



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB
Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicada
- FATECS

FILIFE MARIANO DE PAULA CORRÊA

A FALTA DE SEGURANÇA NA INTERNET: realidade, dinâmica e alerta.

Brasília

2015

FILIPPE MARIANO DE PAULA CORRÊA

A FALTA DE SEGURANÇA NA INTERNET: realidade, dinâmica e alerta.

Trabalho apresentado à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas do UniCEUB – FATECS, como requisito para a obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Uniceub – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. MsC. Úrsula Diesel

Brasília

2015

FILIFE MARIANO DE PAULA CORRÊA

A FALTA DE SEGURANÇA NA INTERNET: realidade, dinâmica e alerta.

Trabalho apresentado à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas do UniCEUB – FATECS, como requisito para a obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Uniceub – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. MsC. Úrsula Diesel

Brasília, 15 de Junho de 2015.

Banca examinadora

Prof. Msc. Úrsula Diesel

Prof. Roberto Lemos

Prof. Gláucia Magalhães

A falta de segurança na internet: realidade, dinâmica e alerta.

Filipe Mariano de Paula Corrêa¹

Resumo

Este trabalho objetiva consolidar uma coletânea de fatos que evidenciam como o crescimento do uso da Internet está possibilitando grandes poderes, sejam públicos ou privados, de se apoderarem das informações particulares dos usuários do meio digital. Objetiva também, demonstrar o quanto a população, mundial e brasileira, está suscetível à espionagem através da Internet e das redes sociais, evidenciando a importância da regulamentação do meio digital, para que seu maior potencial seja alcançado, ser um meio de compartilhamento de informações seguro e não hierarquizado.

Palavras-chaves: Internet. Cyberespaço. Cultura Digital. Redes Sociais.

¹ Graduando do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda – UniCeub.

Introdução

O advento da internet tornou possível a maximização do processo de globalização, haja vista ser um meio gratuito, rápido e eficiente para a circulação da informação. Contudo, se a conexão em rede possibilitou avanços indiscutíveis em diversos campos da sociedade (Economia, Comércio, Comunicação, bem como na própria rotina diária do cidadão comum), também acarretou inúmeros e inéditos problemas sociais (invasão da privacidade dos dados virtuais, espionagem governamental virtual e direitos e obrigações do internauta), os quais, em decorrência da particular celeridade da evolução do meio digital, constituíram e ainda representam verdadeiro desafio no processo de regulamentação.

Assim, demonstra-se necessário realizar uma reflexão acerca da problemática ora enfrentada, qual seja: como ponderar e regulamentar os benefícios e malefícios oriundos da utilização em massa da Internet, uma vez que ela pode caracterizar-se pela horizontalidade e ausência de hierarquia?

Portanto, no intuito de consolidar uma discussão pertinente ao tema, esse trabalho buscou realizar uma revisão bibliográfica, baseada em autores como Julian Assange (2013), Jérémie Zimmermann (apud ASSANGE, 2013), Manuel Castells (1999) empregando em seu favor a metodologia de pesquisa exploratória de dados, artigos, livros, legislação nacional e internacional, bem como demais fontes de pesquisa relevantes à resolução da problemática apresentada.

Para tanto, o presente artigo foi dividido em quatro tópicos, além dessa introdução e posterior conclusão, quais sejam: **i) A dinâmica da comunicação**, que constitui breve contexto acerca da evolução da troca de informação na sociedade, bem como ressalta a relevância do emprego dessa informação no processo evolutivo; **ii) A realidade da Internet no Brasil**, que representa uma contextualização do desenvolvimento da Rede no país e sua consequente utilização em massa pelo cidadão comum; **iii) A nova dinâmica da rede e seus pontos positivos e negativos**, momento em que é realizada uma ponderação dos efeitos colaterais benéficos e maléficos decorrentes da utilização do espaço virtual, bem como a mobilização da sociedade internacional na tentativa de implementar uma efetiva regulamentação e, por fim, **iv) Alerta sobre o meio digital no qual estamos inseridos**, que reúne as principais opiniões do especialista no tema, o autor Glenn

Greenwald (2014), assim como colaciona recente debate do Congresso Americano sobre a problemática da espionagem governamental sobre dados privados.

1 A dinâmica da comunicação

Comunicação é uma palavra oriunda do latim *comunicare*. Seu significado mais comum e direto é "participar de alguma coisa" e por Intermédio da comunicação todos os animais, humanos ou não, trocam informações fundamentais à sua sobrevivência e, conseqüentemente, perpetuam suas espécies, como é o caso, por exemplo, de alertas emitidos por um guia condutor de um grupo de animais, quando se aproxima seu maior predador (SIGNIFICADOS.COM.BR, 2015).

Faz-se necessário destacar que existem dois tipos evidentes de comunicação: a verbal e a não-verbal. A primeira é realizada mediante a linguagem falada ou escrita e se concretiza exclusivamente entre os seres humanos. Já a não-verbal, caracterizada por sinais não-linguísticos, como gestos, expressões faciais, etc, está presente também nos animais irracionais.

No longo processo de desenvolvimento e continuação da vida em grupos sociais, a comunicação basicamente sempre dependeu de um emissor e um receptor, os quais podem se valer de gestos, sons (não-verbal) ou de uma linguagem única, própria de uma determinada região ou país (verbal).

Nas duas modalidades de linguagem, algumas "ferramentas" são utilizadas, desde um simples tambor, no caso de indígenas, a sofisticados instrumentos como telefones celulares de última geração, por exemplo.

Dentre os meios mais sofisticados de comunicação figura a internet², que atualmente é utilizada por grande parte da população mundial e tem servido para evolução de toda sociedade, tanto no âmbito social quanto no mercadológico, pois antes o que era feito de forma concreta/ material, hoje é feito através do meio digital, um espaço abstrato/ intangível. É visto o surgimento de novas plataformas em formas de teias de comunicação digital, chamadas redes sociais, em que convergem os dois contextos, midiaticando as relações humanas (CASTELLS, 1999, p. 431).

² É a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores (CMC): é a rede que liga a maior parte das redes.

E é exatamente esse ponto, que este artigo explora, ou seja, ressalta a importância do espaço digital como mecanismo de interação eficiente e consciente da sociedade civil contemporânea – aspecto ainda em estágio potencial.

Faz-se necessário frisar que anteriormente à “era da internet” não se podia imaginar a palavra globalização, pois em um mundo globalizado é requerida a troca de informações de todas as origens em tempo real entre os vários povos existentes no planeta e, sem essa preciosa ferramenta, isso se tornaria impossível. Vale lembrar que quando não existia Internet, não se trocavam e-mails para as pessoas se comunicarem e sim cartas e telegramas, e posteriormente telefones e fax, o que não deixava a informação circular tão rapidamente.

Quando se desejava buscar algum conhecimento adicional não se podia valer-se de um facilitador de busca como o *Google*, e sim daquelas famosas enciclopédias, as quais, muitas vezes, apesar da abrangência do seu campo de atuação, pecavam pela possibilidade de estarem desatualizadas no momento da pesquisa.

Assim, independentemente dos efeitos colaterais adversos da internet (ex. privacidade invadida), ela veio para ficar e alterar para melhor a vida do ser humano, tornando-se elo fundamental de aproximação entre as pessoas.

2 A realidade da internet no Brasil, contextualização

Nos anos 60, durante a época da Guerra Fria, os Estados Unidos visavam criar uma rede de comunicação entre computadores em pontos estratégicos do país. O objetivo era descentralizar as informações valiosas, para que não fosse possível sua destruição em caso de algum ataque a algum servidor. Assim, a ARPA (*Advanced Research Projects Agency*), uma das subdivisões do Departamento de Defesa americano, criou uma rede conhecida como ARPANET, que, por baixo da terra, permitia o armazenamento de um grande volume de informações espalhadas por vários pontos do território norte-americano, tornando difícil de destruí-las. O acesso a essa rede era restrito aos pesquisadores e militares, pois temiam que civis e países mal intencionados utilizassem essa tecnologia (BRASIL ESCOLA, 2015).

No Brasil, em 1991, através do Ministério da Ciência e Tecnologia, a comunidade acadêmica brasileira conseguiu acesso a redes de pesquisas

internacionais sendo que, em maio de 1995, a rede se expandiu para fins comerciais, momento em que a iniciativa privada começou a investir na exploração dos serviços disponíveis *online*.

Até a internet se popularizar e se tornar acessível para grande parte da população brasileira, a TV era a forma de comunicação em massa que mais se aproximava do público alvo. Porém, o advento da Internet está mudando o comportamento do mercado³, pois, foi através dela que o nível de segmentação de clientes se possibilitou maior, principalmente após o surgimento de plataformas de interação social, chamadas redes sociais, como por exemplo, o *Facebook* (NEGROPONTE, 1995, p. 202).

Na era digital, quando quase tudo já pode ser feito através de um dispositivo móvel (*tablets*, celulares), faz-se necessário entender quanto tempo e em quais *sites* os brasileiros passam mais tempo conectados. Para isso, pode-se analisar alguns gráficos feitos para a Pesquisa Brasileira de Mídia 2014, produzido pelo IBOPE para a SECOM (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República) (BRASIL, 2013).

³ A onipresença do computador de cada um será determinada pelos vários processos computacionais independentes presentes em nossa vida atual (o sistema de reserva de passagens aéreas, os dados sobre locais de venda de produtos, a utilização de serviços on-line, os medidores e os sistemas de mensagens). Estes irão interconectar-se cada vez mais. Se eu vôo para Dallas que parte de manhã cedo estiver atrasado, seu despertador poderá tocar um pouco mais tarde, e o serviço de táxi será notificado de acordo com as condições de tráfego previstas.

FIGURA 1 – Pesquisa brasileira de Mídia.

P29) O(A) sr(a) tem costume de usar a Internet? (CASO SIM) E quantos dias por semana, de segunda a domingo, o(a) sr(a) usa internet? (ESPONTÂNEA - RU)

Base Ponderada: Amostra (18312)	
1 dia por semana ou menos	4%
2 dias por semana	4%
3 dias por semana	4%
4 dias por semana	3%
5 dias por semana	6%
6 dias por semana	1%
7 dias/ Todos os dias	26%
Nunca/ Não costuma usar internet	53%
Não sabe/ Não respondeu	0%

P30) Como o(a) sr(a) costuma acessar mais a internet: por computador, pelo tablet ou pelo telefone celular? E em segundo lugar? (ESPONTÂNEA - ATÉ DUAS MENÇÕES)

Base Ponderada: Costuma usar a internet (8661)	1ª MENÇÃO	1ª +2ª MENÇÕES
Computador	77%	84%
Telefone celular	19%	40%
Tablet	3%	8%
TV	0%	0%
Não sabe/ Não respondeu	1%	1%

P31) O sr(a) tem acesso à internet em casa? (ESPONTÂNEA - RU)

Base Ponderada: Amostra (18312)	
Sim	47%
Não	52%
Não sabe/ Não respondeu	2%

P32) De segunda a sexta-feira, quando o(a) sr(a) usa a internet, por quantas horas costuma usar num dia? (ESPONTÂNEA - RU)

Base Ponderada: Costuma usar a internet (8661)	
MÉDIA (em minutos)	219,4
Até 60 minutos	24%
Mais de 60 até 120 minutos	22%
Mais de 120 até 180 minutos	14%
Mais de 180 até 240 minutos	10%
Mais de 240 até 300 minutos	6%
Mais de 300 minutos	19%
Não utiliza a internet de segunda a sexta	1%
Não sabe/ Não respondeu	4%

Fonte: BRASIL, 2013.

Com esses dados percebe-se que quase metade da população brasileira já tem acesso à internet em casa e que a grande maioria a acessa através do computador e, depois, por celulares, passando uma média de 219,4 minutos (quase quatro horas) conectados diariamente. Na pesquisa também é visto que a hora de

pico de uso da internet no Brasil é das 20h às 22h, quando 26% da população que tem acesso à rede se encontra conectada (BRASIL, 2013, p. 38).

Figura 2 - Pesquisa brasileira de Mídia.

P34) Qual site, blog ou rede social o(a) sr(a) costuma acessar mais de segunda a sexta-feira? E em segundo lugar? Algum outro? (ESPONTÂNEA – ATÉ TRÊS MENÇÕES)

Base Ponderada: Costuma usar a internet de segunda a sexta (8538)	1ª MENÇÃO	1ª +2ª +3ª MENÇÕES
FACEBOOK	54%	65%
GLOBO.COM	3%	7%
G1	2%	6%
YAHOO	1%	5%
YOUTUBE	4%	5%
UOL - UNIVERSO ON LINE DIVISAO UOL	2%	5%
R7	1%	3%
MSN	1%	3%
ACESSA E-MAIL PESSOAL	2%	2%
TERRA	1%	2%
IG	1%	2%
TWITTER	1%	2%
INSTAGRAM	1%	1%
BAIXAKI	1%	1%
BAIXAKI JOGOS	1%	1%
GLOBO ONLINE	0%	1%
MERCADO LIVRE	0%	1%
BUSCAPE	0%	1%
ORKUT	0%	1%
GLOBO NEWS ON LINE	0%	0%
ATREVIDA	0%	0%
GLOBO ESPORTES	0%	0%
ANA MARIA	0%	0%
FOLHA DE SAO PAULO (SÃO PAULO)	0%	0%
ABRIL.COM	0%	0%
ARQUITETURA E URBANISMO	0%	0%
MULTISHOW	0%	0%
WIKIPEDIA	0%	0%
DECOLAR.COM	0%	0%
GLOBO FM	0%	0%
EPOCA	0%	0%
GUIA DO ESTUDANTE	0%	0%
EMPREGOS.COM.BR	0%	0%
VEJA	0%	0%
BLOG DO ATAIDE	0%	0%
BLOG ALÉM DE ECONOMIA	0%	0%
CNN.COM	0%	0%
CONTIGO	0%	0%
BRASIL ESCOLA	0%	0%
DISCOVERY	0%	0%
BLOG DA CRISTIANA LOBO	0%	0%
NÃO SABE/NÃO RESPONDEU	9%	9%

Fonte: BRASIL, 2013.

Esta tabela mostra que o site mais utilizado pelos brasileiros é o *Facebook* (65%), seguido pelo *Globo.com* (com apenas 7%). Mediante a observação desses dados, percebe-se que a sociedade brasileira com acesso à internet está conectada à maior rede social do mundo, o *Facebook*, praticamente diariamente.

Dessa forma, percebe-se uma certa vulnerabilidade dos internautas em relação à prática de espionagem virtual, levando-se em consideração, apenas para fins de análise, o *Facebook*, site onde a maior parte dos brasileiros busca informação, conforme ilustra a tabela abaixo:

Figura 3 - Pesquisa brasileira de Mídia

SITES, BLOGS E REDES SOCIAIS MAIS CITADOS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO

Pergunta - O(a) sr(a), tem o costume de se informar por meio de sites, blogs ou rede sociais? Qual site, blog ou rede social o(a) sr(a), costuma acessar para se informar? (Espontânea - 1ª e 2ª Lugares) (%)

Resposta	Gênero		Faixa Etária							Escolaridade					População do Município (em número de habitantes)				Renda Familiar (em salários mínimos)					Ramo de Atividade				
	Brasil	Masculino	Feminino	16 a 25 anos	26 a 35 anos	36 a 45 anos	46 a 55 anos	56 a 65 anos	Mais de 65 anos	Até 4ª série do Fundamental	Até 8ª série do Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Até 20 mil	Mais de 20 a 100 mil	Mais de 100 a 300 mil	Mais de 300 mil	Mais de 5 SM	Mais de 2 a 5 SM	Mais de 1 a 2 SM	Até 1 SM	Agricultura	Comércio/Serviços	Indústria/Construção	Inativos	Atividade doméstica		
Facebook	30,8	29,7	31,8	36,4	31,3	26,1	21,5	18,8	16,6	21,96	29,9	32,5	29,7	32,3	30,7	32,2	29,4	27,0	30,6	33,2	35,7	36,0	30,4	26,9	31,5	35,5		
Globo.com	6,8	7,4	6,2	6,8	7,2	6,7	6,1	6,6	5,6	3,30	3,8	6,4	10,1	5,7	6,8	7,0	6,9	7,0	7,1	4,6	3,4	6,6	7,2	7,4	5,3	5,4		
UOL	5,0	6,1	4,1	5,7	5,3	4,2	3,5	5,8	1,9	2,84	3,1	5,1	6,6	4,8	5,9	4,9	4,8	6,0	5,7	4,2	3,6	5,6	5,5	5,2	4,7	2,9		
UOL - Universo On Line	4,5	4,9	4,1	3,5	4,4	4,6	6,3	6,5	10,9	3,30	1,9	3,9	7,4	4,0	2,8	4,8	5,4	8,2	4,7	2,1	1,5	2,1	3,1	3,6	4,7	2,8		
Yahoo	3,3	3,1	3,5	2,9	3,4	3,8	3,0	4,0	5,3	2,99	2,1	3,2	4,3	2,9	3,4	2,9	3,7	4,4	3,9	2,7	1,6	0,8	3,4	4,2	3,2	2,6		
R7	2,7	3,1	2,4	2,8	3,3	3,5	1,3	2,5	4,3	1,39	1,6	2,9	3,3	2,4	2,2	2,5	3,3	3,0	3,0	2,5	1,6	2,9	2,6	2,8	3,2	2,6		
Terra	2,1	2,6	1,7	1,6	2,1	2,5	2,6	2,6	7,6	2,01	1,3	1,6	3,8	1,9	1,6	1,8	2,8	3,7	2,6	1,1	0,2	1,0	2,3	2,4	2,2	0,9		
YouTube	1,4	1,4	1,3	1,4	1,2	2,1	0,4	1,9	0,0	1,82	2,0	1,2	1,2	2,3	1,2	1,0	1,5	2,0	0,9	1,1	2,2	1,4	1,4	1,5	1,1	1,1		
MSN	1,2	1,3	1,2	1,2	1,3	1,6	1,2	0,4	1,1	0,25	0,7	1,1	1,9	1,1	1,4	1,0	1,3	1,2	1,5	0,9	0,8	1,0	1,4	0,9	1,1	0,7		
IG	1,1	1,4	0,8	0,5	1,3	1,8	1,1	2,5	2,1	0,41	0,4	1,2	1,6	1,2	0,6	0,7	1,8	2,2	0,7	1,2	0,7	0,4	1,3	1,2	1,1	0,2		
Bakati	1,0	1,1	0,8	1,0	0,6	1,3	1,5	1,0	0,0	0,65	0,9	0,8	1,4	0,5	1,1	1,0	1,0	1,1	1,1	1,0	0,1	1,9	1,1	0,8	0,9	0,7		
Twitter	0,8	0,7	0,8	1,0	0,7	0,6	0,5	0,4	1,8	0,42	0,7	0,8	0,8	1,5	0,9	0,6	0,6	1,1	0,9	0,3	1,2	0,0	0,6	1,2	1,1	0,9		
Globo Online	0,8	0,7	0,9	0,8	0,8	0,7	0,5	1,2	2,1	0,0	0,5	0,7	1,3	0,2	0,4	1,0	1,0	1,0	1,1	0,5	0,2	0,0	0,9	0,6	0,4	0,7		
Bakati Jogos	0,5	0,7	0,4	0,4	0,4	0,8	0,9	0,8	0,0	1,22	0,5	0,6	0,3	0,1	0,7	0,3	0,8	0,5	0,8	0,4	0,1	0,5	0,5	0,8	0,5	0,4		
Abril.com	0,5	0,6	0,5	0,3	0,5	0,4	1,3	1,7	0,0	0,33	0,4	0,5	0,7	0,5	0,2	0,7	0,6	0,7	0,3	0,7	0,0	1,7	0,6	0,5	0,7	0,0		
Instagram	0,5	0,4	0,6	0,4	0,8	0,6	0,3	0,0	0,0	0,72	0,5	0,3	0,5	1,5	0,7	0,3	0,2	0,3	0,6	0,5	0,8	0,0	0,6	0,6	0,2	0,6		
Buscapé	0,4	0,5	0,3	0,3	0,2	0,7	0,5	0,6	2,1	0,0	0,7	0,2	0,6	0,0	0,4	0,4	0,5	0,7	0,4	0,1	0,3	0,0	0,5	0,3	0,1	0,5	0,1	
Globo News On Line	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,5	0,5	0,5	0,0	0,42	0,4	0,4	0,4	0,1	0,5	0,4	0,4	0,4	0,6	0,2	0,7	1,0	0,4	0,6	0,2	0,0		
Amé Mark	0,4	0,2	0,5	0,3	0,4	0,2	0,7	0,4	0,9	0,75	0,4	0,3	0,4	0,1	0,5	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,7	1,4	0,4	0,4	0,2	0,3		
Azevêda	0,4	0,2	0,5	0,3	0,3	0,3	0,5	0,8	0,9	0,35	0,5	0,2	0,5	0,6	0,5	0,2	0,4	0,5	0,3	0,4	0,5	0,9	0,4	0,3	0,1	0,7		
Acesso e-mail pessoal	0,4	0,4	0,5	0,4	0,5	0,4	0,8	0,1	0,0	0,34	0,2	0,5	0,5	0,2	0,4	0,2	0,7	0,1	0,5	0,3	0,8	0,5	0,6	0,1	0,1	0,3		
Não costuma usar a internet	2,9	2,9	3,0	2,3	2,7	3,3	3,7	3,5	23,5	38,82	3,7	3,0	2,4	2,5	2,9	3,2	2,3	2,0	3,1	3,6	3,0	2,9	2,8	3,4	2,9	3,9		
Não sabe	5,3	5,2	5,4	4,6	5,3	5,7	6,0	6,3	11,2	5,44	5,8	4,9	5,6	4,3	6,6	5,1	5,0	4,0	5,1	5,2	5,6	5,6	5,3	5,6	5,7	4,7		
Não respondeu	3,5	3,2	3,7	2,8	3,7	3,9	3,2	5,1	5,2	10,20	4,8	3,1	2,2	6,1	3,5	2,8	3,2	2,6	2,9	4,2	4,3	5,9	3,4	3,0	3,6	4,0		

Base: entrevistados que usam internet.

Fonte: BRASIL, 2013.

A partir da tabela colacionada acima, tem-se o dado de que o *Facebook* é utilizado como um site de informação por uma média de 30,8% da população brasileira que tem acesso à internet. Assim, levando-se em consideração o fato notório de que o formato dessa rede social foi editado com o intuito de conectar usuários de interesses comuns (*amigos*), depreende-se, como consequência lógica, que a segmentação de informação é realizada de uma forma muito mais discreta do que anteriormente, haja vista que qualquer manifestação de pensamento, opinião ou preferência será instantaneamente (e gratuitamente) divulgada para toda *rede de*

amizade. Nesse contexto aborda o confundador do grupo *La Quadrature du Net*, Jérémie Zimmermann⁴:

O Facebook ganha dinheiro reduzindo a distinção dessa linha entre privacidade, amigos e publicidade. E eles também armazenam os dados que você acredita serem restritos aos seus amigos e às pessoas que você ama. Então, não importa o grau de publicidade que você gostaria de atribuir a seus dados, a cada vez que você clica no botão “publicar”, dá esses dados primeiro ao Facebook, e em seguida permite acesso a outros usuários.” (apud ASSSANGE et al, 2013, p. 72)

Assim, atualmente, no Brasil e na maior parte do mundo, as pessoas vivem a era digital, em que quase tudo pode ser feito pela internet, desde compras de serviços ou produtos (87% dos internautas utilizam a rede para pesquisar produtos e serviços) até reuniões de trabalho, o que reflete na forma de interação entre as pessoas (CETIC.BR, 2015). Como já dizia Nicholas Negroponte (1995), o avanço das tecnologias de comunicação permitiu que a sociedade passasse "dos átomos aos *bits*" e “as nossas relações com o mundo e com os outros são cada vez mais mediatizadas através de telas” (LIPOVETSKY; SERRROY, 2009, p. 23), se tornando então, uma sociedade em rede, que Ladislau Dowbor (2002, p. 23) conceitua assim:

Esta conectividade instantânea de qualquer ser humano, de qualquer unidade residencial ou de trabalho, em termos de informação e de comunicação, gera por sua vez uma dramática transformação no sistema de relações: a internet vem por primeira vez colocar à disposição de qualquer pessoa com os conhecimentos e recursos necessários – e se trata aqui de uma condicionante de imensa importância – a possibilidade de se comunicar, a partir de qualquer ponto, com qualquer outro usuário do planeta. Forma-se rapidamente o que tem sido chamado de sociedade em rede.

Se antes para se comunicar com alguém à distancia era necessário o envio de cartas ou fazer uma ligação telefônica, hoje é possível escrever um e-mail, utilizar redes sociais ou algum aplicativo de mensagens instantâneas que, além de mais rápidos, são gratuitos.

⁴ Jérémie Zimmermann é confundador e porta-voz do grupo de apoio aos cidadãos *La Quadrature du Net*, a mais proeminente organização europeia em defesa do direito do anonimato *on-line* e na promoção da conscientização das pessoas sobre os ataques legislativos à liberdade na internet (ASSANGE et al, 2013, p.32-33).

Dessa forma, é possível depreender que os meios de comunicação evoluíram do meio físico para o espaço lógico, haja vista a intangibilidade da rede de comunicação moderna, sediada basicamente no meio virtual.

Como consequência dessa revolução, a interação social vem sofrendo diversos efeitos positivos e negativos, os quais merecem especial atenção não somente dos especialistas e interessados no estudo e desenvolvimento da comunicação, mas também de todos interlocutores, tendo em vista serem igualmente beneficiários e reféns dos avanços ainda pouco regulamentados por legislação específica.

Nesse contexto, apesar da Internet ter sido criada para fins militares, hoje já vemos nela a capacidade de ser um meio em que a informação se encontra à mão de todos, de caráter democrático, uma vez que qualquer usuário seja cidadão civil ou militar, é capaz de prover ou adquirir conteúdo para o alcance de seus objetivos. Seria, potencialmente, um espaço livre de hierarquia de poder ou controle, conforme explica Jérémie Zimmermann (apud ASSANGE et al, 2013, p. 79), ao abordar a ideia de horizontalidade da rede baseada na concepção de *software* livre:

Precisamos de um software livre que todo mundo possa entender, que todo mundo possa modificar e que todo mundo possa examinar para verificar o que ele está fazendo. Acho que o software livre constitui uma das bases para uma sociedade on-line livre, para termos o potencial de sempre controlarmos a máquina, não permitindo que ela nos controle. [...] Também podemos precisar, enquanto construímos essas tecnologias, que as leis e as ferramentas estejam nas mãos dos cidadãos, para sermos capazes de controlar o que está sendo feito com a tecnologia – mesmo que nem sempre em tempo real-, e precisamos ser capazes de punir os grupos que utilizam a tecnologia de maneiras antiéticas e de forma a violar a privacidade dos cidadãos.

Nesse mesmo sentido, Manuel Castells (1999, p. 375), ao abordar a temática relacionada à horizontalidade da comunicação e sua inerente dificuldade de regulamentação, assim manifestou-se:

A tecnologia digital permitiu a captação de todos os tipos de mensagens, formou-se uma rede capaz de comunicar todas as espécies de símbolos sem o uso de centros de controle. A universalidade da linguagem digital e a lógica pura do sistema de comunicação em rede criaram as condições tecnológicas para a comunicação horizontal global.

Seguindo esse raciocínio, pode-se pensar na Internet como uma rede de compartilhamento, sem relação de subordinação, onde a informação seria distribuída e acessada de forma horizontal.

Contudo, a sociedade ainda não enxerga a importância disso. A internet, por ser um espaço intangível, de difícil regulamentação, é controlada por poucos, centralizada em provedores de conexão que geralmente estão aliados a grandes iniciativas privadas ou governamentais, gerando as problemáticas da sociedade em rede atual que Castells (1999, p. 375) complementa: “Ademais, a arquitetura dessa tecnologia de rede é tal, que sua censura ou controle se tornam muito difíceis.”

Todavia, mesmo diante dessa dificuldade de controle do espaço virtual, a comunidade internacional tem se mobilizado para criar artifícios capazes de regulamentar essa nova fronteira da comunicação, o que trouxe uma nova problemática, qual seja: a tentativa de vigilância em massa em razão dos interesses de grandes poderes em relação às informações pessoais, conforme ressalta o ativista Julian Assange (2013, p. 81):

[...] provavelmente o que vai acontecer é que as eficiências naturais das tecnologias de vigilância, em comparação com o número de seres humanos, nos levarão aos poucos a nos transformar em uma sociedade de vigilância totalitarista global – e, com o termo ‘totalitarista’, quero dizer uma vigilância total.

De fato, o crescimento da tecnologia de vigilância permite que as grandes entidades públicas e privadas consigam, facilmente, monitorar e centralizar a informação e o conteúdo que circulam pela rede, conforme também salienta Julian Assange (2013, p. 67):

Com o aumento da sofisticação e a redução do custo da vigilância em massa nos últimos dez anos, chegamos a um estágio no qual a população humana dobra aproximadamente a cada 25 anos – mas a capacidade de vigilância dobra a cada 18 meses. A curva de crescimento da vigilância está dominando a curva de crescimento populacional. [...] Estamos em um estágio no qual é possível comprar por apenas US\$ 10 milhões uma unidade para armazenar permanentemente os dados interceptados de um país de médio porte.

Em contrapartida à discrepância existente entre o crescimento populacional e da vigilância virtual, é preciso pensar em uma reação colaborativa e conjunta

visando a liberdade de todos no que concerne à informação contida dentro do meio digital, pois ainda de acordo com Julian Assange (2013, p. 67):

Essa é uma ameaça enorme e concreta à democracia e à liberdade de todo o planeta, e essa ameaça precisa de uma reação, como a ameaça da guerra atômica precisou de uma reação em massa, para tentar controlá-la enquanto ainda for possível.

3 A nova dinâmica de rede e seus pontos positivos e negativos

Considerando a existência de outras grandes plataformas como *Yahoo!*, *Skype* e *Google*, nota-se que a maioria dos internautas estão suscetíveis a ter sua privacidade invadida sem nem tomar conhecimento disso, pois os Governos/Empresas se utilizam de leis (antes criadas apenas para proteger os mesmos de ataques terroristas, por exemplo) para agora utilizá-las como desculpa para tomarem medidas ilegais com relação aos cidadãos internautas.

A publicidade, por sua vez, aproveita-se dessas leis para poder atuar de uma nova forma. Dentro da publicidade, existe uma nova forma de atuação: a publicidade comportamental em linha, baseada nos interesses pessoais, para que os sites que forem visitados consigam gerar propagandas direcionadas, como explica o Grupo de Trabalho do Artigo 29º(2010, p. 5):

A publicidade comportamental tem por base a observação do comportamento das pessoas ao longo do tempo, procurando estudar as características deste comportamento através das suas acções (várias visitas ao mesmo sítio Web, interações, palavras-chave, produção de conteúdo em linha, etc.), com vista a criar um perfil específico e, deste modo, apresentar-lhes anúncios que correspondem aos interesses implícitos no seu comportamento.

Grupos de interesses são gerados no computador baseando-se nas palavras digitadas em barras de busca, dessa forma a propaganda se torna muito mais relevante e eficiente para o usuário.

Existem várias formas de divulgação de produtos e serviços através da internet, e existem duas formas básicas de atuação, o anúncio e o patrocínio. O patrocínio geralmente é utilizado para que o *website* seja viabilizado, pois o patrocinador irá investir no projeto da empresa em troca de espaços de publicidade, geralmente apoiado em um contrato anual. Já o anúncio, geralmente contratado por períodos de tempo mais curtos (o comum é a contratação mensal), normalmente são

segmentados para atender um público-alvo específico. Os anúncios também podem ser contratados por número de visualizações, também chamado de número de impressões.

Neste contexto, são necessários vários participantes para que essa propaganda direcionada se torne real, desde o anunciante, que é a empresa que vende um produto ou serviço através do investimento em propaganda, até a agência de publicidade que é quem executa as campanhas, as quais são pensadas através de um coletivo de informações captadas por todos os agentes da publicidade.

Dentre esses participantes, destacam-se os *cookies*⁵ e os *pixel tags*⁶. Através deles, grandes empresas conseguem ter acesso a quais sites as pessoas visitaram. Dessa forma é descoberto o perfil de cada usuário. Comercialmente, isso é feito com o intuito de aumentar as vendas on-line, pois direcionar os anúncios para prováveis compradores torna-os muito mais interessantes, logo isso gera um comportamento de compra muito maior (YOUR ONLINE CHOICE, 2015).

Para que seja possível a segmentação de interesses para o direcionamento de publicidade, é necessário que os agregadores de dados⁷ entrem em ação. Esses agregadores de dados são programas usados por empresas, que através dos *cookies*, conseguem captar grande quantidade de dados pessoais dos usuários de internet. Vale lembrar que essas medidas de captação de dados dos usuários de Internet só podem ser feitas com o consentimento do usuário e essa permissão é concedida através do termos de condições de uso dos *websites* que, na maioria das vezes, não são lidos, tornando-o um tipo de contrato potencialmente prejudicial aos interesses das pessoas, pois trazem detalhadamente as normas de conduta da empresa, que podem ser contrárias ao que o usuário entende como desejável.

Esse direcionamento funciona da seguinte forma: ao utilizar algum *browse* para pesquisar imagens do mar de Cancun e depois fechar a página da internet,

⁵ Pequeno documento de letras e números que é baixado no dispositivo ao acessar determinados sites, esse documento permite o site reconhecer o usuário do dispositivo. Não precisam de informações pessoais para serem úteis e na maioria das vezes não detecta os usuários de internet.

⁶ Estes servem para seguir os passos dos utilizadores de internet. Um site coloca um *pixel tag* no computador para saber quais outros sites o usuário está visitando, dessa forma, permite o acompanhamento das pegadas do usuário.

⁷ Companhia que junta os dados pessoais de várias fontes e segmenta o público, esses segmentos são vendidos para agências de publicidade, anunciantes e redes de propaganda, para tornar o anúncio mais eficiente e relevante.

provavelmente, algum tempo depois, ao acessar algum outro site que tenha espaço para publicidade, estará sendo ofertando passagens e hotéis para Cancun.

Como exemplo de como uma empresa pode utilizar essas ferramentas associada aos *cookies* e *pixel tags*, segue anexa uma tabela retirada do *site* do *Facebook*, que especifica como ele faz o uso desses dispositivos.

Na tentativa de minimizar os efeitos negativos da utilização desregulada da internet, a comunidade internacional mobilizou-se através alguns tratados internacionais, dentre os quais destaca-se o Acordo de *Wassenaar* (WA, 2015), que visa, entre outros objetivos, a regulamentação das exportações de tecnologia de criptografia, assunto de vital relevância para segurança e soberania dos Estados signatários, conforme explicita Andy Müller-Maguhn, cofundador da *European Digital Rights* -Edri (EDRI, 2015):

É interessante notar que a criptografia é regulamentada. Temos o acordo de Wassenaar, que se aplica internacionalmente e impede a importação de tecnologia de criptografia, a qual ajuda na proteção contra a tecnologia de vigilância àqueles países considerados como sendo “do mal” ou, por qualquer razão, problemáticos. (ASSANGE, 2013, p. 13)

Também almejando maior modulação do espaço virtual, é que os Estados Unidos da América editaram a lei conhecida como Ato Patriota⁸ que, com o objetivo de reforçar e aprimorar a segurança interna norte americana após o atentado terrorista de 11/09/2001, legitimou a vigilância sobre “agentes de poderes externos”, ou seja, legalizou a espionagem ilimitada a qualquer pessoa, entidade ou, até mesmo, país, desde que haja suspeita de envolvimento com atividades terroristas.

Em consonância com a comunidade internacional, o Estado brasileiro importou-se em tentar regulamentar o uso da internet, através da edição da Lei n. 12.965/14 (Marco Civil), estabelecendo direitos e deveres relativos a sua utilização, bem como determinando diretrizes para atuação dos Entes Federativos no que concerne à matéria. Assim, a referida Lei foi além da mera reação regulamentadora,

⁸Lei norte-americana promulgada em 2001 pelo então presidente George W. Bush, em resposta aos ataques de 11 de Setembro. O acrônimo significa “Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism Act of 2001”, algo como Lei para Unir e Fortalecer a América Proporcionando as Ferramentas Apropriadas Necessárias para Interceptar e Obstruir o Terrorismo, de 2001. (ASSANGE et al, 2013, p.73)

tendo sido objeto de sua preocupação a garantia de Direitos destinados aos usuários e provedores da internet, a exemplo da Proteção à privacidade dos usuários, Liberdade de expressão e a retirada de conteúdo do ar e a Garantia da neutralidade de rede, conforme ressalta o renomado sociólogo Sérgio Amadeu (2014):

O Marco Civil consolida em uma Lei os princípios que fizeram a internet livre, aberta, criativa e democrática. Em primeiro lugar, está assegurado o princípio da neutralidade da rede. As empresas de telecomunicação não poderão filtrar ou bloquear a nossa comunicação só por serem donas dos cabos onde trafegam nossos bits. Elas devem ser neutras ao fluxo de informação.

Em segundo lugar, o Marco Civil garante a privacidade e diz que os provedores de conexão não podem armazenar os dados da nossa navegação em rede. Terceiro, a Lei dá estabilidade jurídica àqueles que têm sites, plataformas ou serviços na internet. Nenhum provedor de aplicação é responsável por conteúdos postados por terceiro. Só serão responsabilizados se descumprirem uma ordem judicial. Existem outros pontos também muito importantes, mas estes, aqui descritos são fundamentais.

4 Alerta sobre o meio digital no qual estamos inseridos

Percebe-se assim que, apesar de ainda ser recente a sua regulamentação, o espaço virtual não é mais sinônimo de liberdade exacerbada o que, sem dúvida, acarreta efeitos positivos e negativos aos usuários.

Existe uma certa seletividade na abrangência da vigilância e tal fato pode ser considerado, numa visão positiva, bem interessante. Dividir a população entre cidadãos do bem, respeitadores da lei, etc, e aqueles que podem prejudicar a sociedade de alguma forma, faz com que a invasão da privacidade seja temida, em princípio, apenas por aqueles que transitam na ilegalidade.

Como exemplo de um efeito positivo que a vigilância do comportamento humano pode trazer, é referência uma pesquisa comentada por Glenn Greenwald (2014, p. 192):

Um estudo constatou que as arruaças nos estádios de futebol suecos – torcedores jogando garrafas e isqueiros no campo – diminuíram 65% após a introdução de câmeras de segurança. E a literatura de saúde pública sobre o ato de lavar as mãos confirmou

repetidas vezes que a melhor maneira de aumentar a probabilidade de alguém lavar as mãos é pôr outra pessoa por perto.

É importante destacar que todas as autoridades relacionadas às questões de segurança têm uma visão peculiar sobre esse assunto. No entender delas, qualquer comportamento ou ato ilegal, ou ainda desvio significativo de conduta, torna-se fundamento para o exercício da vigilância, conforme ilustra o referido autor Glenn Greenwald (2014, p. 15):

Transformar essa rede em um sistema de vigilância em massa tem implicações muito diferentes das de quaisquer outros programas semelhantes anteriores do governo. Todos os antigos sistemas de espionagem eram obrigatoriamente mais limitados e propensos a serem driblados. Permitir que a vigilância crie raízes na Internet significaria submeter quase todas as formas de interação, planejamento e até mesmo pensamento humanos ao escrutínio do Estado.

Essa vigilância dentro do meio digital reprime a liberdade de expressão, pois no momento em que desejar exprimir qualquer opinião, o internauta terá sempre a preocupação de que está sendo vigiado. Essa diminuição da liberdade de expressão fica clara ao observar os resultados de um “experimento abrangente conduzido em 1975 por dois psicólogos da Universidade de Stanford – Gregory White e Philip Zimbardo – e intitulado Os efeitos arrepiantes da vigilância⁹”(GREENWALD, 2014, p. 191).

Como conclusão, os autores do artigo observaram que ““a ameaça ou realidade de uma vigilância governamental pode inibir psicologicamente a liberdade do discurso”” (GREENWALD, 2014, p. 192).

Contudo, temos algumas ferramentas para nos proteger dentro do meio digital, como por exemplo, o “PGP¹⁰ – que em inglês significa *pretty good privacy*, ‘privacidade bastante razoável’, que Glenn Greenwald (2014, p. 17) explica:

Basicamente, o programa envolve cada mensagem em um escudo de proteção formado por um código composto por centenas, ou até milhares, de número aleatórios e letras com distinção entre caixa alta e baixa. As agências de inteligência mais avançadas do mundo –

⁹ Esse experimento “buscou avaliar se o fato de ser observado tinha algum impacto na expressão de opiniões políticas controversas.”

¹⁰ Foi aprimorado até se tornar uma sofisticada ferramenta de proteção para e-mails e outras formas de contato on-line contra vigilância e hackers.

grupo que sem dúvida inclui a NSA¹¹ – têm softwares de quebra de senhas com capacidade de um bilhão de tentativas por segundo, mas os códigos PGP são tão compridos e aleatórios que mesmo o mais sofisticado dos softwares precisa de muitos anos para quebrá-los. As pessoas que mais temem ter suas comunicações monitoradas, como agentes de inteligência, espões, ativistas dos direitos humanos e hackers, confiam nesse padrão de criptografia para proteger suas mensagens.

Essas tecnologias de proteção do usuário, como a acima mencionada, por si só não bastam para combaterem a invasão indiscriminada da privacidade dos cidadãos. Devem estar aliadas também à vontade da população como um todo em evitar esse mal pois, só assim, o Estado se preocupará em adotar medidas contundentes e eficazes de salvaguarda do cidadão comum.

Após o ato Patriota, os Estados Unidos começou a ter a permissão de coletar os dados como hora da ligação, número discado e tempo de duração das ligações telefônicas dos americanos, com a desculpa de estarem apenas evitando ataques terroristas, isso tudo sem ter que pedir autorização à justiça, fazendo esse processo de coleta de forma automática.

Um projeto de lei apoiado pelo presidente Barack Obama, foi rejeitado no dia 23/05/2015 pelo congresso americano. O projeto visava acabar com a coleta automática de dados telefônicos, assim a NSA teria que recorrer à justiça para cada caso que fosse precisar da coleta de informações.

São projetos como esse, que foi rejeitado, que precisam começar a ser formulados pelos poderes do Estado, pois será à partir de leis voltadas a vontade da população que fará da Internet um meio seguro, onde a informação venha junto da liberdade de expressão, se tornando um espaço de compartilhamento horizontal em que todos poderão confiar.

Considerações finais

Diante de todo o exposto, foi possível verificar que grande parte da população mundial e brasileira está exposta ao risco de ser vigiada dentro do meio digital. Também, foi percebido que a regulamentação da Internet é particularmente difícil por constituir meio intangível, mas mesmo assim, cabe à toda a sociedade atentar-

¹¹ Agência Nacional de Segurança dos Estados Unidos.

se para a importância disso, pois ainda não é valorizado o potencial que essa rede possui de evitar o empoderamento de poucos sobre muitos.

O objetivo principal do presente estudo foi o de consolidar a vasta e dispersa doutrina acerca da temática ora abordada (englobada por livros, tratados internacionais, leis federais, artigos e dados oficiais), o qual, demonstra o enraizamento da Internet na atual sociedade internacional evidenciando a vital importância de regulamentação do espaço virtual.

Contudo, conforme amplamente discutido ao longo desse artigo, as soluções apresentadas pela comunidade internacional nem sempre constituíram avanços na regulamentação da Rede, mas sim, confundiram-se com medidas de legalização da invasão de privacidade e espionagem digital.

Nesse sentido, deve-se ter em vista a luta que alguns autores, estampados nesse artigo, tiveram (e ainda estão tendo) para que a Internet mantenha-se um meio de distribuição horizontal do poder, onde a informação seja dispersa de forma radial, possibilitando a qualquer pessoa a livre manifestação de seu pensamento e opinião, sem que, para tanto, preocupe-se com eventual controle, triagem realizada por entidades públicas ou privadas.

Nessa esteira, parece que de forma mais acertada agiram os legisladores brasileiros ao editarem a Lei n. 12.965/14, conhecida como “Marco Civil da Internet”, a qual consolidou direitos e deveres, tanto para os internautas, quanto para as entidades públicas e privadas envolvidas na utilização da Rede.

Por outro lado, durante a elaboração desse artigo, foram constatadas algumas interfaces com áreas de estudo correlatas a esse tema, a exemplo da modificação do atual papel da publicidade na tentativa de manter-se atraente dentro do meio digital, na busca da otimização de suas ferramentas utilizadas na publicação de seus anúncios on-line.

Por fim, depreende-se que a discussão que ronda todo o extenso contexto da Internet está longe de exaurir-se e atingir um denominador comum, haja vista a intrínseca capacidade de renovação e inovação existente na Rede, decorrente de sua própria elaboração colaborativa, fator que gera um exponencial crescimento de

suas aplicações e implicações nos mais diversos campos da sociedade que, em contrapartida, ainda não é acompanhado pela efetiva e eficiente regulamentação de sua utilização.

Referências

AMADEU, Sérgio. **Opinião de especialista: Sérgio Amadeu e o Marco Civil da internet**. Entrevista concedida a culturadigital.br. 23 de jun de 2014. Disponível em: <<http://culturadigital.br/marcocivil/2014/06/23/opiniao-de-especialista-sergio-amadeu-e-o-marco-civil-da-internet/>>. Acesso em: 20 maio 2015.

ASSANGE, Julian et al. **Cypherpunks: liberdade e o futuro da internet**. São Paulo: Boitempo, 2013.

BRASIL ESCOLA. **Curiosidades: como surgiu internet**. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/curiosidades/como-surgiu-a-internet.htm>>. Acesso em: 17 maio 2015.

BRASIL. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: relatório final**. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-total-de-pesquisas/relatorio-final-pesquisa-brasileira-de-midia-2014.pdf>>. Acesso em: 17 maio 2015.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CETIC.BR. **Tic domicílios – 2013**. Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>>. Acesso em: 31 maio 2015.

DOWBOR, Ladislau. **Economia da comunicação**. 2002. Disponível em: <<http://dowbor.org/2002/09/economia-da-comunicacao.html>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

EDRI. **Home page**. Disponível em: <www.edri.org>. Acesso em: 29 maio 2015.

GLENN, Greenwald. **Sem Lugar Para Se Esconder**. Edward Snowden, a Nsa e a Espionagem do Governo Americano. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.

GRUPO DE TRABALHO DO ARTIGO 29.º PARA A PROTECÇÃO DE DADOS. **Parecer 2/2010 sobre publicidade comportamental em linha**. Disponível em: <http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp171_pt.pdf>. Acesso em: 17 maio 2015.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SIGNIFICADOS.COM.BR. **O que é comunicação?** Disponível em: <<http://www.significados.com.br/comunicacao/>>. Acesso em: 31 maio 2015.

WA. **Home page**. Disponível em: <www.wassenaar.org>. Acesso em: 29 maio 2015.

YOUR ONLINE CHOICE. **Jargon buster**. Disponível em ><<http://www.youronlinechoices.com/ie/jargon-buster>>. Acesso em: 25 maio 2015.

Anexo

Categorias de uso	Exemplos
Autenticação	<p>Essas tecnologias indicam se você está conectado, para que possamos lhe oferecer a experiência e os recursos apropriados.</p> <p>Por exemplo, Cookies e tecnologias semelhantes nos avisam quando você está conectado ao Facebook, para que possamos exibir informações relevantes quando você acessa outros sites que usam nossos plug-ins sociais. Nós também usamos essas informações para entender como as pessoas usam nossa <u>Plataforma</u> e outros aplicativos e serviços.</p>
Segurança e integridade do site	<p>Estas tecnologias ajudam a manter a segurança dos Serviços do Facebook. Elas oferecem suporte ou ativam recursos de segurança e nos ajudam a detectar atividades que violam nossa <u>Declaração de direitos e responsabilidades</u>.</p> <p>Por exemplo, nos ajudam a proteger sua conta de ser acessada por qualquer outra pessoa a não ser você. Os Cookies também nos indicam quando várias pessoas se conectam usando o mesmo computador. Com as <u>aprovações de login</u>, se alguém se conectar à sua conta de um navegador que você nunca tenha usado antes, iremos bloquear a pessoa e pedir mais informações. Elas nos ajudam a implementar as <u>notificações de login</u> para que você seja alertado quando sua conta for acessada e desativar qualquer dispositivo com sessões ativas no Facebook.</p> <p>Além de ajudar a impedir que pessoas não autorizadas se conectem à sua conta, também usamos Cookies e tecnologias semelhantes para assegurar que as pessoas ou computadores que acessem os nossos Serviços não violem as nossas políticas. Por exemplo, certas informações no Facebook são <u>públicas</u> e, portanto, podem ser acessadas por qualquer pessoa na internet. Esses Cookies e tecnologias semelhantes nos ajudam a entender o volume e a frequência das solicitações, para que possamos detectar e impedir pessoas ou computadores de “recolher” informações do nosso site.</p> <p>Também usamos essas ferramentas para fazer o Facebook fácil de usar, como quando você digita uma letra errada em sua senha ou nome de usuário. Se você já se conectou ao Facebook usando o mesmo navegador, ofereceremos opções mais fáceis para corrigir o seu erro de digitação já que sabemos que você se conectou ao Facebook</p>

	anteriormente.
Anúncios, ideias e medição	<p>Cookies e tecnologias semelhantes (como informações sobre o seu dispositivo ou um pixel em um site) são usadas para entender e veicular anúncios, torná-los mais relevantes para você e analisar produtos e serviços e o uso dos mesmos.</p> <p>Por exemplo, nós usamos cookies, por isso nós, os nossos afiliados e os nossos parceiros podemos veicular anúncios do seu interesse nos Serviços do Facebook ou em outros sites e aplicativos móveis. Também podemos usar um cookie para descobrir se alguém a quem um anúncio tenha sido veiculado nos Serviços do Facebook faz uma compra no site do anunciante ou instala o aplicativo anunciado posteriormente. Da mesma forma, nossos parceiros podem usar cookies ou outras tecnologias semelhantes para determinar se exibimos um anúncio e qual foi o desempenho dele, ou nos informar de como você interage com ele. Também podemos trabalhar com um anunciante ou com seus parceiros de marketing para exibir um anúncio dentro ou fora dos Serviços do Facebook, como após a sua visita ao aplicativo ou site do anunciante, ou mostrar um anúncio com base nos sites que você visita ou nos aplicativos que você usa - em todo o ecossistema móvel e da Internet.</p> <p>Também podemos usar Cookies para fornecer aos anunciantes informações sobre as pessoas que veem e interagem com seus anúncios, visitam seus sites e usam seus aplicativos.</p> <p><u>Saiba mais</u> sobre as informações que nós recebemos, como decidimos os anúncios exibidos dentro e fora dos Serviços do Facebook e os controles disponíveis para você.</p>
Localização	<p>Essas tecnologias nos ajudam a fornecer experiências locais.</p> <p>Por exemplo, podemos armazenar informações em um cookie colocado em seu navegador ou dispositivo para que você visualize o site em seu idioma preferido.</p>
Recursos e serviços do site	<p>Oferecem funcionalidades que nos ajudam a fornecer produtos e serviços.</p> <p>Por exemplo, Cookies ou tecnologias semelhantes ajudam você a iniciar sessão por meio do preenchimento prévio do campo de nome de usuário, além de ajudar a melhorar a experiência do bate-papo mostrando quais dos seus amigos estão conectados. Também podemos usar Cookies e tecnologias semelhantes para ajudar a armazenar preferências, saber quando você viu ou interagiu com conteúdo dos Serviços do Facebook e fornecer a você e a outros plug-ins sociais e outras experiências e conteúdos personalizados, como fazer sugestões. <u>Saiba mais</u>.</p>
Desempenho	<p>Usamos os recursos para lhe proporcionar a melhor experiência possível.</p> <p>Por exemplo, podemos usar Cookies ou tecnologias semelhantes para nos ajudar a rotear o tráfego entre servidores e perceber com que velocidade o Facebook é carregado para diferentes pessoas. Ocasionalmente, poderemos armazenar informações em seu navegador</p>

	<p>ou dispositivo para que os recursos em uso carreguem e respondam rapidamente.</p>
Análises e pesquisas	<p>Essas informações são usadas para entender, aprimorar e pesquisar produtos e serviços, incluindo quando você acessa o Facebook ou outros sites e aplicativos a partir do computador ou dispositivo móvel.</p> <p>Por exemplo, podemos usar Cookies ou tecnologias semelhantes (incluindo informações do seu dispositivo) para entender como você está usando plug-ins sociais e melhorá-los. Nós compartilhamos informações sobre essa análise com nossos parceiros.</p>