

Blog

## Crítica e histerismo desnecessários marcam a nova política de privacidade do Google

Posted at março 6, 2012 | By : viroze | Categories : Blog | 0 Comment



por Marcelo Rebelo

A blogosfera não recebeu muito bem a nova Política de Privacidade da empresa Google ao unificar as 60 normas de diferentes sites da companhia em uma só, a medida vigora desde o dia (01/03). A companhia foi acusada de invadir a privacidade dos usuários; de não divulgar claramente as novas regras; de ser arbitrária; além de questionada sobre o uso dos dados. Trata-se de histerismo desnecessário, pois o Google não está mudando sua postura de uma hora para outra, sempre foi assim, tais políticas já existiam e os objetivos da mudança são para fins comerciais e melhorias dos serviços.

O Google foi chamado para prestar esclarecimentos sobre a nova política no Congresso americano e as novas regras estão causando também polêmica na Europa. A comissão de Justiça da União Europeia, Viviane Reding, afirmou que as medidas não estão de acordo com a lei do continente. Ela reclama de ninguém ter sido consultado e que a ação não está em conformidade com a lei de transparência; por fim acusa a companhia de utilizar informação privada para entregá-la a terceiros, sem a concordância dos usuários. No Brasil a reação foi semelhante, o deputado federal Paulo Pimenta (PT-RS) informou no dia 14 de fevereiro que vai requerer ao Google que explique, no Congresso, a sua nova política de privacidade.

Além das autoridades, grupos da sociedade civil também reclamaram ao redor do mundo. A Big Brother Watch, uma entidade britânica que luta pelas liberdades civis e pelo direito à privacidade na internet, tem feito uma maciça campanha mundial contra as medidas adotadas pelo Google. Ela, como outras entidades, deseja que as medidas sejam suspensas. Segundo a Big Brother Watch, nove entre 10 pessoas no Reino Unido disseram não ter lido as novas regras e por isso estão preocupadas como seus dados serão utilizados.

Aqui a coisa não tem sido diferente e têm ocorrido debates acalorados na grande mídia e nas redes sociais. Na sexta-feira (02/03), a coluna "Tendências e Debates" da Folha de São Paulo trouxe um texto alarmista feito pela advogada e professora em direito da PUC/SP, Fabíola Meira de Almeida Campos. Com o sugestivo título "O Google que tudo vê e tudo sabe", numa clara alusão ao Big Brother, personagem do livro 1984 de George Orwell, Fabíola pinta um quadro tenebroso, colocando o usuário numa posição de submissão e acatamento frente ao implacável

### Latest News

**Crítica e histerismo desnecessários marcam a nova política de privacidade do Google**

Posted on março 6, 2012

**Tem início a censura ao Twitter no Brasil**

Posted on março 5, 2012

**Pelo fim da informação jornalística gratuita em prol de um jornalismo cada vez melhor**

Posted on fevereiro 1, 2012

**A vida gira mesmo é em torno do sol e não da internet**

Posted on fevereiro 1, 2012

**EUA quer o fim da farra do copia e cola na rede**

Posted on fevereiro 1, 2012

[View All News](#)

monitoramento praticado pelo Google. Em um trecho ela chega a afirmar que "gostaria de utilizar a rede mundial sem uma 'câmera embutida' em seu computador que possa revelar para terceiros o que foi acessado, em que data e por quanto tempo".

O engraçado nessa história é que quando acontece algo assim, uma das primeiras bandeiras a serem levantadas, pelos alarmistas de plantão, é a quebra do direito à privacidade. Vivemos numa sociedade cada vez mais informatizada e midiaticizada e o conceito de privacidade está cada vez mais diluído e isso com a anuência das pessoas. Basta citar o voyeurismo exacerbado praticado nas redes sociais e o número cada vez maior de câmeras nos locais públicos. Também sabemos de antemão que o simples ato de visitar um site qualquer vai gerar um cookie ou um identificador anônimo que armazenará as nossas preferências e outras informações a serem usadas para fins comerciais.

Outro ponto que torna a gritaria contra o Google injusta diz respeito aos cartões de créditos. Nossa vida pessoal está toda gravada nos bancos de dados das operadoras e ninguém reclama por isso. Basta uma simples varredura para saber nos mínimos detalhes qual nossa renda, quais locais freqüentamos, quais livros lemos, como nos vestimos, até os nossos hábitos sexuais estão lá armazenados para consulta.

A nova política de privacidade do Google é uma questão muito simples e não há motivos para tanto histerismo. Na verdade o que a empresa pretende é unificar as informações sobre os usuários de seus serviços para aumentar o seu faturamento. Nada demais, pois isso é feito rotineiramente por todos os sites que trabalham com e-commerce e com os que oferecem serviços gratuitos. Um bom exemplo disso é o Facebook, faturando bilhões por meio dos dados pessoais captados de seus usuários e comercializados em forma de publicidade online.

É bom lembrar que o Google não está criando algo novo ou mudando de postura agora. Sempre foi assim e tudo que ele fazia, em relação a cruzamento e monitoramento de dados dos usuários, continua sendo feito como antes só que agora de modo unificado e mais eficiente para a empresa. As mudanças estão sendo amplamente divulgadas desde janeiro e chega a ser risível culpar a empresa pelo fato de as pessoas não terem tido o interesse em ler sobre a sua nova política de privacidade.

O diretor de Comunicação e Assuntos Públicos da companhia no Brasil, Felix Ximenes, tranqüilizou os usuários e afirmou que a reação foi alarmista e equivocada. Com a nova política, o Google passa a tratar cada internauta como um usuário único, podendo cruzar os dados de diferentes serviços como Gmail, Google+, buscador e YouTube. E, sobretudo, recolher ainda mais informações sobre os hábitos de navegação do internauta, dados preciosos para a criação de links patrocinados e melhoria dos serviços prestados.

Ele lembrou que o Google já cruzava dados de serviços diferentes. Segundo ele, a nova política, deixou mais clara e tornou mais transparente para o internauta o que já era praticado pela empresa. Sobre as críticas de que o Google irá comercializar tais informações, Ximenes garante que a empresa não entrega informações a terceiros. Segundo ele, o Google sempre teve acesso a esses dados e nunca vendeu e nunca vai vendê-los.

Em relação aos descontentes, a solução apontada por Ximenes é muito simples, basta o usuário deixar de usar os serviços oferecidos pelo Google caso ache que as medidas firam o direito à privacidade. Nada mais do que justo, ainda mais sendo os serviços gratuitos. Como vivemos num regime democrático felizmente temos outros sites e utilitários à disposição. Posso garantir que ninguém vai morrer se deixar de usar o Youtube, o Gmail, o Orkut e todas as outras ferramentas da companhia Google.

**Compartilhar:**   Tweet 2  Compartilhar