), as quais foram distribuídas com o questionário. Uma via do TCLE permaneceu com o pesquisado e a outra foi devolvida à pesquisadora.

A abordagem com os estudantes se deu nos seguintes *campi* da UNIRIO: Centro de Ciências Humanas e Sociais (CCH), Centro de Ciências Exatas e Tecnologia (CCET), Instituto de Biociências (IBIO), Centro de Letras e Artes (CLA), Reitoria, Administração Central, Escola de Enfermagem e Escola de Nutrição. A população pesquisada corresponde, assim, a estudantes de graduação e pós-graduação de diversas áreas do conhecimento, compreendidas por distintos cursos oferecidos pela UNIRIO. Todos os referidos *campi* estão localizados no bairro da Urca, Rio de Janeiro.

¹⁴ Artigo 4.1 da DDR: “Você não fornecerá qualquer informação pessoal falsa no Facebook, nem criará uma conta para qualquer outra pessoa além de você sem permissão.”.

Artigo 4.2 da DDR: “Você não criará mais de uma conta pessoal.”. Disponíveis em: <<https://www.facebook.com/legal/terms>>. Acesso em: 01 ago. 2016.

Os dados contidos nos questionários respondidos foram inseridos em uma planilha do *software* Google Sheets (produto do Google Docs), para que fosse gerado um gráfico para cada variável. Assim, foi possível visualizar os resultados com mais clareza, facilitando a etapa de análise dos mesmos.

Uma vez analisados os dados coletados, representados com a nomenclatura das 8 (oito) variáveis já descritas, selecionamos os principais conceitos observados em cada variável e dialogamos com os conceitos abordados na revisão de literatura. Dessa forma, discutimos os resultados analisados com as concepções teóricas de autores das áreas do conhecimento da ética informacional, filosofia, ciência da informação e sociologia.

Para efeito didático, discutimos os resultados da variável “cessão de propriedade intelectual a uma empresa privada do ramo de redes sociais” em conjunto aos da “produção não remunerada de conteúdo intelectual a uma empresa privada do ramo de redes sociais”. Isto porque consideramos que as referidas variáveis consistem em um mesmo fundamento: a cessão não remunerada de sua propriedade intelectual a uma rede social. Do mesmo modo, foram discutidos em conjunto os resultados das variáveis “acesso a dados pessoais dos usuários por vias automatizadas” e “acesso a dados pessoais de outrem através da Internet” (tendo como fundamento em comum o acesso a dados pessoais de outrem no ciberespaço); e “criação de mais de um perfil pessoal” juntamente aos resultados da variável “omissão de informação pessoal” (concepção da falsidade ideológica como o ponto em comum).

3 REVISÃO DE LITERATURA

Na etapa de conceituação do campo informacional que serve de base teórica deste estudo, pesquisamos em três bases de dados distintas para o levantamento bibliográfico: Scielo, Brapci e Google Acadêmico. Utilizamos as seguintes palavras-chaves e expressões no processo de busca dos artigos acadêmicos: “ética da informação”; “privacidade”; “privacidade e ética da informação”; “privacidade e ciberespaço”; “privacidade e internet”; e “privacidade e redes sociais”. Foram selecionados 14 artigos, além de 3 (três) livros, que compõem a fundamentação teórica do trabalho. Desse material, utilizamos, de forma mais direta, 5 (cinco) artigos e 2 (dois) livros para apresentar conceitos do eixo temático ética informacional-privacidade-redes sociais.

Para efeito didático, dividimos cada vertente deste eixo em três subseções: ética informacional; a privacidade na ética informacional; e a privacidade na ética informacional no contexto das redes sociais. Estas seguem apresentadas nas sessões subsequentes.

3.1 Ética informacional

O domínio da ética informacional possui grande relevância no que tange ao reconhecimento dos direitos humanos em uma época de estabelecimento das tecnologias da informação e da comunicação (TIC) e, em especial, da Internet. Assim, a necessidade de proteger tais direitos no âmbito das tecnologias digitais se faz latente nas sociedades modernas.

A *European Convention for the Protection Human Rights and Fundamental Freedoms* reconhece como valores inalienáveis a proteção do direito à vida, a proibição da tortura e da escravidão e a liberdade, dentre outros. O direito de exigir respeito pela vida privada e pela vida em família, representando uma garantia da liberdade do indivíduo em escolher como interagir com os outros em um mundo compartilhado, também está incluso nos princípios básicos da Convenção.

Rafael Capurro, na defesa de que as experiências digitais sofrem o que se chama de “colonialismo” e “opressão cultural” em prol do lucro corporativo, concebe uma ética intercultural da informação. Ela enunciaria uma “programação ética transcultural e prescritiva”, na ausência de parâmetros únicos e fixos na definição das diversas morais. Far-se-ia necessário, segundo o autor, a criação de um “arcabouço institucional (jurídico e político)” em que estariam representados os conflitos e reflexões das diversas tradições culturais. (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 2009)

A ética intercultural da informação se preocupa com questões as mais diversas segundo a cultura com a qual lida. Tais questões são de natureza ética e surgem no bojo do desenvolvimento das TIC. São os problemas advindos de temas como, de acordo com Capurro (2009), os direitos do autor e propriedade intelectual em geral; liberdade de expressão; censura; nos casos de governos autoritários ou semidemocráticos, a tecnologia como um meio de protesto político e/ou de repressão social; a questão da exclusão digital por grande parcela da população devido à ausência de condições econômicas; o uso excessivo dos meios tecnológicos (e a exclusão dos mesmos por motivos econômicos), em especial por uma geração que já nasceu num mundo digital, resultando em segregação social ou educacional, bem como vício nas tecnologias; a proteção da privacidade dos cidadãos como uma responsabilidade do Estado no âmbito da segurança pública.

O atual contexto no ciberespaço é o de crescente fornecimento de dados pessoais tanto às empresas digitais, quanto à rede de usuários à qual o indivíduo está conectado. A proteção da privacidade é uma das questões de natureza ética que surgem neste âmbito.

Vivemos em uma época que exige uma flexão ou uma plasticidade interativa da racionalidade a partir da qual possamos enfrentar o universo das novas questões éticas, políticas e legais que se acumulam diariamente nas práticas científicas, empresariais, sociais e governamentais, na vida pública e na vida privada. (FREIRE, 2010, p. 6)

Freire (2010) acrescenta que a confidencialidade dos dados; a segurança das informações; a prática do *spamming*; a desumanização do usuário decorrente da

impessoalidade ou “despersonalização” da vida virtual; a divulgação de informações incriminatórias para acusar um indivíduo suspeito de cometer delitos; são outras questões preocupantes surgidas no contexto das tecnologias digitais, e estudadas pela ética da informação.

3.2 Privacidade na ética informacional

Ter sua privacidade protegida significa, na cultura ocidental, possuir autonomia. Rainer Kuhlen (*apud* CAPURRO, 2005) entende a privacidade fundamentalmente sob a denominação “autonomia informacional”, que consiste no poder de escolha do indivíduo acerca do uso da informação em um ambiente eletrônico. Assim, o indivíduo deve gozar de liberdade no processo que abarca desde a busca, a seleção, até ao uso da informação.

A partir do momento em que a autonomia dos indivíduos é infringida, tem-se a violação de sua própria liberdade. Isto porque, segundo Beate Rössler, “a autonomia de proteção da privacidade é a base da liberdade, e não o contrário¹⁵” (Tradução nossa). De acordo com a autora (respaldada em Mill e Rorty), uma vida que não seja determinada pelo próprio indivíduo consiste na infração da sua “privacidade decisional”.

Para Luciano Floridi (*apud* CAPURRO; ELDRED; NAGEL, 2012), a privacidade da informação está atrelada ao próprio direito à vida e à liberdade. “Privacidade informacional se torna em ‘um direito fundamental e inalienável’ semelhante ao direito à vida e à liberdade”¹⁶ (Tradução nossa)

Floridi (1999) defende a ideia de que a informação pessoal de cada pessoa está intimamente associada à sua concepção de identidade. Nossos dados seriam, dessa forma, “um pedaço de nós mesmos”. Uma vez que minhas informações são tornadas públicas, elas deixam de ser controladas por mim (a quem pertencem), e

¹⁵ Do original: “Privacy-protecting autonomy is the basis of freedom, not the other way round.” (RÖSSLER, *apud* CAPURRO; ELDRED; NAGEL, 2012, p. 79)

¹⁶ Do original: “Informational privacy becomes ‘a fundamental and inalienable right’ akin to the right to life and liberty.” (FLORIDI, *apud* CAPURRO; ELDRED; NAGEL, 2012, p. 109).

passam a ser um “pedaço morto de mim mesmo que foi entregue ao mundo”¹⁷.
(Tradução nossa)

De acordo com o autor, a fonte dos problemas sociais oriundos do (mau) uso das tecnologias digitais não está nas suas consequências, nem mesmo nas rejeições das morais acerca das questões de privacidade pessoal, mas sim na falta de cuidado e respeito para com o indivíduo e, conseqüentemente, para com a sua informação. O motivo deste fenômeno seria, segundo Floridi (*ibid.*) o de que os dados privados associados a um indivíduo, na chamada infosfera, são vistos como “pacotes de informação”, e os indivíduos seriam reduzidos a números e meras coleções de informação. Na visão do autor, os seres humanos, no ambiente digital, seriam tratados como “entidades informacionais”.

Floridi (*ibid.*) vê, então, a privacidade pessoal como uma defesa das informações dos indivíduos (informações estas que seriam parte constituinte do seu próprio **ser**), a fim de evitar um processo de alienação que o autor defende como sendo característico da invasão dessa privacidade.

Luciano Floridi (*ibid.*) observa que tanto a invasão da privacidade quanto muitos outros problemas éticos advindos do (mau) uso das TICs e, especialmente, da Internet, possui uma natureza lúdica, o que ocasionaria em uma difusão de responsabilidade. Isto significa que, uma vez que a informação no ambiente digital é de natureza imaterial e o próprio ambiente possibilita a interação remota com “indivíduos sem rosto”, os crimes praticados na chamada infosfera não são percebidos pelos seus praticantes como algo prejudicial, uma vez que o ciberespaço é visto como diferente do mundo real. De forma que os usuários da Internet, atuando em um “ambiente irreal”, podem ver a informação também como irreal. Portanto, os motivos que causam os cibercrimes¹⁸ (invasão de privacidade, inclusive) estão atrelados ao que Floridi denominou de “difusão de responsabilidade”.

¹⁷ Do original: “[...] it is transformed into a dead piece of my self that has been given to the world [...]” (FLORIDI, 1999)

¹⁸ São diversos os crimes informáticos que preocupam as autoridades nos dias atuais. Alguns exemplos são o plágio, o hackeamento, o roubo de identidade, a perseguição virtual, o assédio online, a invasão de privacidade, dentre outros. Disponível em: <<http://www.enigmasoftware.com/pt/5-cibercrimes-populares-como-evita-los-facilmente/>>. Acesso em: 15 out. 2015.

Outro olhar acerca da questão da privacidade é apresentado por Rubens da Silva Ferreira (2014) para abordar a questão da disciplina, do controle e da vigilância como realidades na sociedade da informação contemporânea.

Para Ferreira (2014), o discurso otimista e utópico da sociedade da informação, que proporcionaria um senso de autoformação e autoaprendizado nos indivíduos, esconderia outra realidade: um “autodisciplinamento” entre as pessoas na referente sociedade informacional. Isto ocorre, de acordo com o autor (*ibid.*), devido à passagem do poder de disciplina e vigilância antes da alçada das instituições para as mãos dos próprios indivíduos vigiados. Hoje, o ato de disciplinar, controlar e vigiar pertence aos próprios indivíduos. Estes o fazem tanto para a comunidade, quanto para consigo mesmo.

Assim, de acordo com Ferreira (*ibid.*), existiria nas sociedades modernas, tendo a Internet como um espaço cada vez mais consolidado das relações sociais, um “novo regime de vigilância”. O constante olhar sobre as atividades e o comportamento do outro e de si mesmo, além do intenso controle que as empresas digitais possuem dos nossos dados, marcaria as dinâmicas do ciberespaço.

3.3 Privacidade na ética informacional no contexto das redes sociais

As dinâmicas por trás das interfaces das redes sociais são fundamentalmente de caráter econômico. Corporações como são, redes sociais como o Facebook adotam estratégias de negócios para atrair a atenção dos usuários para os seus produtos e serviços.

Segundo Eli Pariser, ativista político e da Internet, em seu livro “O filtro invisível” (2012), essas corporações conquistam a fidelidade dos internautas por meio da personalização e filtragem de conteúdos. Isto é feito através da solicitação e análise dos dados pessoais de seus usuários (utilizando as tecnologias dos *cookies* e *beacons*¹⁹). Uma vez reunidas o maior número possível de informações sobre seus

¹⁹ Os *cookies* são arquivos de texto que armazenam as preferências dos usuários através de vários sites. Os *web beacons* permitem que os sites coletem e transfiram informações aos usuários, quando estes clicam em alguma imagem. Estas tecnologias são instrumentos de rastreamento utilizados

usuários, essas corporações utilizam algoritmos de personalização para direcionar anúncios, serviços e experiências digitais às pessoas adequadas, a partir de uma análise do seu tipo de perfil, potencializando assim as suas vendas. "A tentativa de saber o máximo possível sobre seus usuários tornou-se a batalha fundamental da nossa era entre gigantes da Internet como Google, Facebook, Apple e Microsoft." (PARISER, 2012, p. 12)

O autor defende que o problema reside no momento em que essas empresas digitais utilizam os dados dos usuários sem o consentimento dos mesmos e, em casos mais extremos, de forma a prejudicá-los de alguma maneira. O contrato legal existente entre as corporações digitais (redes sociais, inclusive) e os usuários são os termos de uso, onde se tem acesso às políticas de privacidade, uso dos dados fornecidos etc.

A personalização se baseia numa barganha. Em troca do serviço de filtragem, damos às grandes empresas uma enorme quantidade de dados sobre nossa vida diária [...]. Essas empresas estão ficando cada vez melhores no uso desses dados para traçar suas estratégias. No entanto, muitas vezes acreditamos excessivamente que essas empresas irão cuidar bem dessas informações, e, quando nossos dados são usados para tomar decisões que nos afetam negativamente, em geral não ficamos sabendo. (PARISER, 2012, p. 20)

A obra "Vigiar e punir" do filósofo Michel Foucault (2013) representa um importante aporte para o problema da invasão da privacidade, em que o filósofo faz referência ao instrumento do Panóptico²⁰ como uma representação do poder de vigilância na vida dos cidadãos. Para Foucault, a ideia do "olho que tudo vê" do Panóptico pode ser adaptado a qualquer tipo de poder, contanto se se observa uma relação de vigilância/controle de uma determinada entidade para com as pessoas.

E para se exercer, esse poder deve adquirir o instrumento para uma vigilância permanente, exaustiva, onipresente, capaz de tornar tudo visível, mas com a condição de se tornar ela mesma invisível [...] milhares de olhos postados em toda parte, atenções móveis e sempre

pelos sites para conhecer os perfis de usuário. Disponível em:
<<http://seguranca.uol.com.br/antivirus/dicas/curiosidades/privacidade-na-internet-conheca-os-cookies-web-beacons-e-flash-cookies.html#mcl>>. Acesso em: 15 out. 2016.

²⁰ O Panóptico foi concebido pelo jurista e filósofo inglês Jeremy Bentham (1843) para se referir a uma matriz arquitetônica de controle e vigilância nas instituições prisionais dos meados do século XIX. (FERREIRA, 2014)

alerta, uma longa rede hierarquizada [...]. E essa incessante observação se deve acumular numa série de relatórios e de registros [...] uma tomada de contas permanente do comportamento dos indivíduos. (FOUCAULT, 2013, p. 202)

Ferreira (2014), respaldando-se nesta concepção de sociedade disciplinar de Foucault (2013), afirma que a vigilância na contemporaneidade assumiu uma forma através do setor privado. É possível observar esta aplicação na maneira como as empresas digitais lidam com as informações dos internautas, visto que elas possuem grande liberdade de acesso às informações dos usuários da Internet e, principalmente, dos usuários que utilizam os seus serviços²¹.

Os conceitos de autonomia, individualidade e privacidade, hoje, são transformados, segundo Rafael Capurro (2005), em “individualidades conectadas”. O autor afirma que “ser-no-mundo” está se igualando, na contemporaneidade, à ideia de “ser-no-mundo-compartilhado”. Assim é concebida a noção da ética do conhecimento compartilhado (CAPURRO, 2005). De fato, o autor diz haver uma contiguidade quanto ao compartilhamento no mundo físico e no digital. Na visão do autor, um mundo não termina quando o outro começa, mas se alternam constantemente. (CAPURRO, 2016)

Isto é visto também por Eldred (2012) quando este diz que os limites entre ambos os mundos estão cada vez mais indefinidos. Suas interfaces são, na verdade, interligadas.

As interfaces humanas com o mundo cibernético o tornam apto como uma luva, de modo que as fronteiras entre o ser-no-mundo cibernético e o ser-no-mundo-físico tornam-se cada vez mais indefinidas. [...] Os dois se entrelaçam perfeitamente em um ser-no-mundo cotidiano unificado.²² (Tradução nossa)

Rafael Capurro (2005) observa que o debate em torno da privacidade fomentou medidas de segurança no Ocidente principalmente a partir da ameaça de

²¹ Esta informação pode ser constatada, por exemplo, no próprio termo de uso do Facebook, cuja leitura e aceitação pelo usuário consistem em condições para o mesmo se cadastrar no site.

²² Do original: “The human interfaces with the cyberworld make it fit like a glove, so that the borders between being-in-the-cyberworld and being-in-the-physical-world become increasingly blurred. [...] The two intermesh seamlessly into a unified everyday being-in-the-world.” (CAPURRO; ELDRED; NAGEL, 2012, p. 92)

ataques terroristas proporcionada pelo ocorrido em 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos da América. A proteção da privacidade, inserida no contexto da sociedade disciplinar (FOUCAULT, 2013), é desencadeada pelo desenvolvimento da comunicação em rede, em especial por meio dos aparelhos celulares. O autor afirma que, “como hoje vivemos em um ambiente digital, proteger a privacidade individual significa fundamentalmente proteger nossos dados digitais.”²³. (Tradução nossa).

Michael Eldred, (CAPURRO; ELDRED; NAGEL, 2012, p. 66), entende a privacidade no âmbito da fenomenologia da identidade (do inglês, *whoness*). Esta é concebida como um fenômeno onde a pluralidade dos seres humanos se exhibe uns aos outros num mundo compartilhado. Tal exibição acerca de quem as pessoas são diz respeito a **como** elas se exibem. Para tanto, elas usam o que o autor chama de “máscaras de habilidade” (adotam certo comportamento, usam determinadas roupas etc.), no intuito de serem vistas da maneira como elas se apresentam e, de certa forma, desenvolver o seu poder pessoal no mundo. A “personalidade pública” (*public persona*) do indivíduo, qual seja: a máscara que este indivíduo apresenta aos outros acerca de quem ele é, recebe certa reputação, referente ao quão estimada é a pessoa ao longo dos anos. Ética, no entendimento do autor, significa viver em concordância com o *ethos* de um estilo de vida compartilhado ao longo da história por um povo.

Isto significa dizer que, na visão do autor, um dano à reputação de um indivíduo corresponde a um ataque à sua vida privada. Com a Internet, as possibilidades de revelar sua identidade cresceram exponencialmente, assim como as formas de rastrear as atividades digitais que se queira recuperar através de uma consulta à matriz da rede, que registra todo e qualquer movimento digital; tornando mais fácil ferir a reputação de alguém.

Assim como cresceram as formas de autoapresentação no ciberespaço, também as ações que ocasionam os cibercrimes possuem mais “chance” de serem eficazes no ambiente digital do que no não digital. Isto porque, segundo Eldred (*ibid.*), toda ação no ciberespaço é melhorada quando comparada com as ações no mundo físico.

²³ Do original: “Given that we live today in a digital environment – to protect individual privacy means primarily to protect our digital data.” (CAPURRO, 2005)

Eldred (*ibid.*) ainda nos fornece a concepção de que a nossa identidade digital consiste em responder à questão acerca de **o que** somos no ciberespaço. O autor afirma que, neste contexto, somos nossos dados digitais; e que são estes os que necessitam de proteção ética e legal. “O direito de ser deixado em paz” (CAPURRO; ELDRED; NAGEL, 2012) está, então, associado à proteção de privacidade no âmbito do ciberespaço.

Daniel Nagel (*ibid.*, p. 124) diz que a liberdade do indivíduo pressupõe que o mesmo possua oportunidades de escolher como, quando e onde deseja revelar a sua identidade em um mundo compartilhado, e que esta questão é inclusive uma preocupação do Estado no que concerne à segurança nacional. O direito à privacidade pessoal e familiar significa, de acordo com o autor, um indivíduo gozar de liberdade para decidir tanto a maneira como deseja revelar quanto esconder a si mesmo e as suas informações. Esta liberdade abrange também o poder de escolha acerca de como o indivíduo deseja interagir com outros em um mundo cada vez mais conectado e compartilhado.

4 RESULTADOS

Os dados recolhidos foram gerados na forma de gráficos, a partir de uma planilha do Google Sheets, e seguem apresentados e analisados na subseção seguinte. Além disso, apresentamos o ponto de vista do artigo da Declaração de Direitos e Responsabilidades (DDR), correspondente a cada variável apresentada. Com isto, esperamos comparar os resultados obtidos da população pesquisada com as condições presentes no termo de uso do Facebook.

Após, discutimos as análises de cada variável com os conceitos dos autores apresentados na revisão de literatura.

4.1 Coleta/análise

A variável por trás da questão 1 do questionário buscou conhecer a opinião dos pesquisados acerca da questão da cessão de dados pessoais a uma empresa atuante no ramo das redes sociais. Os resultados desta variável são apresentados no gráfico 1 a seguir.

Gráfico 1 – Opinião dos respondentes acerca da cessão de propriedade intelectual a uma empresa atuante no ramo das redes sociais



Fonte: A autora (2016).

Para a coleta de dados sob esta variável, foi feita a seguinte pergunta: “Você assinaria um contrato, hoje, em 2016, concedendo suas imagens e vídeos particulares para uma empresa privada internacional?”. De acordo com o gráfico 1, 60% do total de respondentes não têm certeza se assinaria tal contrato, visto que marcaram a opção “talvez” do questionário, e ainda assim com a condição de receber um bom retorno financeiro da referida empresa. Um total de 33,3% dos respondentes afirmou que não assinaria tal contrato; e 6,7% afirmaram que o assinariam de forma gratuita.

Os resultados apontam para uma tendência entre os pesquisados para a não disponibilização de sua propriedade intelectual (de forma gratuita) a uma empresa atuante no ramo das redes sociais. Uma porcentagem menor, porém não nula, da população pesquisada, indica uma aceitação da cessão gratuita de sua propriedade intelectual à empresa em questão.

O artigo 2.1 da DDR do Facebook esclarece que o ato de criar uma conta na rede social implica na concessão pelo usuário da empresa possuir uma ampla licença de acesso livre e gratuito a qualquer conteúdo que venha a ser publicado pelo usuário, inclusive seus dados pessoais.

A segunda variável investigada diz respeito à cessão gratuita de propriedade intelectual a amigos. Os resultados são apresentados no gráfico 2 a seguir.

Gráfico 2 – Opinião dos respondentes acerca da cessão de propriedade intelectual a amigos



Fonte: A autora (2016).

De acordo com o gráfico 2, 60% do total dos respondentes cederiam gratuitamente sua propriedade intelectual (como imagens e vídeos) a seus amigos, e os 40% dos demais pesquisados afirmaram que não a cederiam. A pergunta feita para recolher estes dados foi a seguinte: "Você cederia seus dados pessoais (como imagens e vídeos) para amigos?".

Assim, constata-se certo equilíbrio entre a aceitação referente ao compartilhamento da propriedade intelectual dos pesquisados aos seus amigos e a

sua não aceitação, com uma maior ocorrência de respondentes que cederiam de forma gratuita sua propriedade intelectual a amigos.

A DDR do Facebook afirma que, além da empresa, também as pessoas que fazem parte da rede de contatos do usuário (seus amigos) têm acesso livre e gratuito a qualquer conteúdo publicado/compartilhado e informação pessoal disponibilizada no Facebook. Dependendo das opções de privacidade que o usuário configure em seu perfil, não apenas os seus amigos da rede social, mas também qualquer pessoa cadastrada no Facebook terá livre acesso aos seus conteúdos e dados privados.

O gráfico 3 apresenta os resultados encontrados sob a variável que denominamos “produção não remunerada de conteúdo intelectual a uma empresa privada atuante no ramo das redes sociais”.

Gráfico 3 – Opinião dos respondentes acerca da produção não remunerada de conteúdo intelectual a uma empresa privada atuante no ramo das redes sociais



Fonte: A autora (2016).

Esta variável foi representada sob a seguinte pergunta do questionário: “Você produziria conteúdo intelectual textual para uma empresa internacional gratuitamente?”. Conforme o gráfico 3, as respostas de 76,7% do total de

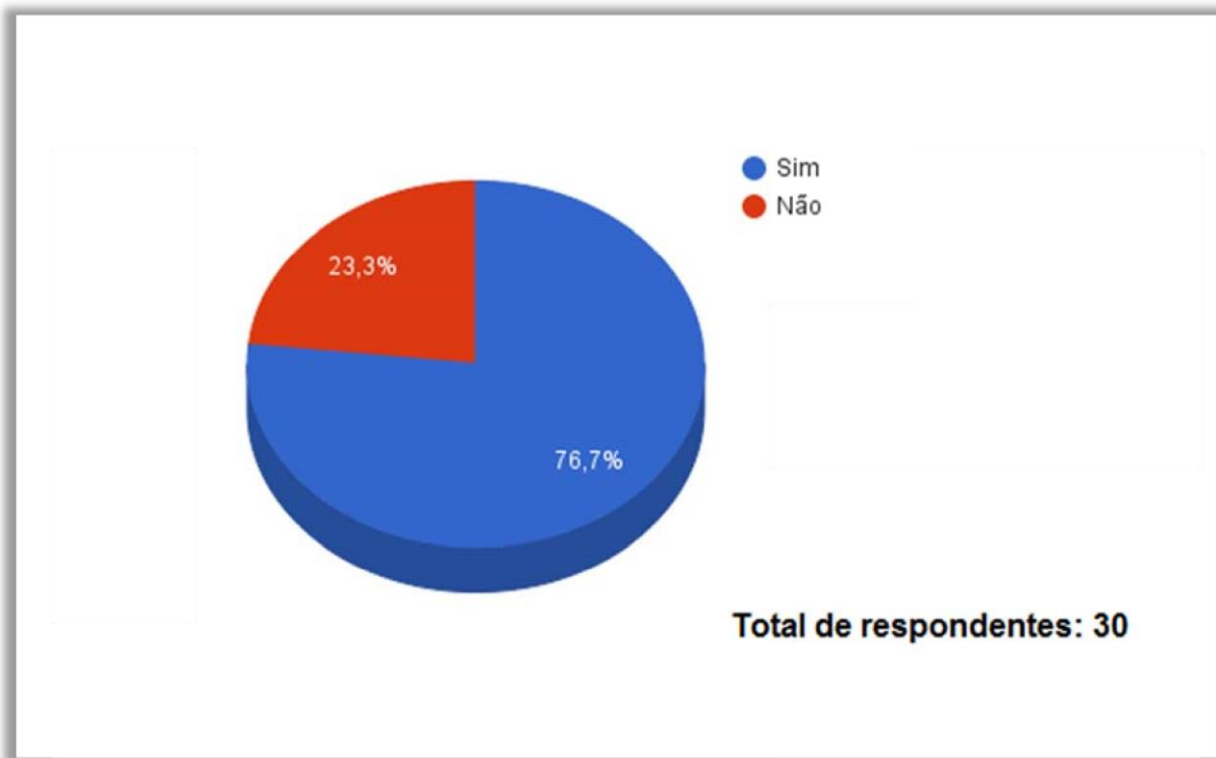
pesquisados indicam a opção “talvez” referente a esta pergunta. A opinião dos demais pesquisados, representados por 23,3% do total, indicam que eles não produziram conteúdo intelectual sob estas condições. Nenhum dos respondentes marcou a opção “sim” referente a esta questão.

Observa-se que, dentre a população pesquisada, ninguém está de acordo com a ação de produzir conteúdo intelectual a uma rede social sem receber alguma remuneração em troca. A maioria dos pesquisados não tem certeza se o produziria e uma parcela menor deles nunca produziria conteúdo intelectual sob estas condições.

O artigo 2.5 da DDR indica que o Facebook poderá utilizar as sugestões e comentários (sua produção intelectual) dos usuários de seus serviços, sem a obrigação de compensá-los por isso; assim como os mesmos não são obrigados a fornecer tais sugestões e comentários. A empresa não especifica em seu termo de uso para quais finalidades utiliza a produção intelectual de seus usuários.

O gráfico 4 ilustra o resultado referente à questão se os respondentes se viam no direito contratual de utilizar uma empresa privada de comunicação para a publicidade de iniciativas privadas comerciais, no caso de eles terem cedido suas imagens particulares à referida empresa. Os resultados podem ser visualizados no gráfico 4 em seguida.

Gráfico 4 – Opinião dos respondentes quanto ao direito à publicidade de iniciativas privadas comerciais em uma empresa privada de comunicação



Fonte: A autora (2016).

Para a coleta de dados sob esta variável, foi perguntado aos pesquisados o seguinte: “Caso você ceda gratuitamente para uma empresa privada de comunicação as suas imagens particulares, você se vê no direito contratual de usar esta empresa para a publicidade de suas iniciativas privadas comerciais (por exemplo, comunicação publicitária de sua empresa familiar)?”. De acordo com o gráfico 4, 76,7% dos respondentes acredita estar no direito de comunicar o seu negócio por meio da empresa, uma vez que cederam suas imagens pessoais à referida empresa; e 23,3% do total dos pesquisados não se vê neste direito.

Observa-se que a maioria das pessoas que participaram desta pesquisa acredita estar no direito contratual de usar a empresa de comunicação à qual cederam suas imagens particulares para divulgar as suas iniciativas particulares. Uma parte menor, mas, ainda assim, relevante da população pesquisada, acredita

que não tem direito à publicidade de suas iniciativas particulares utilizando os recursos da empresa à qual cedeu suas imagens privadas.

A realidade no caso do Facebook é outra. Segundo o artigo 3.1 da sua DDR, é proibida a publicação de quaisquer comunicações comerciais não autorizadas pela rede social.

A quinta variável tentou conhecer se as pessoas investigariam os dados pessoais de outros usuários de uma empresa privada atuante no ramo das redes sociais, caso aquelas tivessem os seus dados particulares acessados indevidamente. O gráfico 5 apresenta os resultados coletados sob esta variável.

Gráfico 5 – Opinião dos respondentes acerca da investigação dos dados pessoais de outros usuários de uma empresa privada atuante no ramo das redes sociais



Fonte: A autora (2016).

O gráfico 5 está representado pela seguinte pergunta do questionário: “Caso você estivesse se sentindo ameaçado por alguém da empresa onde trabalha por uso indevido de seus dados pessoais, você buscaria meios para identificar também dados de ordem particular dessa pessoa para se precaver?”. Conforme observado

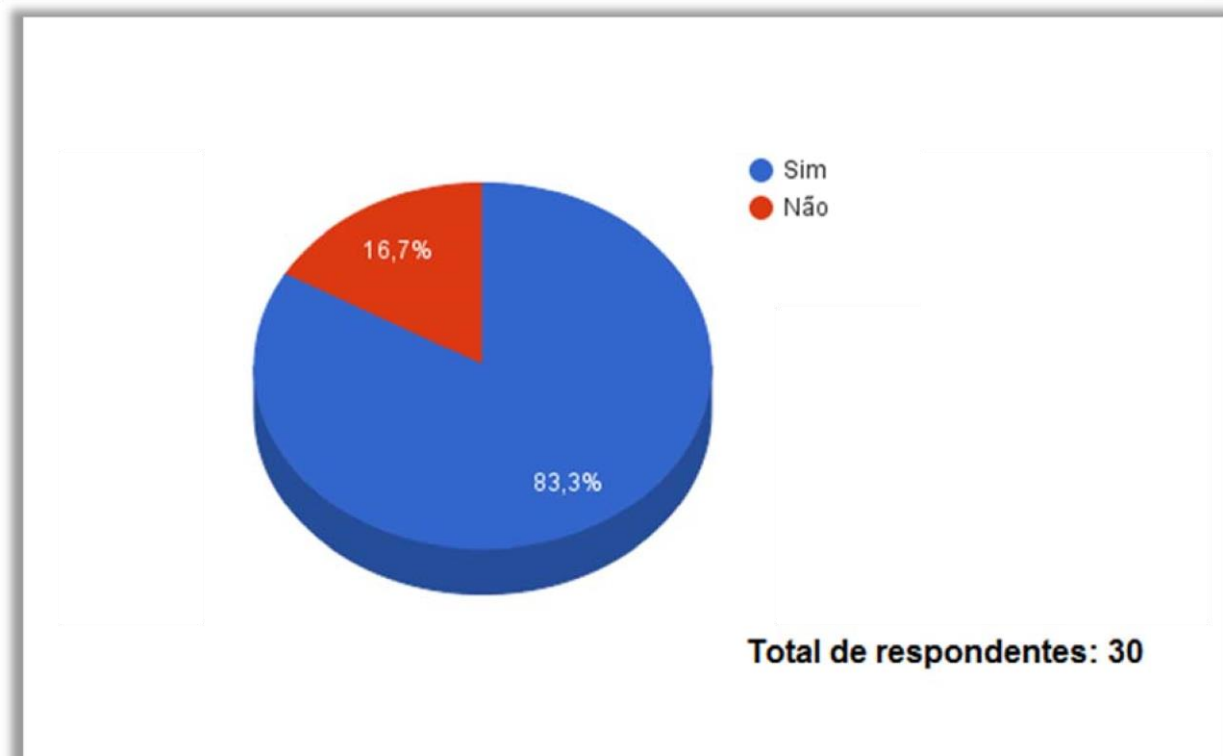
no gráfico 5, 15 respondentes (que corresponde à metade dos pesquisados) não está segura se investigaria os dados pessoais de outros usuários, e mesmo assim o faria com a condição de primeiramente comunicar à empresa em contexto; uma soma de 43,3% da população pesquisada afirmou que não faria tal investigação; e 6,7% do total dos pesquisados alegaram que buscariam meios para investigar dados pessoais de outros usuários caso seus dados tivessem sido investigados de forma indevida.

Analisa-se, baseado no que foi visto no gráfico 5, que a maior parte da população pesquisada não está de acordo com a prática da investigação indevida dos dados privados pertencentes a outras pessoas, num cenário de vulnerabilidade e ameaça de invasão da sua privacidade em uma rede social. Ainda assim, uma pequena parcela do total de pesquisados afirma que faria tal investigação.

O artigo 3.2 da DDR do Facebook esclarece que ao usuário não é permitido coletar informações e conteúdos pertinentes a outros usuários, assim como acessar a rede social, por vias automatizadas tais como *bots* de coleta, robôs etc., sem antes comunicar à empresa.

O gráfico 6 mostra os resultados obtidos quanto ao número de respondentes que já acessaram os dados pessoais de outras pessoas por meio da Internet.

Gráfico 6 – Número de respondentes que já acessaram dados pessoais de outros usuários através da Internet



Fonte: A autora (2016).

Como se pode visualizar no gráfico 6, 83,3% do total de respondentes já acessaram, através da rede mundial de computadores, dados de ordem particular de outros usuários da Internet. Os demais respondentes, representado por 16,7% do total, afirmaram nunca terem feito tal acesso. A pergunta formulada para coletar estes dados foi a seguinte: “Você já consultou, por algum motivo qualquer, através da rede mundial de computadores (Internet), os dados (endereço, imagens, áudios, vídeos) de alguém?”.

Vê-se que a investigação de dados particulares de outros usuários no ciberespaço já foi praticada pelo menos uma vez entre a maioria da população pesquisada, enquanto que uma parcela menor dos pesquisados nunca praticou tal investigação.

Não há no termo de uso do Facebook artigos que se refiram a esta variável. O que se observa é a notável incidência de internautas que acessam dados particulares de outros.

A sétima variável investigada corresponde à criação de mais de um perfil pessoal no ambiente da Internet, com o propósito de separar os diferentes objetivos a serem expressos em cada perfil. Os dados obtidos desta variável são apresentados no gráfico 7 a seguir.

Gráfico 7 – Opinião dos respondentes acerca da criação de mais de um perfil pessoal na Internet



Fonte: A autora (2016).

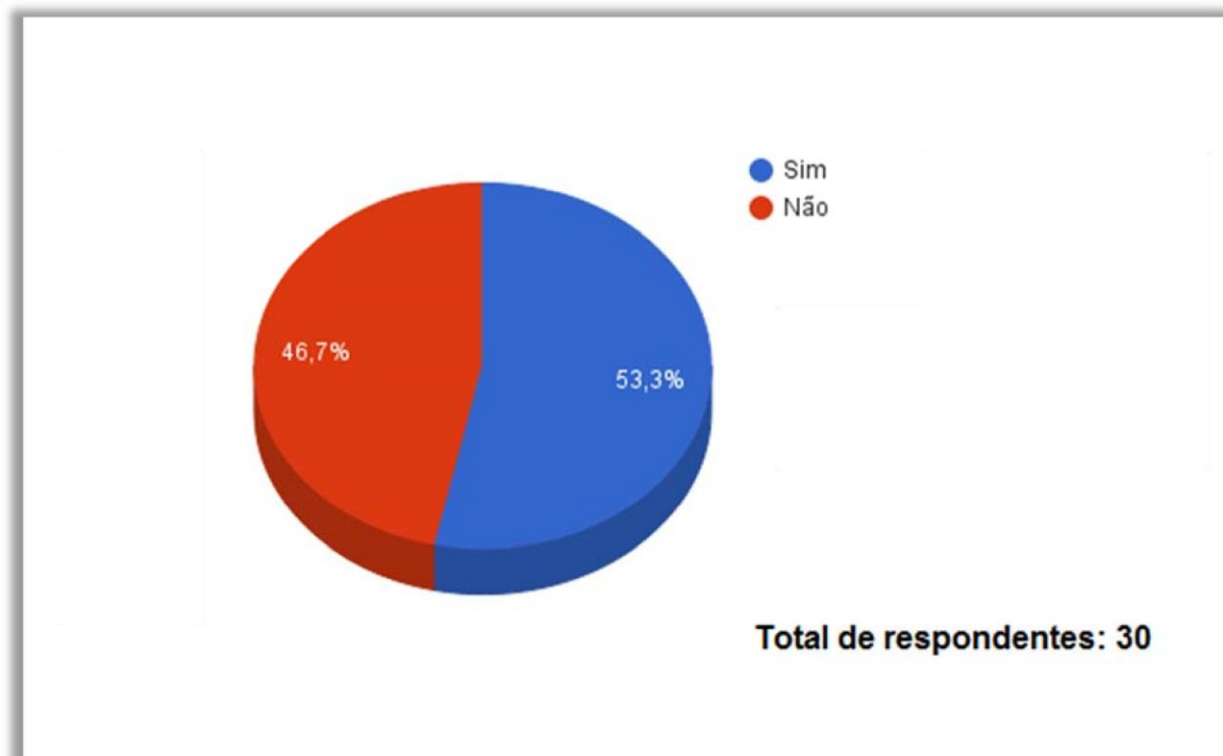
O gráfico 7 permite constatar que 60% dos pesquisados opinaram que não criariam mais de um perfil pessoal na Internet; e os 40% dos demais respondentes responderam “sim” a esta questão. A pergunta formulada para recolher estes dados foi a seguinte: “Para expressar objetivos e interesses específicos no uso de uma página na Rede Mundial de Computadores (Internet), você criaria mais de um perfil de usuário, cada qual com um foco específico (exemplo, para o trabalho, para a família, para o entretenimento)?”.

Percebe-se certo equilíbrio entre ambas as opiniões acerca dessa questão, com uma ligeira predominância da não prática de criação de mais de um perfil pessoal na Internet dentre a população pesquisada.

O artigo 4.2 da DDR do Facebook esclarece que a criação de mais de um perfil pessoal na plataforma da rede social, sem autorização prévia, é proibida.

A última variável estudada diz respeito à opinião dos respondentes quanto à “omissão de informação pessoal para fazer parte de uma empresa do ramo das redes sociais”. Os resultados estão representados no gráfico 8 em seguida.

Gráfico 8 – Opinião dos respondentes quanto à omissão de informação pessoal para fazer parte de uma empresa privada atuante no ramo das redes sociais



Fonte: A autora (2016).

Para recolher os dados sob esta variável, foi perguntado aos pesquisados o seguinte: “Você omitiria uma informação pessoal para fazer parte de uma empresa privada?”. De acordo com o gráfico 8, 53,3% do total de respondentes afirmaram que omitiriam alguma informação pessoal para fazer parte da empresa; e 46,7% dos demais respondentes opinaram que não omitiriam qualquer informação pessoal para pertencer a esta empresa.

Há um equilíbrio entre as respostas dos pesquisados acerca desta variável, com pouca vantagem para a opinião da prática de omissão de informação pessoal

no intuito de pertencer a uma empresa do ramo das redes sociais. De fato, uma parcela considerável concorda com o lado oposto, visto que as pessoas opinaram que não omitiriam alguma informação pessoal para fazer parte da referida empresa.

Segundo o artigo 4.1 da DDR, o usuário não deverá fornecer informações falsas no Facebook.

4.2 Discussão

A análise das variáveis referentes à “cessão de propriedade intelectual a uma rede social” e a “produção não remunerada de conteúdo intelectual a uma rede social” permite um diálogo direto com os conceitos de “opressão cultural” e “colonialismo”, os quais estão inseridos num contexto de corrida pelo lucro das empresas digitais. (CAPURRO, 2004)

As condições presentes nos termos de uso das redes sociais, no que concerne à ampla liberdade de acesso a todo e qualquer conteúdo intelectual (fotos e vídeos pessoais, textos particulares etc.) que os usuários de seus serviços porventura venham a publicar na referida plataforma, acrescido da não obrigatoriedade de remuneração por direitos autorais, esclarecida pela empresa igualmente através de seu termo de uso; caracterizariam, em nossa interpretação, o que Rafael Capurro (*ibid.*) denominou de “colonialismo” e “opressão cultural” presentes no ciberespaço que visa ao lucro corporativo.

Do ponto de vista de Pariser (2012), ceder seus dados pessoais a uma empresa digital (prerrogativa existente no momento em que se cria uma conta no site desta empresa, por meio da leitura e aceitação de seu termo de uso) significa permitir que a empresa pudesse criar experiências digitais personalizadas, direcionar anúncios, além de filtrar e prever os gostos e preferências baseando-se na análise dos diferentes perfis de usuário.

Segundo o mesmo autor (*ibid.*), os “gigantes da Internet” tais como o Google, Facebook, Yahoo, entre outros, foram os primeiros a implementar, por meio de tecnologias que investigam dados pessoais dos internautas (como é o caso dos

cookies), os algoritmos de personalização em seus sites. Isto significa que determinado tipo de perfil de usuário seria direcionado a conteúdos já familiares à sua realidade, visto que toda informação pessoal atrelada ao seu IP no ciberespaço (dados pessoais, histórico de navegação, comportamento de busca etc.) seriam livremente acessados por tais empresas; outro tipo de perfil de usuário receberia outra natureza de conteúdo.

Este trabalho de personalização consistiria em uma estratégia de marketing para potencializar as vendas corporativas, o que se consegue por meio de anúncios direcionados aos tipos de perfis, além de manter cada vez mais o usuário no site e utilizando os serviços da empresa.

Ferreira (2014), dialogando com o conceito de sociedade disciplinar concebido por Foucault (2013), afirma que a vigilância ocorre inclusive nos âmbitos dos setores privados contemporâneos, defendendo a ideia de que a Internet seria uma nova forma do Panóptico. As empresas recolheriam metadados dos perfis de milhões de usuários que possuísem cadastro nas referidas empresas, que manteriam um hábito de controle, registro e documentação dos comportamentos e preferências dos usuários de seus serviços. Estas ações caracterizariam uma nova forma de vigilância pelo setor privado. (FERREIRA, 2014)

A variável à qual denominamos “cessão de propriedade intelectual a amigos” permitiu, em sua análise, trazer à luz a concepção de Capurro acerca da ética do conhecimento compartilhado. Para o autor, o nosso “ser-no-mundo”, hoje, se iguala cada vez mais a “ser-no-mundo-compartilhado” (CAPURRO, 2005).

Na visão de Rafael Capurro, a chamada ética da autonomia informacional está se transformando na ética do conhecimento compartilhado, uma vez que compartilhar um conteúdo no meio digital seria uma especificidade do compartilhamento do mesmo conteúdo no mundo físico. Dessa forma, não existimos em duas esferas separadas (a saber: o mundo físico e o mundo digital), mas atuamos, segundo o autor, em contiguidade ao ato de compartilhar nossas experiências com os outros, independente do meio utilizado para tal (CAPURRO, 2016). Eldred, (CAPURRO; ELDRED; NAGEL, 2012), corrobora com a visão capurriana, afirmando que os limites entre os cotidianos no mundo físico e no mundo

digital estão cada vez mais indefinidos e interligados, devido ao desenvolvimento crescente das interfaces humanas com o ciberespaço.

A análise desta variável também possibilitou perceber uma ligação com a predominância de uma cultura da transparência em vez da atenção aos direitos de privacidade no ciberespaço (CAPURRO, 2005). Segundo o autor, há um discurso que favorece mais o valor da transparência do que o da privacidade no contexto do compartilhamento de dados e experiências pessoais na Internet. Diz-se que quanto mais transparente uma pessoa é, mais ela está exercendo a sua cidadania (*ibid.*).

Percebemos a presença da noção de autodisciplinamento D Ferreira (2014), em nossa investigação da variável “direito à publicidade de iniciativas privadas comerciais em uma empresa privada do ramo da comunicação”. Tal autodisciplinamento (utiliza-se com mais frequência o termo “autoaprendizado”, por ser mais sutil) consiste em uma passagem da disciplina antes exclusiva das instituições que detinham poder em relação à sociedade para uma disciplina que agora se exerce entre e para os próprios indivíduos. Transfere-se para o indivíduo a responsabilidade pela sua própria formação, desenvolvimento, controle e punição, tanto em relação a si próprio como para com a coletividade. Segundo Ferreira (*ibid.*), o discurso da “autoaprendizagem” aparece “escamoteado” num contexto de desenvolvimento “que caminha para um estágio supostamente mais democrático de acesso” através das redes digitais. Este desenvolvimento é concebido pelo autor como pertencente a uma visão mais otimista e utópica da sociedade da informação.

A análise da variável denominada “investigação dos dados pessoais de outros usuários de uma rede social”, assim como a de “acesso aos dados pessoais de outrem através da Internet” correspondem ao conceito por trás da ação de acessar dados particulares de outros no ciberespaço. Na visão de Michael Eldred (CAPURRO; ELDRED; NAGEL, 2012), as possibilidades de invasão de privacidade no ciberespaço são consideravelmente maiores do que no ambiente físico. Isto é compreensível em razão de que nossas ações no ambiente digital são aperfeiçoadas em relação às mesmas no mundo não digital. De forma que a ocorrência de cibercrimes tais como a invasão de privacidade, hackeamento de dados pessoais, infração dos direitos do autor, entre outros, possuem mais chances de serem eficazes no ambiente digital do que no não digital.

É possível traçar um diálogo entre o conceito de acesso aos dados pessoais de outros indivíduos no ciberespaço com a concepção de privacidade defendida por Capurro, Eldred e Nagel (*ibid.*), qual seja: o “direito de ser deixado em paz”. Acessar dados de natureza particular de outras pessoas, independente do meio utilizado para tal (se por meio do ciberespaço ou não), corresponderia a uma intrusão no seu direito de ter as suas informações pessoais guardadas em sigilo ou, pelo menos, de serem tratadas com cuidado e respeito. (FLORIDI, 1999)

O autor supracitado oferece um importante embasamento teórico para compreendermos a questão do hábito de acessar dados pessoais que pertençam a outras pessoas no ciberespaço. Floridi (*ibid.*) afirma que a “intrusão” no mundo privado das informações pessoais corresponde a um processo de alienação, visto que tais informações corresponderiam a uma parte constituinte da identidade do indivíduo que as detém. Assim, entendemos que o hábito de investigação de dados pessoais de outrem por meio da Internet consiste, na visão de Luciano Floridi (*ibid.*), na infração no seu direito de privacidade. Observamos que este cenário se agrava em casos em que as informações do indivíduo investigado não são autorizadas ao acesso público, ou quando tais dados são dispersados ou mal utilizados. (*ibid.*)

Os problemas éticos decorrentes do uso (e/ou mau uso) das informações alheias no ciberespaço possuem, dentre outros, uma natureza lúdica (*ibid.*). Isto decorre, de acordo com o autor, das próprias características de despersonalização e maiores possibilidades de anonimato neste ambiente. Em nossa interpretação, tal natureza descompromissada explicaria a corriqueira ação de investigar dados de ordem particular de outras pessoas no ciberespaço dentre a população internauta.

Observamos uma aplicação do conceito de sociedade disciplinar de Michel Foucault (2013) à realidade de acesso de dados pessoais de outros indivíduos por meio da Internet. De acordo com Ferreira (2014), é possível comparar as dinâmicas de observação do comportamento alheio, típicas do ciberespaço, a um “novo regime de vigilância”, na medida em que se tem como hábito nas sociedades modernas o de investigar (e avaliar) as atividades, discursos e comportamentos da vida privada que o outro (e o próprio indivíduo que investiga) torna público. Decorre então que os próprios indivíduos punem os outros e a si mesmos, visto que agora são eles próprios quem os vigia, tornando a presença opressora da figura da sentinela, do

carrasco, dentre outras, desnecessária. Entendemos que este fenômeno se faz presente (e é melhorado) no ciberespaço, visto que este ambiente amplia tanto as possibilidades de anonimato, quanto de apresentação de identidade dos usuários da Internet.

As duas últimas variáveis, quais sejam, a “criação de mais de um perfil pessoal na Internet” e a “omissão de informação pessoal a fim de fazer parte de uma rede social” estão atreladas à concepção de falsidade ideológica. Percebemos que a ação de mentir e/ou omitir dados de sua identidade possui mais chances de ocorrer no ciberespaço, devido ao aumento das possibilidades de autoapresentação neste ambiente (CAPURRO; ELDRED; NAGEL, 2012).

De acordo com Michael Eldred (*ibid.*), a forma como as pessoas se exibem umas às outras, no contexto de um mundo cada vez mais conectado e compartilhado (potencializado pelo ciberespaço), diz respeito à utilização de “máscaras de habilidade/identidade”; estas ficam a critério do indivíduo, a quem cabe a escolha e a decisão de como mostrar a sua identidade, seja qual for o ambiente onde ele estiver inserido. Em nossa interpretação, respaldados na visão de Eldred (*ibid.*), temos que a livre decisão do indivíduo em dispor a sua “máscara de habilidade/identidade” no ciberespaço, segundo as suas subjetividades, é uma forma de privacidade pessoal e um dos valores da “boa vida”.

Observamos, assim, que o questionamento referente à escolha e disposição da identidade pessoal do internauta não concerne a qualquer outra entidade que não seja o próprio indivíduo. De acordo com Daniel Nagel (*ibid.*), a ideia de privacidade pessoal e familiar está associada à liberdade do indivíduo em escolher a maneira como e quando deseja interagir com os outros em um mundo crescentemente conectado e compartilhado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As redes sociais, sendo fundamentalmente empresas digitais, adotam estratégias de marketing na web para obter o seu lucro corporativo. O Facebook é uma dessas empresas pioneiras no sentido de utilizar instrumentos de personalização e filtragem de conteúdos com a finalidade de traçar estratégias para gerar lucro. Em troca, a rede social possui ampla liberdade de acesso e manipulação das informações pertinentes aos usuários de seus serviços²⁴.

A utilização indiscriminada dos dados pessoais dos usuários não é claramente comunicada aos mesmos por parte das empresas digitais, exceto por meio dos termos de uso do site. Estes, além das políticas de privacidade e de *cookies*, são os documentos legais para justificar os usos dos dados pessoais dos usuários para as mais diversas finalidades. Porém, tais termos raramente são lidos e acompanhados pelos usuários²⁵. Nossa pesquisa revelou que a maior parte da população pesquisada não está de acordo com estas condições, qual seja, a de fornecer seus dados e/ou propriedade intelectual a uma empresa para lucro unicamente desta. Pensamos que, talvez, essas condições seriam mais justas se os usuários recebessem alguma forma de compensação por suas contribuições intelectuais à empresa, assim como pelo fornecimento de suas informações pessoais.

Estas dinâmicas podem representar uma nova forma de controle e vigilância pelo setor privado sobre a vida da população usuária da Internet (FERREIRA, 2014). Isto porque a ideia do "olho que tudo vê" do Panóptico pode ser adaptada a qualquer tipo de relação em que se observam ações de vigilância/controle de uma determinada entidade para com as pessoas (FOUCAULT, 2013). Se isto é aplicável na realidade de empresas digitais como o Facebook, tem-se uma ameaça às experiências democráticas no ciberespaço, além de representar uma contradição à chamada "Internet livre" idealizada no início dos anos 1990.

²⁴ Se um usuário do Facebook navegar por outros sites através de seu login da rede social, esta também terá amplo acesso aos dados disponibilizados e atividades realizadas em tais sites.

²⁵ Segundo uma matéria, seriam necessários 76 dias úteis para um usuário ler todas as políticas de privacidade com as quais ele se depara em um ano. Disponível em: <<http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/03/reading-the-privacy-policies-youencounter-in-a-year-would-take-76-work-days/253851/>>. Acesso em: 11 out. 2016.

O estudo mostrou que a moderada rejeição da ação de acessar os dados particulares de outrem por vias automatizadas se contradizem aos resultados referentes à grande incidência de pessoas que já acessaram informações privadas de outras na Internet. Isto poderia indicar que, na opinião das pessoas pesquisadas, o problema reside em acessar de uma maneira vista como ilegal os dados particulares de outras, e não no ato de acessar propriamente dito. As características de despersonalização e as maiores possibilidades de anonimato no ciberespaço explicariam a não problematização do ato de investigar dados pessoais de outrem neste ambiente. (FLORIDI, 1999)

Entendemos que, baseando-se no estudo de Capurro, Eldred e Nagel (2012), em todos os casos em que há a circulação de rumores da vida privada de um indivíduo, tem-se a violação da sua privacidade, uma vez que a revelação das informações pessoais deste indivíduo não foi deliberada por ele próprio e sim por terceiros. Ferir o direito de privacidade de alguém significa ferir a própria noção de identidade desta pessoa. Vemos que o hábito de investigar as informações pertinentes a outras pessoas no ciberespaço corresponde à cultura de transparência na qual estamos inseridos, que pouco abre espaço para a discussão da questão do direito à privacidade. A “necessidade” de estar cada vez mais conectado à rede se associa à ideia de uma vida mais cômoda e feliz porque é compartilhada com os amigos. As empresas digitais incentivam o internauta a “postar” cada vez mais informações a seu respeito, e chegam inclusive a perguntá-los quais são os seus interesses, o que estão fazendo no momento, no que estão pensando etc. No entanto, foi revelado neste estudo que somente pouco mais da metade dos pesquisados disponibilizaria gratuitamente suas informações pessoais e conteúdos intelectuais a seus amigos por meio das redes sociais.

O constante fornecimento de informações particulares, em nome da comodidade do usuário, antes facilita as estratégias de marketing das corporações digitais, que dispõem dos dados pessoais e as preferências dos usuários de seus serviços, permitindo o trabalho de recomendação de conteúdos e direcionamento cada vez mais eficaz de novos serviços.

Da mesma forma que as empresas digitais possuem liberdade de acesso aos dados particulares de seus usuários, também os próprios indivíduos investigam (e julgam) os dados, atividades e comportamentos uns dos outros, fato evidenciado

pelos resultados da presente pesquisa. Dessa forma eles disciplinam a si mesmos e a comunidade na qual estão inseridos, ampliando a noção de controle e vigilância para além da relação empresas/indivíduos, estando presente também nas relações entre os próprios indivíduos.

O “autodisciplinamento” se refere à responsabilização do indivíduo por sua própria formação, desenvolvimento, controle e punição (FERREIRA, 2014), e percebemos que as empresas se aproveitam desta realidade para transferir as responsabilidades que deveriam ser suas para o próprio indivíduo. Entretanto, os resultados revelaram que a população pesquisada acredita estar dentro do direito de utilizar a plataforma da rede social (para a qual forneceu seus dados pessoais e conteúdos intelectuais) para publicar suas iniciativas particulares.

Os resultados desta pesquisa revelaram uma tímida rejeição das ações relativas a mentir e/ou omitir sua identidade digital no contexto das redes sociais. As pessoas pesquisadas podem discordar ou mesmo desconhecer os direitos do indivíduo quanto à escolha de revelar e/ou ocultar suas informações pessoais e familiares segundo suas subjetividades, entendido como uma forma de privacidade. (CAPURRO; ELDRED; NAGEL, 2012). Faz-se necessário reconhecer e assegurar a proteção das diferentes “máscaras de habilidade/identidade” (*ibid.*) dos usuários da Internet. Isto corresponde diretamente à necessidade de proteção ética e legal dos dados digitais destes indivíduos, dados estes entendidos como a sua identidade digital.

Privacidade pessoal e familiar no contexto da Internet e, mais especificamente, das redes sociais, são o reconhecimento e respeito pela liberdade de dispor suas habilidades e, de maneira mais ampla, sua identidade digital no ciberespaço, assim como ele poder escolher a forma como deseja interagir com outros em um mundo compartilhado.

É importante ressaltar o potencial papel estratégico dos profissionais da Biblioteconomia & Ciência da Informação, no que concerne às funções de mediação entre usuários e informação; especialmente a informação no ambiente da Internet, cada vez mais uma realidade nas unidades de informação de hoje. Pensamos que esses profissionais poderiam promover a conscientização nos usuários quanto aos possíveis problemas éticos que decorrem do (mau) uso da informação neste

ambiente, como a invasão de privacidade e outros delitos. Assim, incentivamos os Bibliotecários e Cientistas da Informação a levar o debate acerca da proteção e segurança da informação no ambiente digital para a realidade das unidades de informação contemporâneas.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724**: informação e documentação: trabalhos acadêmicos – elaboração. Rio de Janeiro: ABNT, 2011.

_____. **NBR 6023**: informação e documentação: referências – elaboração. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

BEZERRA, Marcos Antonio Alexandre; ARAÚJO, Eliany Alvarenga. Reflexões epistemológicas no contexto do Orkut: ética da informação, sociabilidade, liberdade e identidade. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 16, n. 2, abr./jun. 2011). Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141399362011000200005>. Acesso em: 12 dez. 2015.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. 292 p.

_____. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal. **Diário Oficial da União**. Poder Executivo, Brasília, DF, 18 nov. 2011. Seção 1, p. 12.

_____. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. **Diário Oficial da União**. Poder Executivo, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Seção 1, p. 1.

CAPURRO, Rafael. Desafíos teóricos y prácticos de la ética intercultural de la información. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE ÉTICA DA INFORMAÇÃO, 1., 2010, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: Ideia, 2010. p. 11-51. Disponível em: <<http://ru.ffyl.unam.mx:8080/bitstream/10391/1328/1/teaching%20information%20ethics.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2016.

_____. Ética intercultural de la información. In: GOMES, Henriette Ferreira; BOTTENTUIT, Aldinar Martins; OLIVEIRA, Maria Odaisa Espinheiro de. (Org.). **A ética na sociedade, na área da informação e da atuação profissional**: o olhar da Filosofia, da Sociologia, da Ciência da Informação e da formação e do exercício profissional do bibliotecário no Brasil. Brasília, DF: Conselho Federal de Biblioteconomia, 2009. p. 43-64. Disponível em: <http://www.cfb.org.br/popup/a_etica.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2016.

_____. Impactos de las tecnologías digitales de la información y comunicación en la filosofía, las artes y las ciencias. Perspectivas UNICAMP 50 anos. Mesa: Impactos das Tecnologias da Informação na Filosofia, nas Artes e na Ciência. **Anais eletrônicos...** Campinas: UNICAMP, 2016. Disponível em: <<http://www.capurro.de/campinas.html>>. Acesso em: 22 set. 2016.

_____. Intercultural information ethics. **Localizing the Internet**. Ethical issues in intercultural perspective. International Center for Information Ethics. Karlsruhe, 2004. Disponível em: <<http://www.capurro.de/iie.html>>. Acesso em: 13 set. 2016.

_____. Privacy: An Intercultural Perspective. **Ethics and Information Technology**, v. 7, 2005, p. 37-47. Disponível em: <<http://www.capurro.de/privacy.html>>. Acesso em: 24 jun. 2016.

CAPURRO, Rafael; ELDRED, Michael; NAGEL, Daniel. It and privacy from an ethical perspective digital whoness: identity, privacy and freedom in the cyberworld. In: BUCHMANN, Johannes (Ed.). **Internet Privacy**: a multidisciplinary analysis. München: Acatech, 2012. Disponível em: <http://www.acatech.de/fileadmin/user_upload/aumstruktur_nach_Website/Acatech/root/de/Publikationen/Projektberichte/acatech_STUDIE_Internet_Privacy_WEB.pdf>. Acesso em: 11 out. 2016.

CONVENTION for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms. European Convention on Human Rights. European Court of Human Rights. Council of Europe. Rome, 04 nov. 1950. Disponível em: <http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2016.

DELEUZE, Gilles. *Post-scriptum* sobre as sociedades de controle. **L'Autre Journal**, n. 1, maio 1990. Disponível em: http://historiacultural.mpbnet.com.br/posmodernismo/Post-Scriptum_sobre_as_Sociedades_de_Control.pdf>. Acesso em: 02 set. 2016.

FEATHER, John; STURGES, Paul (Ed.). **International Encyclopedia of Information and Library Science**. 2. ed. London: Routledge, 2003.

FERREIRA, Rubens da Silva. A sociedade de vigilância como sociedade de disciplina, vigilância e controle. **Información, cultura y sociedad**, Buenos Aires, n. 31, dez. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S185117402014000200007>. Acesso em: 29 ago. 2016.

FLORIDI, Luciano. Information ethics: On the philosophical foundation of computer ethics. **Ethics and Information Technology**, v. 1, n. 1, p. 33-52, mar. 1999.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: história da violência nas prisões. 41. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

FREIRE, Gustavo Henrique de Araújo. Sobre a ética da informação. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE ÉTICA DA INFORMAÇÃO, 1., 2010, João Pessoa. **Ética da informação**: conceitos, abordagens, aplicações. Organização de Gustavo Henrique de Araújo Freire. João Pessoa: Ideia, 2010. p. 5-10. Disponível em: <<http://ru.ffyl.unam.mx:8080/bitstream/10391/1328/1/teaching%20information%20ethics.pdf>>. Acesso em: 26 jun. 2016.

GIL, Antonio Carlos. Questionário. In: _____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GONZÁLEZ DE GOMEZ, Maria Nélida. Desafios contemporâneos da ciência da informação: as questões éticas da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 10., 2009, João Pessoa. **Responsabilidade**

social da Ciência da Informação [trabalhos apresentados]. Organização de Gustavo Henrique de Araújo Freire. João Pessoa: UFPB, 2009. p. 106-126. Disponível em: <<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/xenancib/paper/viewFile/3133/2259>>. Acesso em: 29 jun. 2016.

_____. Perspectivas em ética da informação: acerca das premissas, das questões normativas e dos contextos da reflexão. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE ÉTICA DA INFORMAÇÃO, 1., 2010, João Pessoa. **Ética da informação**: conceitos, abordagens, aplicações. Organização de Gustavo Henrique de Araújo Freire. João Pessoa: Ideia, 2010. p. 147-163. Disponível em: <<http://ru.ffyl.unam.mx:8080/bitstream/10391/1328/1/teaching%20information%20ethics.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2016.

INTERNATIONAL Covenant on Civil and Political Rights. United Nations. Human Rights. 16 dec. 1966. Disponível em: <<http://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>>. Acesso em: 23 jun. 2016.

MICHAELIS dicionário escolar inglês: inglês-português, português-inglês. São Paulo: Melhoramentos, 2008.

ORWELL, George. **1984**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SOUZA, Rebeca Hennemann Vergara de; SOLAGNA, Facbrício; LEAL, Ondina Fachel. As políticas globais de governança e regulamentação da privacidade na internet. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 20, n. 41, jan./jun. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010471832014000100006>. Acesso em: 30 ago. 2016.

UNITED NATIONS. **The Universal Declaration of Human Rights**. Paris. 10 dec. 1948. Disponível em: <<http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>>. Acesso em: 07 jul. 2016.

UNIVERSIDADE Federal do Estado do Rio de Janeiro. **Localização dos Campi**. Disponível em: <<http://www.unirio.br/localizacao-dos-campi>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

YIN, Robert K. Introdução: quando usar os estudos de caso como método de pesquisa. In: _____. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. p. 23-45.

APÊNDICE A

TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido)

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), de uma pesquisa de conclusão de curso. Após ser esclarecido(a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assine este documento, que está em duas vias. Uma delas é sua e a outra é do pesquisador responsável. Em caso de recusa você não será penalizado(a) de forma alguma.

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:

Título do projeto: A questão do direito à privacidade no Facebook: um estudo à luz da ética da informação

Nível: Monografia de graduação que integra parte da etapa de obtenção do grau de bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Pesquisador responsável: **Grace Quaresma Fugazza**

Orientador: Gustavo Silva Saldanha

Telefone para contato: (21) 2542-1118 (Departamento de Estudos e Processos Biblioteconômicos / Escola de Biblioteconomia / UNIRIO)

Contato eletrônico dos pesquisadores: <gracefugazza@gmail.com>; <saldanhaquim@gmail.com>

Endereço: Av. Pasteur, 296 – Urca – Rio de Janeiro – RJ, 22290-240

1. Será realizado um questionário com a questão ética da privacidade como parte de pesquisa de conclusão de curso de graduação;
2. O objetivo deste questionário é estritamente institucional e para fins internos, não havendo nenhuma outra finalidade oculta;
3. A participação é voluntária e pode ser interrompida a qualquer momento até o prazo de término da coleta de dados, não havendo qualquer ônus por sua desistência;
4. O material coletado na pesquisa poderá ser utilizado em futuras publicações científicas (livros e/ou periódicos científicos);
5. A pesquisa não trará nenhum risco para você e nem oferecerá qualquer vantagem financeira;
6. Os dados aqui inseridos não são objeto de estudo e serão preservados em sigilo.

Grace Quaresma Fugazza

Aluna de Graduação em Biblioteconomia – CCH / UNIRIO

Gustavo Saldanha – Orientador da monografia

Professor Adjunto da UNIRIO

CONSENTIMENTO DE PARTICIPAÇÃO

Eu, _____, abaixo assinado, portador (a) do RG.: _____ e do CPF: _____, concordo em participar do **projeto de monografia** intitulado “**A questão do direito à privacidade no Facebook: um estudo à luz da ética da informação**”. Estou devidamente informado e esclarecido pela aluna Grace Quaresma Fugazza sobre a pesquisa e os procedimentos nela envolvidos.

Assinatura: _____

Endereço: _____

Telefones: _____

Assinatura do Pesquisador: _____

Data e local: _____

APÊNDICE B

QUESTIONÁRIO

1) Você assinaria um contrato hoje, em 2016, concedendo suas imagens e vídeos particulares para uma empresa privada internacional?

- a) Sim, gratuitamente.
- b) Talvez, desde que recebendo um bom retorno financeiro.
- c) Não.

2) Você cederia seus dados pessoais (como imagens e vídeos) para amigos?

- a) Sim, gratuitamente.
- b) Não.

3) Você produziria conteúdo intelectual textual para uma empresa internacional gratuitamente?

- a) Sim
- b) Talvez
- c) Nunca

4) Caso você ceda gratuitamente para uma empresa privada de comunicação as suas imagens particulares, você se vê no direito contratual de usar esta empresa para a publicidade de suas iniciativas privadas comerciais (por exemplo, comunicação publicitária de sua empresa familiar)?

- a) Sim
- b) Não

5) Caso você estivesse se sentindo ameaçado por alguém da empresa onde trabalha por uso indevido de seus dados pessoais, você buscaria meios para identificar também dados de ordem particular dessa pessoa para se precaver?

- a) Sim
- b) Talvez, mas primeiro comunicaria à empresa.
- c) Não

6) Você já consultou, por algum motivo qualquer, através da rede mundial de computadores (Internet), os dados (endereço, imagens, áudios, vídeos) de alguém?

- a) Sim
- b) Não

7) Para expressar objetivos e interesses específicos no uso de uma página na Rede Mundial de Computadores (Internet), você criaria mais de um perfil de usuário, cada qual com um foco específico (exemplo, para o trabalho, para a família, para o entretenimento)?

- a) Sim
- b) Não

8) Você omitiria uma informação pessoal para fazer parte de uma empresa privada?

- a) Sim
- b) Não