



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE DIREITO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

**PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E FACEBOOK: ANÁLISE SOBRE
PRIVACIDADE DE DADOS NA INTERNET**

Personal Data Protection and Facebook: analysis of data privacy on internet

Protection des Données Personnelles et Facebook : analyse sur la confidentialité des données sur l'internet

NATHÁLIA CONDE SERRA

Brasília / DF

2018

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE DIREITO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

**PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E FACEBOOK: ANÁLISE SOBRE
PRIVACIDADE DE DADOS NA INTERNET**

Autora: Nathália Conde Serra

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Kehrig Veronse Aguiar

Monografia apresentada como requisito parcial à
obtenção do grau de Bacharel, no Programa de
Graduação da Faculdade de Direito da
Universidade de Brasília.

Brasília, 28 de novembro de 2018.

Serra, Nathália Conde.

Proteção de Dados Pessoais e Facebook: análise sobre privacidade de dados na Internet / Nathália Conde Serra – Brasília, 2018.

112 folhas. Monografia (graduação) – Universidade de Brasília, Faculdade de Direito, 2018. Orientador: Alexandre Kehrig Veronese Aguiar.

1. Proteção de dados pessoais. 2. Big Data. 3. Direito Digital. 4. Políticas de privacidade. 5. Facebook.

FOLHA DE APROVAÇÃO

NATHÁLIA CONDE SERRA

Proteção de Dados Pessoais e Facebook: análise sobre privacidade de dados na Internet

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel, no Programa de Graduação da Faculdade de Direito da Universidade de Brasília

Aprovada em: 28 de novembro de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Alexandre Kehrig Veronse Aguiar
(Orientador – Presidente)

Profa. Dra. Amanda Athayde Linhares Martins Rivera
(Membro da Banca Examinadora)

Profa. Dra. Laura Schertel Ferreira Mendes
(Membro da Banca Examinadora)

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Francisco de Assis e Flávia, por todo o investimento que fizeram na minha formação acadêmica, pelo amor e dedicação que empregaram na minha educação, especialmente, por terem me ensinado a transpor obstáculos e por serem exemplos de que, na vida, devemos batalhar por aquilo que queremos. Em especial, agradeço ao meu pai por me ensinar a gostar de argumentação e a analisar a lógica por traz dos discursos, características que levaram a me identificar com o Direito. E, à minha mãe, agradeço por me ensinar que o conhecimento deve ser aplicado ao mundo e por me incentivar a ter curiosidade, a questionar e a gostar de aprender coisas novas, características sem as quais eu não teria me identificado com a pesquisa acadêmica.

À minha família e aos meus amigos mais próximos, Edson, Karina e Melissa, por seus cuidados com a minha saúde e sua compreensão quanto a minha ausência nos últimos meses. Obrigada, também, por compartilharem suas experiências de superação, de final de curso e de redação de monografia, por me fornecerem apoio e por torcerem pelo meu sucesso. Um agradecimento especial ao meu irmão, Matheus, por sua amizade, carinho e companheirismo, sua presença me traz jovialidade e maturidade ao mesmo tempo.

Aos meus mestres, sempre serei grata por seus ensinamentos, sejam acadêmicos, profissionais e/ou pessoais. Agradeço, em especial, às professoras Amanda e Laura, por suas disponibilidades para comporem a banca avaliadora deste trabalho e por me darem mais alguns dias para entregar esta versão definitiva. Não posso deixar de agradecer ao professor Veronese, por ter me orientado neste e em outros trabalhos, por seu apoio, por ser sempre acessível e por todo o material que, tão gentilmente, deixou à minha disposição.

Por último, mas não menos importante, agradeço a Deus, meu Grande Amigo, por comemorar e sofrer comigo meus altos e baixos. Obrigada por ter providenciado todas as pessoas e os recursos importantes para o sucesso em minha trajetória acadêmica até aqui e por me capacitar para superar os muitos obstáculos que surgiram durante a realização deste trabalho.

Think Different

“Here's to the crazy ones.

The misfits.

The rebels.

The troublemakers.

The round pegs in the square holes.

The ones who see things differently.

They're not fond of rules.

And they have no respect for the status quo.

You can quote them, disagree with them,

glorify or vilify them.

About the only thing you can't do is ignore them.

Because they change things.

They push the human race forward.

While some may see them as the crazy ones,

we see genius.

*Because the people who are crazy enough to think
they can change the world, are the ones who do.”*

(Apple)

RESUMO

O presente trabalho se propõe estudar a questão da privacidade de dados pessoais nas redes sociais, mais especificamente, no Facebook. Tal empresa teve sua imagem abalada após o escândalo Cambridge Analytica, o qual (re)colocou em foco o problema da conciliação do uso de Big Data e da garantia à privacidade dos dados pessoais. Para se chegar ao objetivo proposto, serão utilizadas as metodologias: (i) de revisão bibliográfica dos conceitos essenciais do Direito Digital; (ii) de análise qualitativa quanto aos elementos *layout*, organização, linguagem e conteúdo das políticas de privacidade da rede social elegida; assim como, (iii) de análise quantitativa, por meio de questionário de perguntas fechadas disponibilizado a usuários do Facebook, aliada à análise qualitativa das perspectivas da empresa e dos usuários quanto às políticas de privacidade da plataforma focada nas questões sobre o entendimento das políticas, a clareza das informações nelas contidas e a segurança dos dados nessa plataforma. O estudo de tais elementos possibilita confirmar a hipótese inicialmente levantada quanto ao descompasso entre as perspectivas do Facebook e de seus usuários.

Palavras-chaves: Proteção de dados pessoais; Big Data; Direito Digital; Políticas de privacidade; Facebook.

ABSTRACT

This work intends to study the issue of personal data privacy on social networks, more specifically, on Facebook. This enterprise had its image damage after Cambridge Analytica scandal, which has brought focused (again) on problem of reconciling Big Data use and guaranteeing personal data privacy. In order to reach the proposed objective of this study, it was used the following methodology strategies: (i) bibliographic review of Digital Law essential concepts; (ii) qualitative analysis of chosen social network privacy policies, which is focused on layout, organization, language and content criteria; and (iii) quantitative analysis by means of questionnaire made available to Facebook users, which will be combined with qualitative analysis of this company's and its user's perspectives regarding its privacy policies understanding and clarity, as well as data security on that platform. Those elements study leads to the conclusion that initial hypothesis regarding a mismatch between both perspectives is confirmed.

Keywords: Personal data protection; Big Data; Digital Law; Privacy policies; Facebook.

RÉSUMÉ

Ce travail propose d'étudier la question de la confidentialité des données personnelles sur les réseaux sociaux, plus spécifiquement, sur Facebook. Cette entreprise a vu son image bouleversée pour le scandale Cambridge Analytica qui a (re) mis l'accent sur le problème de la conciliation de l'usage de Big Data et de la garantie de la confidentialité des données personnelles. Pour s'arriver au but proposé à cet article, ils seront utilisés des méthodologies (i) de révision bibliographique des concepts essentiels du droit numérique; (ii) d'analyse qualitative des éléments de disposition, d'organisation, de langage et de contenu des politiques de confidentialité du réseau social choisi; ainsi que (iii) d'analyse quantitative, au moyen d'un questionnaire de questions fermées mis à la disposition des utilisateurs du Facebook, combiné avec l'analyse qualitative de la perspective de l'entreprise et de ses utilisateurs concernant l'entendement et la clarté des politiques de confidentialité de ce réseau social et la confidentialité des données sur cette plateforme. L'étude sur ces éléments rend possible confirmer l'hypothèse initiale concernant l'inadéquation entre la perspective de l'entreprise et de ses utilisateurs.

Mots-clés : Protection des données personnelles ; Big Data ; Droit Numérique ; Politique de confidentialité ; Facebook.

Lista de Figuras

Figura 1 - Evolução das dimensões da Big Data	21
Figura 1 - Países com mais usuários afetados no incidente Cambridge Analytica	42
Figura 2 - Layout da política de privacidade do Facebook de 2014 a 2018.....	44
Figura 3 - Layout da atual política de privacidade do Facebook	45
Figura 5 - Gráfico: Opinião dos entrevistados que leram a política de privacidade do Facebook sobre a clareza na linguagem	51
Figura 6 – Gráfico: Opinião dos entrevistados sobre a importância da complexidade da linguagem como motivo para nunca ter lido políticas de privacidade	52
Figura 7 - Gráfico: Opinião dos entrevistados quanto à segurança de seus dados pessoais no Facebook.....	53

Lista de Acrônimos

FEM	Fórum Econômico Mundial
GAF	Google, Apple, Facebook e Amazon
ICTs	Information and Communication Technologies
IEC	International Electrotechnical Commission
ISO	Organização Internacional para Padronização
IT	Information Technology
ITU	International Telegraph Union
LGDP	Lei Geral de Proteção de Dados
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ODLIS	Online Dictionary for Library and Information Science
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development
TI	Tecnologia da Informação
TICs	Tecnologias da Informação e da Comunicação
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
WEF	World Economic Forum

SUMÁRIO

FOLHA DE APROVAÇÃO.....	iii
AGRADECIMENTOS	iv
RESUMO	vi
ABSTRACT	vii
RÉSUMÉ.....	viii
Lista de Figuras	ix
Lista de Acrônimos.....	x
INTRODUÇÃO.....	13
CAPÍTULO 1: A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO	15
1.1 A sociedade contemporânea como a Sociedade da Informação	15
1.2 A Big Data como ferramenta para a Sociedade da Informação.....	20
1.3 O Direito Digital e a Sociedade da Informação	24
CAPÍTULO 2: OS ENTRAVES DA BIG DATA À PRIVACIDADE DE DADOS PESSOAIS.....	28
2.1 Dados pessoais como um tipo particular de dados	28
a) Conceito de ‘dados pessoais’	29
b) Dimensão econômica dos dados pessoais	30
c) Dimensão personalíssima dos dados pessoais.....	32
2.2 Estratégias de garantia da privacidade como um meio conciliatório.....	33
a) Privacidade vs. Segurança de dados.....	33
b) Principais estratégias para garantia da privacidade e suas problemáticas.....	35
CAPÍTULO 3: AS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE DO FACEBOOK NA PERSPECTIVA DA REDE SOCIAL E DE SEUS USUÁRIOS	40
3.1 Contextualização do escândalo Cambridge Analytica e das mudanças provocadas pelo incidente.....	40
3.2 O contraste entre as políticas de privacidade do Facebook e os compromissos assumidos pela plataforma.....	44
a) Análise quanto aos macroelementos	44
<i>Layout</i>	44
<i>Organização</i>	46
b) Análise quanto aos microelementos	47
<i>Linguagem</i>	47
<i>Conteúdo</i>	48
3.3 Uma comparação da perspectiva do Facebook e de seus usuários quanto à política de privacidade da plataforma	49

a) Análise quanto ao entendimento das políticas de privacidade	50
b) Análise quanto à clareza das informações contidas nas políticas de privacidade ..	51
c) Análise quanto à segurança dos dados na plataforma	52
CONCLUSÃO.....	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56
Apêndice A – Questionário de Pesquisa Quantitativa.....	59
Apêndice B – Respostas ao Questionário de Pesquisa Quantitativa	63
ANEXO A - Categorias de Dados Pessoais	94
ANEXO B - Política de Privacidade do Facebook (versão de 29 de setembro de 2016).....	95
ANEXO C - Política de Privacidade do Facebook (versão de 19 de abril de 2018).....	102

INTRODUÇÃO

O presente trabalho se propõe a estudar o Direito Digital, ramo do Direito que surgiu para atender às necessidades da sociedade contemporânea criadas pelas Tecnologias da Informação e da Comunicação. Neste campo de estudo e para o presente trabalho, é importante conhecer os conceitos de Sociedade da Informação, de Big Data – os quais serão explorados no primeiro capítulo –, de dados pessoais, de privacidade de dados e de segurança de dados – que serão tratados no segundo capítulo desta obra.

Dentro de tal campo de estudos, escolheu-se abordar a questão da privacidade de dados pessoais nas redes sociais, mais especificamente, no Facebook. Na primeira metade do ano de 2018, tal empresa teve a imagem abalada por notícias do chamado escândalo Cambridge Analytica – o qual será melhor explicado no terceiro capítulo deste trabalho. Tal incidente (re)colocou em foco o problema da conciliação do uso de Big Data e da garantia à privacidade dos dados pessoais.

Afinal, como se verá melhor durante este estudo e conforme pontuam os autores Marsdens, Castells, Rubinstein, Mayer-Schönberger e Cukier, a sociedade contemporânea precisa ter sua necessidade por inovações atendida pela ferramenta Big Data e, esta por sua vez, para gerar inovações, por vezes, precisa ser alimentada com dados pessoais. O que não se pode fazer é, com o uso de Big Data, desrespeitar o direito dos indivíduos dos quais os dados foram obtidos.

O presente estudo irá trabalhar a comparação entre as duas últimas políticas de privacidade do Facebook, buscando pontuar suas semelhanças e diferenças. E, partindo do entendimento de que as empresas digitais devem ter como foco atender às necessidades e expectativas de seus usuários, também se fará a contraposição de perspectivas dessa plataforma e de seus usuários quanto às políticas de dados da empresa, buscando-se confirmar ou refutar a hipótese de que há um descompasso entre os pontos de vista do Facebook e de seus usuários no que tange as referidas políticas de privacidade.

Para se chegar ao objetivo a que este trabalho se propõe, serão utilizadas as metodologias de revisão bibliográfica, para o estudo dos conceitos essenciais e basilares do Direito Digital, de análise qualitativa, para a comparação que se fará entre as políticas de privacidade da rede social elegida, assim como, de análise quantitativa, por meio de questionário de perguntas fechadas disponibilizado a usuários do Facebook, aliada à

qualitativa para se realizar a contraposição entre as perspectivas da empresa e dos usuários quanto às políticas de privacidade da plataforma.

Visando determinar um objeto de estudos viável para a análise deste trabalho, o recorte escolhido é o de analisar as duas últimas políticas de privacidade do Facebook – a de 29 de setembro de 2016 e a de 19 de abril de 2018. Tais políticas foram escolhidas por se tratarem das imediatamente antes e depois do incidente Cambridge Analytica. Escolheu-se, também, estabelecer o recorte de usuários da plataforma que são atuantes no Direito, pois se considera que eles, dentre os demais usuários, estariam mais propensos, em razão de sua área de atuação, a ler as políticas de privacidade de plataformas de redes sociais.

É importante destacar que o presente estudo não se propõe a fazer uma análise exaustiva, nem na comparação das políticas de privacidade – a qual será focada nos elementos de *layout*, organização, linguagem e conteúdo –, nem na contraposição entre as perspectivas da plataforma e de seus usuários – cujos pontos centrais são o entendimento e a clareza das políticas e a segurança dos dados na plataforma. Isso, pois, em ambos os casos, a análise busca trabalhar a contradição existente entre o uso de Big Data e a proteção à privacidade de dados pessoais – caso contrário, o objeto de estudos do presente trabalho não seria viável.

Além disso, destaca-se a limitação deste estudo, também, no que diz respeito à amostragem de respostas ao questionário quantitativo. Isso, porque, em se tratando de um questionário disponibilizado online, é difícil fazer um controle estatístico rigoroso para obtenção das respostas – para se evitar ter um viés na amostragem de respostas que não corresponda à realidade. Afinal, neste tipo de questionário, apenas os usuários que tenham acesso ao formulário online e que estejam interessados em contribuir com a pesquisa irão responder às perguntas.

Mesmo assim, acredita-se que a metodologia e as delimitações escolhidas tornam viáveis o objeto e os objetivos a que esta pesquisa se propõe. Desta forma, fazendo o melhor uso possível das ferramentas disponíveis, este estudo poderá transcorrer sem maiores problemas. Por fim, o presente trabalho espera trazer sua contribuição para a discussão sobre Big Data e proteção à privacidade vivida no campo de estudos do Direito Digital na pesquisa acadêmica brasileira.

CAPÍTULO 1: A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

No contexto da atual sociedade, decisões de um lado do hemisfério, afetam cada vez mais profunda e instantaneamente o outro lado do mundo. Isso se deve, em grande parte, às mudanças criadas e/ou aprofundadas pela Internet. Vivemos em uma sociedade fortemente conectada e que valoriza a informação – sua rápida obtenção, tratamento e uso. Neste contexto, o Direito vive o desafio de tratar a proteção de dados pessoais e a utilização de Big Data no contexto cibernético, buscando, em ambos, satisfazer os anseios da sociedade contemporânea.

Este capítulo tem por objetivo estudar o papel importante que a Informação desempenha na sociedade atual. Para se chegar à finalidade proposta, serão apresentados alguns conceitos importantes dentro do campo de estudos do Direito Digital – quais sejam, o de Sociedade da Informação e o de Big Data. Por fim, apresentar-se-á como essa valoração da Informação na sociedade contemporânea levou ao surgimento do Direito Digital como um domínio autônomo dentro do campo do Direito.

O capítulo será dividido em três tópicos. Assim, o primeiro será dedicado a caracterizar a Sociedade da Informação, as mudanças das percepções de tempo e espaço, a definição de Sociedade da Informação e sua relação com a valorização da Informação. O segundo tópico irá tratar sobre Big Data, sua caracterização e importância para a Sociedade da Informação, apresentando as contribuições e desafios que representa à sociedade e ao Direito. Por fim, o terceiro tópico irá tratar sobre o Direito Digital e as características que o levaram a se diferenciar, tanto do Direito Interno, quanto do Direito Internacional.

1.1 A sociedade contemporânea como a Sociedade da Informação

Cenário comum nos dias de hoje: estudantes em um curso à distância assistem à aula previamente gravada pelo professor e discutem entre si sobre seu objeto de estudos. O que se destaca dessa cena é tudo isso ocorrer em uma multiplicidade de tempos e espaços, por meio da Internet. Com esse exemplo, buscou-se demonstrar como as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs, ou, em inglês, *Information and Communication Technologies, ICTs*) contribuíram para alterar as percepções de tempo e espaço na sociedade contemporânea.

Esta constatação de que as distâncias temporais e geográficas estão diminuindo, de que estão deixando de ser barreiras para o mundo globalizado, não é uma ideia apenas do senso comum, ela também é estudada no meio acadêmico – conforme se pode observar, por exemplo, nas obras de Manuel Castells. Este autor, sociólogo e teórico da comunicação, é um entusiasta sobre a tecnologia e seus efeitos na sociedade. Quanto às mudanças espaciais e temporais sofridas, Castells escreve sobre o espaço de fluxos e tempo atemporal.

Antes de se falar em tais conceitos, vale destacar como a teoria social entende as noções de espaço e de tempo. Em termos sociais, espaço é o suporte material para o compartilhamento de tempo em práticas sociais, também entendido como simultaneidade, e tempo é a sequência de tais práticas, havendo diferença entre as percepções de tempo biológico e tempo social (CASTELLS, 2009, p. 34). Observa-se, deste modo, como ressaltou o próprio Castells, que tempo e espaço estão profundamente relacionados, tanto para a natureza, como para a sociedade (2009, p. 34).

Assim, quanto ao primeiro conceito, entende-se por espaço de fluxos a possibilidade organizacional e tecnológica de se praticar simultaneidade sem contiguidade (2009, p. 34). Voltando ao cenário elucidado anteriormente, verifica-se a exemplificação de tal definição na prática do debate da turma: os estudantes estão, por meio da plataforma digital de seu curso, engajados simultaneamente em uma discussão, sem estarem, contudo, obrigatoriamente numa mesma localidade, sem, portanto, haver contiguidade.

O espaço de fluxos também se refere à possibilidade de interação sem sincronicidade em um determinado tempo e à distância. Voltando ao exemplo construído da turma, o curso pode ser ofertado para estudantes de diversas localidades – de diferentes cidades ou países, por exemplo – e o debate pode estar aberto apenas por uma janela de tempo, por exemplo, em um determinado horário, dia ou semana – período no qual a turma estará estudando o tema debatido antes de prosseguir em seu conteúdo. Ocorrendo desta forma uma interação assíncrona.

Daí se percebe, então, que, existindo o que se chama por espaço de fluxos, a virtualidade acabaria por se tornar, ela própria, um espaço em termos sociais – um suporte material no qual se compartilha tempo em atividades sociais (com simultaneidade). O que não deixa de ser curioso, dado que a virtualidade é geralmente associada à ideia de ‘o que não existe na realidade material’, mas, como bem sinaliza Mockle, ela acaba por se constituir como uma outra dimensão da realidade (BENYEKHFLEF; TRUDEL; CENTRE DE RECHERCHE EN DROIT PUBLIC., 2009, p. 12).

Prosseguindo a análise, passa-se ao segundo conceito. Entende-se por tempo atemporal a possibilidade de utilização das TICs de maneira a se aniquilar o tempo, pela negação ao sequenciamento (CASTELLS, 2009, p. 35). Tal negação, acrescenta Castells, pode ocorrer pela compressão do tempo – nas ideias de instantaneidade e de multitarefas - e/ou pela confusão sequencial das práticas sociais – incluindo passado, presente e futuro em uma ordem arbitrária, aleatória (2009, p. 35).

Com isso, Castells indica – com base em uma análise prévia de estudos de diversos acadêmicos de áreas como a sociologia, a geografia e a psicologia – que a redefinição de elementos essenciais à fundação material de nossa existência – como as noções de espaço e tempo – está ligada a emergência de novas estruturas sociais no processo de transformação histórica (2009, p. 33). Por isso, para este autor, a sociedade estaria em um novo paradigma social: o da Sociedade da Informação.

O conceito de Sociedade da Informação estaria profundamente ligado ao surgimento das TICs. De fato, o uso de tais tecnologias permeia e altera cada aspecto das relações humanas, desde o econômico e político até o cultural e social (OCDE, 2011, p. 14; WEBSTER, 2013, cap. 1). Afinal – como ressaltado na mensagem¹ publicada devido a ocasião do dia mundial da padronização – é este tipo de tecnologia que possibilita veloz obtenção, tratamento e uso de informações, sem a qual não seria possível a construção de uma *Global Information Society* (TAKAYANAGI; SMOOT; UTSUMI, 2003, p. 1).

Assim, conforme definição de Soete reproduzida na obra de Marsden, a Sociedade da Informação é a sociedade atualmente posta, na qual se valoriza informações de baixo custo, armazenamento de dados e transmissão de tecnologia e cuja generalização de informação e uso de dados é acompanhada por organização, inovações legais, sociais e comerciais, as quais provocam profundas mudanças no modo de vida dos indivíduos (2000, p. 1). Essa ideia (de Sociedade da Informação) aponta para uma realidade de escala global – não limitada a fronteiras nacionais – se mostrando, portanto, um desafio para o campo de estudos jurídicos.

E o Direito, ao se relacionar aos meios digitais, tangencia a Ciência da Informação. Tal ciência pode ser entendida como a “disciplina que investiga a propriedade e o comportamento da Informação, as forças governando o fluxo de informação e os meios para

¹ Mensagem publicada anualmente pela International Electrotechnical Commission (IEC), pela Organização Internacional para Padronização (ISO) e pela International Telegraph Union (ITU) (principais agentes internacionais engajados da padronização de segmentos tecnológicos), por ocasião do dia mundial da padronização (World Standards Day).

processamento de informação para máxima acessibilidade e usabilidade”² (BORKO, 1968, p. 1, tradução nossa). Assim, para tal disciplina (e, também para o presente estudo), é importante diferenciar as noções de dados, informações e conhecimento. Tais conceitos que, no senso comum, podem ser usados como sinônimos, no campo da Ciência da Informação, precisam ser distinguidos.

Deste modo, buscou-se uma delimitação dos conceitos de dados, informação e conhecimento no âmbito da Ciência da Informação. Motivo pelo qual se consultou o *Online Dictionary for Library and Information Science* (ODLIS), sendo encontrados os seguintes significados (REITZ, [S.d.], tradução nossa):

Dados

O plural da palavra em latina datum, significando ‘o que é dado’, comumente usado como um substantivo coletivo singular. Fatos, figuras ou instruções apresentados em uma forma que pode ser compreendida, interpretada e comunicada por seres humanos ou processada por computador. Comparar a informação e conhecimento.³

Informação

Dados apresentados em forma prontamente compreensível cujo significado foi atribuído a partir do contexto de seu uso. Em um sentido mais dinâmico, a mensagem transmitida pelo uso de um meio de comunicação ou expressão. Se uma mensagem é específica ou não, depende, em parte, da percepção subjetiva do sujeito que a recebe.

Mais concretamente, todos os fatos, conclusões, ideias e trabalhos criativos do intelecto e imaginação humanos os quais foram comunicados, formal ou informalmente, de alguma forma. Em seu discurso inaugural de 1801, Thomas Jefferson listou a ‘difusão de informação’ como um dos princípios fundamentais da forma republicana de governo estabelecida pela Constituição dos Estados Unidos. Comparar a conhecimento.⁴

² “(...) discipline that investigates the properties and behavior of information, the forces governing the flow of information, and the means of processing information for optimum accessibility and usability”.

³ “Data: The plural of the Latin word datum, meaning "what is given," often used as a singular collective noun. Facts, figures, or instructions presented in a form that can be comprehended, interpreted, and communicated by a human being or processed by a computer. Compare with information and knowledge.”

⁴ “Information: Data presented in readily comprehensible form to which meaning has been attributed within the context of its use. In a more dynamic sense, the message conveyed by the use of a medium of communication or expression. Whether a specific message is informative or not depends in part on the subjective perception of the person receiving it. x More concretely, all the facts, conclusions, ideas, and creative works of the human intellect and imagination that have been communicated, formally or informally, in any form. In his inaugural address of 1801, Thomas Jefferson listed the "diffusion of information" as one of the fundamental principles of the republican form of government established under the Constitution of the United States. Compare with knowledge.”

Conhecimento

Informação que foi compreendida e avaliada à luz da experiência e incorporada ao entendimento intelectual do conhecedor do assunto.⁵

Quanto às definições apresentadas, é importante se destacar duas coisas: (i) o próprio dicionário sugere que os conceitos são próximos, porém distintos ao recomendar a comparação dos conceitos; (ii) dados, informações e conhecimento se mostram em uma crescente de valor agregado, tornando o que se está sendo observado cada vez mais apto a ter uma finalidade útil para a sociedade (apto a gerar alguma inovação). Mas, na Era da Digital, porque o enfoque maior é dado à informação e não aos dados ou ao conhecimento?

A resposta parece estar nas próprias definições apresentadas. Dados são a matéria-prima, ou seja, estão em forma bruta. Isso significa que para terem valor precisam ser lapidados ou, usando o termo da Ciência da Computação, eles precisam ser minerados. O conhecimento, por outro lado, apresenta enfoque no indivíduo, sua ideia é a internalização da informação. Logo, o conceito de informação se mostra mais apropriado a ser manipulado para atingir os fins almejados pela sociedade. Isso, pois, ela possui mais valor agregado do que o ‘dado bruto’ e, ao contrário do conhecimento, não diz respeito à perspectiva interna de um indivíduo.

Desde a Revolução da Microeletrônica, ocorrida no final dos anos 1970 e início dos anos 1980, quando se inaugurou a ideia de Tecnologia da Informação (em inglês, *Information Technology*, IT), a comunidade acadêmica tem estudado de forma ainda mais intensa a informação. E, como ressalta Frank Webster, apesar de haver, em relação a este tema, ideias diferentes e opostas entre os estudiosos, uma convergência entre elas é quanto a sua pertinência (WEBSTER, 2013). Também se observa que a informação adquiriu um papel marcante e distintivo na sociedade pela crescente literatura versando a respeito de uma Era da Informação.

É importante ressaltar que admitir a relevância da informação nos tempos atuais não significa dizer que ela não exercia um papel importante – ou mesmo que exercia um papel menor – em momentos históricos anteriores. Isso porque, conforme destaca Webster, enquanto algumas correntes de pensamento defendem uma ruptura com o passado e a criação de um novo paradigma social, outras defendem uma transformação do passado no paradigma atual – e não a formação de um novo paradigma social (WEBSTER, 2013).

⁵ “Knowledge: Information that has been comprehended and evaluated in the light of experience and incorporated into the knower’s intellectual understanding of the subject.”

Então, as mudanças aprofundadas pelas TICs, disponíveis a partir dos anos 1990, aprofundaram esse marco da importância da informação para a sociedade. O fato é que as próprias características associadas à Informação mudaram e as discussões migraram de o que a tecnologia pode fazer com as pessoas – questionamentos sobre a substituição do homem pela máquina, sobre a perda de empregos e sobre os receios quanto à inteligência artificial – para o que as pessoas podem fazer com a tecnologia (WEBSTER, 2013, p. 3).

1.2 A Big Data como ferramenta para a Sociedade da Informação

Sabendo da importância da informação para a sociedade contemporânea, é importante se falar na ferramenta usada para a descoberta de informação a partir de dados: a Big Data. O uso da Big Data tem levado a sociedade cada vez mais longe em seus anseios por inovação. Por esse motivo, pode-se dizer que a Big Data é aplicada para todas as finalidades – desde econômicas, como endereçar propagandas para públicos alvo específicos, até em questões de saúde pública, ajudando na identificação de possíveis focos de contaminação de H1N1.

Primeiramente, é importante ser abordado o que se entende por Big Data. Quanto a sua definição, Mayer-Schonberger e Cukier observam que não existe um conceito rigoroso a este respeito (2013, cap. 1). Conforme apontado pelos autores, a primeira definição foi bem literal, Big Data seria um grande conjunto de dados (2013, l. 24, tradução nossa):

Inicialmente, a ideia era de que o volume de informações tinha crescido tanto que a quantidade examinada não cabia mais na memória que os computadores usavam para processamento, então os engenheiros precisavam aprimorar as ferramentas que eles usavam para analisar em sua totalidade.⁶

Com isso, percebem-se duas coisas: (i) o aumento do volume de dados coletados; e (ii) as limitações para sua devida análise. Quanto ao aumento do volume de dados, tal constatação é um consenso no cenário internacional, como se demonstra pela mensagem⁷ elaborada pela IEC, ISO e ITU por ocasião do dia mundial da padronização (TAKAYANAGI; SMOOT; UTSUMI, 2003, p. 1). Já, quanto às limitações para a análise de

⁶ “Initially the idea was that the volume of information had grown so large that quantity being examined no longer fit into the memory that computers use for processing, so engineers needed to revamp the tools they used for analyzing it all.”

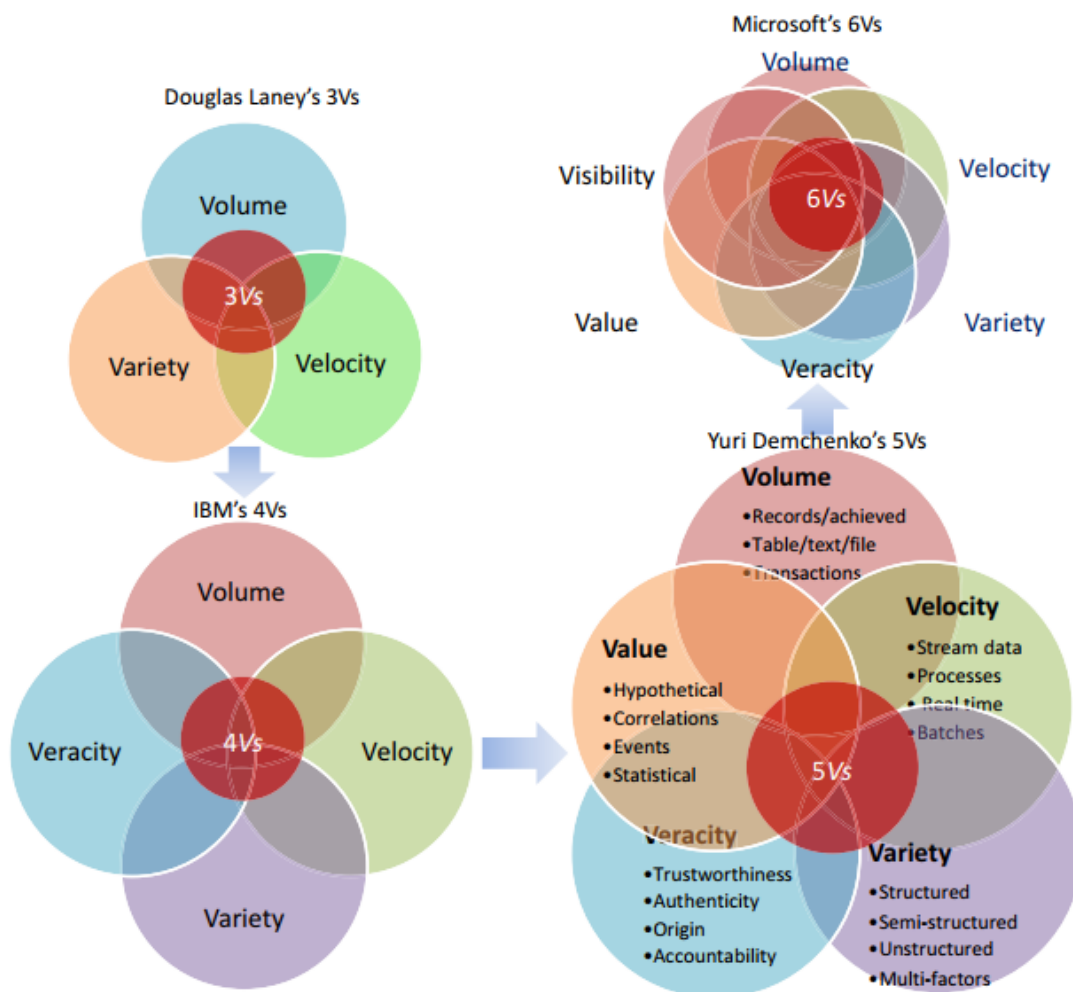
⁷ A mensagem anual sobre o dia mundial da padronização se inicia afirmando: “Today, we have access to more information than ever before, and, as the cost to access that information plummets, its audience increases”. Em uma tradução livre, “Hoje temos acesso a mais informação do que nunca e, à medida que o custo de acesso à tal informação cai, seu público aumenta” (tradução nossa).

tais dados, estas seriam apenas iniciais e em decorrência exatamente do aumento no volume de informações.

Assim, a Big Data se mostra como o instrumento mais poderoso para descobrir conhecimento em base de dados – em outras palavras, ela é apta a obter informações potenciais úteis, previamente desconhecidas e extraídas de forma implícita (RUBINSTEIN, 2013, p. 76). Como bem explicam Mayer-Schonberger e Cukier, a Big Data se refere ao que é possível fazer a uma larga escala de dados e que não é possível com um conjunto menor de dados: a extração de *insights* e novas formas de valor (2013, l. 25), a produção de inovação.

Em sua definição, a Big Data também é caracterizada por Vs. Não foi encontrado, na literatura estudada, um consenso quanto ao número de Vs que a qualificam. Verificou-se, contudo, que tal caracterização costuma variar de 3 Vs até 6 Vs⁸, conforme ilustrado pela figura a seguir:

Figura 1 - Evolução das dimensões da Big Data



Fonte: Buyya, Calheiros e Dastjerdi (2016, p. 9, fig. 3)

⁸ Podendo chegar a 9 Vs, como indicam Buyya, Calheiros e Dastjerdi em sua obra (2016, cap. 1).

Como se pode observar da figura anteriormente apresentada, os Vs usados para caracterizar a Big Data parecem ter evoluído com o tempo. Isto, pois, as características se desenvolveram de forma que, aos três Vs iniciais (volume, variedade e velocidade), foram acrescentadas novas qualidades (veracidade, valor e visibilidade). Essa nova configuração proporcionou uma significação mais abrangente quanto à Big Data, ou seja, possibilita uma melhor definição de suas características mais importantes.

Vale ressaltar que Big Data se trata daquilo que se pode fazer com uma larga escala de dados e que não é possível ser feito em uma escala menor (MAYER-SCHÖNBERGER; CUKIER, 2013, cap. 1): obter fortes correlações da quais se extraem probabilidades. Como afirmam Mayer-Schönberger e Cukier, saber ‘o que’ e não ‘o porquê’ é suficiente (2013, l. 148) para os fins a que a Big Data se propõe. Percebe-se, assim, que o núcleo dessa ferramenta é a análise preditiva feita com base em correlações (MAYER-SCHÖNBERGER; CUKIER, 2013, l. 157).

Para a obtenção de correlações em base de dados, é necessário ser feito o que se chama de mineração de dados, processo no qual se identificam padrões e relações contidas nos dados os quais eram antes desconhecidos. O uso de estatística se mostra de vital importância para o processo de amostragem, modelagem, análise, interpretação e apresentação dos dados – processo do qual decorre a identificação de padrões significativos contidos na base de dados (BUYYA; CALHEIROS; DASTJERDI, 2016, p. 16).

Neste ponto, Big Data e Inteligência Artificial – ramo contido no campo do aprendizado de máquinas (ou, em inglês, *machine learning*) – se aproximam: em ambos há o uso de estatísticas. Observa-se, inclusive, que o uso de sistemas de aprendizado de máquinas aumenta a eficiência da mineração de dados – especialmente, em se tratando de uma grande escala de dados – e que, sem tais sistemas, a análise de Big Data não seria possível (BUYYA; CALHEIROS; DASTJERDI, 2016, p. 17).

Mas é importante se chamar atenção para o fato de que não se deve confundir Big Data e Inteligência Artificial. Afinal, com a Big Data não se está tentando ‘ensinar’ um computador a ‘pensar’ como ser humano – que é o propósito da Inteligência Artificial. Se está, na verdade, a aplicar matemática a enormes quantidades de dados para deles se inferir probabilidades (MAYER-SCHÖNBERGER; CUKIER, 2013) a partir da correlação (e não da relação de causa e efeito) entre os dados da base de dados.

Sendo a Big Data uma ferramenta indispensável para favorecer constantes avanços tecnológicos, não é difícil entender como as empresas tecnológicas ganharam tanto destaque

na economia contemporânea: elas se utilizam de Big Data para proporcionar as inovações desejadas pela sociedade. E o que a Big Data representa na estrutura de negócios dessas empresas? Ela se mostra um fator importante para a geração de lucro, correspondendo ao potencial de lucratividade dessas empresas – em especial para as que são ramo eminentemente tecnológico⁹.

No Direito brasileiro, o potencial de lucratividade de uma empresa, também entendido como mais-valia ou sobrevalor do conjunto de bens em relação à soma dos valores individuais dos mesmos (TOMAZETTE, 2013, p. 109–110), é o que se entende por aviamento (COELHO, 2012, p. 123–124). Nas palavras de Ulhoa Coelho, “[a]o organizar o estabelecimento, o empresário agrega aos bens reunidos um sobrevalor (...) enquanto esses bens permanecem articulados em função da empresa, o conjunto alcança, no mercado, um valor superior à simples soma de cada um deles em separado” (2012, p. 120).

Função similar é exercida pela Big Data. Empresas, como Google e Facebook, sustentam a importância dos algoritmos por elas desenvolvidos afirmando que seus algoritmos são o diferencial de seus negócios e são a base de seu sucesso em capacidade de inovação. A Big Data é, então, recurso sem o qual os dados não seriam capazes de produzir tanto valor agregado às empresas digitais. Pois, como destacam tais empresas, os dados por si só não agregam a informação necessária para a produção de conhecimento inovativo – já que eles precisam ser minerados.

A Big Data é, portanto, uma ferramenta que está a serviço, desde a entes governamentais – como, por exemplo, no sistema de crédito social que está se implantando na China – até a entes privados – como se falou a pouco dos gigantes da Internet. Deve-se ter em mente três fatores para o melhor desempenho dessa ferramenta: a ordem de grandeza da base de dados (quanto mais dados melhores resultados), a aptidão do algoritmo desenvolvido (para fornecer boas correlações) e a segurança a que tal base de dados é submetida (para garantir a integridade dos dados e a confiança na ferramenta, com o uso de criptografia, por exemplo).

Para o presente estudo, destaca-se que as preocupações com a segurança de bancos de dados devem ser ainda maiores quando eles são compostos por dados extraídos de indivíduos. Neste caso, os desenvolvedores de tais bases devem ter em mente que a manipulação de grandes volumes de dados pressupõe cuidados com a segurança da informação, também, para garantir a privacidade dos indivíduos – o que, além de garantir a

⁹ Gostaria de se destacar, dentre as empresas tecnológicas com grande valorização econômica, notadamente, as consideradas as gigantes da Internet, Google, Amazon, Facebook e Apple.

proteção desse direito fundamental, também lhes traz como retorno a confiança dos indivíduos em manter seus dados na plataforma.

Com a notória importância da informação e o inevitável uso de Big Data para gerar inovações, o surgimento de um Direito Digital é algo natural para a Sociedade da Informação. Tal surgimento decorre de uma necessidade de normatização das relações transformadas pelas tecnologias. Afinal, o Direito serve para trazer estabilidade as relações sociais, proporcionando segurança jurídica para os agentes poderem tomar suas decisões racionalmente – com base na solução que lhes é possível prever ser dada pelo Direito em suas relações.

1.3 O Direito Digital e a Sociedade da Informação

Como já foi abordado anteriormente, a sociedade atual é caracterizada pela globalização, pela redução de barreiras temporais e espaciais para conectar indivíduos – em vários aspectos, como o social e o econômico – ao redor mundo. Também é fato notório que as TICs – dentre elas, notoriamente, a Internet – contribuíram fortemente para o fenômeno da globalização. Assim, as formas como se relacionam as esferas do mundo digital e do Direito se mostram um objeto de estudos relevante, sendo o ponto central deste tópico.

Quanto ao fenômeno da globalização, Marsden destaca três tipos de abordagem – sendo elas as visões da hiperglobalização, a globalização cética e a transformativa. Segundo o autor, a abordagem transformativa da globalização, baseada na visão de interdependência de atores estatais e não-estatais – redefinindo o conceito de soberania – é a mais realista no âmbito das relações internacionais para se aplicar aos efeitos da Sociedade da Informação e suas tecnologias nas interações humanas (2000, p. 3).

Isso demonstra que, por um lado, os meios digitais não estão apartados de um Direito Interno. E, por outro lado, que eles também necessitam de um controle acima do nível nacional – o que não necessariamente aponta para o Direito Internacional. A caracterização anteriormente citada de Marsden, quanto à abordagem transformativa, leva à hipótese de que esse controle está relacionado ao Direito Transnacional. Ou, em outras palavras, que a característica global da Internet a torna dependente de um Direito Transnacional.

A Internet é um espaço internacional para a expressão humana que transcende fronteiras (FENOLL-TROUSSEAU; HAAS, 2000, p. 2), ela representa a ruptura do binômio espaço/tempo e a fragmentação das fronteiras físicas e conceituais (BENYEKHLEF; TRUDEL; CENTRE DE RECHERCHE EN DROIT PUBLIC., 2009, p. 2) – atributos que já

demonstram a característica transnacional deste meio. Outro indicativo é a sua regulação tanto por Estados como por atores não estatais. Mas o que se entende por Direito Transnacional?

Para se compreender o que é o Direito Transnacional – e poder, portanto, diferenciá-lo do Direito Interno e Internacional –, é necessário primeiro se observar o fenômeno da diferenciação funcional – por vezes, também chamado de fragmentação. Este fenômeno foi teorizado por Niklas Luhmann a partir de seu estudo sobre a sociedade mundial. Suas formas variam de acordo com o grau de complexidade estrutural que tornam possíveis e também pela maneira como reagem aos problemas dele derivados (2007, p. 394).

A diferenciação funcional é uma construção recursiva, na qual o sistema dentro do qual outros são formados se reconstrói por meio de uma distinção posterior entre sistema-parcial e entorno – partindo da perspectiva do sistema-parcial, o restante do sistema-total representa esse entorno (LUHMANN, 2007, p. 473). Então, ao sistema que sofre a diferenciação funcional, aplica-se o conceito de reentrada desta distinção sistema/entorno no que foi por ela distinguido (LUHMANN, 2007, p. 473).

Como bem ressalta Luhmann, esse processo de diferenciação não é o mesmo que uma decomposição de um todo em partes. Isso porque, como afirma o autor, na realidade, “cada sistema-parcial reconstrói ao sistema-total – ao qual pertence e co-realiza – por meio de uma diferença própria (específica ao sistema-parcial) de sistema/entorno”¹⁰ (2007, cap. 473, tradução nossa). Assim, por meio da diferenciação, o sistema se desenvolve mediante dimensões novas de sistemas e entornos¹¹ (LUHMANN, 2007, p. 474).

A inter-relação sistema-total e sistema-parcial pode ser representada, no âmbito do Direito Internacional e Transnacional, respectivamente, pelas regulações exercidas por entes estatais e não-estatais. É cada vez maior a demanda regulatória de entes transnacionais, especialmente, em áreas de grande incidência do fenômeno da globalização (TEUBNER; FISCHER-LESCANO, 2004, p. 1010). De forma que estes fragmentos autônomos da sociedade satisfazem sua própria demanda por meio de autorregulação¹² – uma fonte de

¹⁰ “(...) cada sistema-parcial reconstruye al sistema total — al que pertenece y co-realiza — a través de una diferencia propia (específica del sistema-parcial) de sistema/entorno”.

¹¹ Este processo não pressupõe a coordenação por meio do sistema-total – como sugeriria o modelo de um todo e suas partes – e nem a distribuição de todas as atividades do sistema-total aos sistemas-parciais – como se ele só pudesse funcionar por intermédio de seus sistemas-parciais (LUHMANN, 2007, p. 474). A diferenciação produz, assim, de maneira inevitável relações de dependências e independências (LUHMANN, 2007, p. 475).

¹² Destacam-se dentre tais entes transnacionais os gigantes da Internet – em especial, o Facebook que é o recorte escolhido por este estudo. Tais entidades possuem grande demanda por regulação e acabam por supri-las, em grande medida, com políticas desenvolvidas internamente, como as políticas de privacidade dos usuários, por exemplo – tratando-se de um meio de autorregulação.

direito fora da esfera nacional e da internacional (TEUBNER; FISCHER-LESCANO, 2004, p. 1010).

Além disso, em vários aspectos em relação aos meios digitais não seria possível que cada país aplicasse sua própria legislação. Como é o caso, por exemplo, das disputas por nomes de domínio, “se cada Estado aplicasse sua legislação nacional, havia um sério risco de fragmentação [esfacelamento] do direito da Internet em relação aos nomes de domínio genéricos”¹³ (POLLICINO; BASSINI, 2001, cap. 24, tradução nossa). De forma que, os entes estatais são obrigados a reconhecer que não são ‘ilhas regulatórias’ e a realizar seus objetivos regulatórios de forma cooperativa (POLLICINO; BASSINI, 2001, p. 26).

O Direito Transnacional se distingue, então, do Internacional por esse se referir às regras que emanam de Estados-nações e aquele abarcar também, como fonte de Direito, entidades não estatais – sendo característico de áreas relacionadas ao fenômeno da globalização, como o campo digital. Destaca-se que, seguindo o processo de diferenciação, na esfera transnacional, são inter-relacionados o regional, o nacional e o multilateral/plurilateral. O que, segundo Marsden, também pode ser observado nos meios digitais (2000, p. 5), confirmando sua natureza transnacional.

O fenômeno da virtualização é complexo e se mostra um desafio ao Direito moderno, fundamentado no princípio de uma norma pré-estabelecida por um soberano à população de um território delimitado (BENYEKHFLEF; TRUDEL; CENTRE DE RECHERCHE EN DROIT PUBLIC., 2009, p. 3). Neste contexto, surge o Direito Digital, como ramo autônomo do Direito, para responder às demandas da Sociedade da Informação. Ele se diferenciou do Direito Interno e do Internacional, mas ainda guarda profundas relações com ambos – como se observa na teoria da diferenciação funcional a qual diz que o sistema-parcial reconstrói ao sistema-total.

Como a virtualização penetrou e alterou vários aspectos sociais, é papel do Direito regular essas novas formas de interação. E, como bem destacam Benyekhlef e Trudel, “a respeito do Direito, a virtualização se mostra como um fenômeno multiforme: ela se manifesta ao nível das representações a respeito do que ela facilita e do que ela complexifica”¹⁴ (BENYEKHFLEF; TRUDEL; CENTRE DE RECHERCHE EN DROIT PUBLIC., 2009, cap. 4, tradução nossa). Por exemplo, a virtualização, ao proporcionar o

¹³ “[i]f every state applied national law, there would be a serious risk of fragmentation [shattering] of the Internet law regarding generic domain names”.

¹⁴ “[a]u regard du droit, la virtualisation apparaît comme un phénomène multiforme : elle se manifeste au niveau des représentations à l’égard de ce qu’elle facilite ou ce qu’elle complexifie.”

comércio eletrônico, complexifica a aplicação do Direito Empresarial, Concorrencial e Consumerista às relações que surgem nesse meio.

Então, dado que o presente trabalho busca estudar as duas últimas políticas de privacidade do Facebook – as de antes e depois do escândalo da Cambridge Analytica – e confrontá-las à perspectiva dos usuários desta rede social, primeiro é necessário entender como o Direito Digital responde às questões sociais que surgem, pelo uso de Big Data, para a garantia à privacidade de dados pessoais. Em outras palavras, como preservar o uso da ferramenta da Big Data sem abrir mão do direito fundamental à privacidade dos dados pessoais por ela usados – tema que será abordado no capítulo a seguir.

CAPÍTULO 2: OS ENTRAVES DA BIG DATA À PRIVACIDADE DE DADOS PESSOAIS

A Big Data, conforme dito no capítulo anterior, é uma importante ferramenta para a descoberta de informações a partir de dados. Deste modo, preservar o seu uso sem abrir mão da privacidade dos dados pessoais por ela usados é um dos entraves que precisa ser respondido pelo Direito Digital. Além de ser um direito fundamental dos indivíduos dos quais se obtêm os dados, a garantia à privacidade também torna a plataforma mais eficiente em seu propósito inovativo. Afinal, quanto maior for a confiança dos usuários quanto à segurança e à privacidade de seus dados, maior o volume de dados eles estarão dispostos a fornecer à plataforma.

Neste capítulo, então, o objetivo é estudar os pontos contraditórios existentes entre a Big Data e a proteção de dados pessoais. Em outras palavras, como conciliar o uso de tais dados e a preservação da privacidade dos indivíduos dos quais eles foram extraídos. Para isso, primeiro, será abordado o conceito de dados pessoais para, então, ser esclarecida a contradição entre a garantia de sua privacidade e o uso de Big Data. A seguir, serão apontados os principais problemas observados de tal contradição e como se propõe contorná-la por meio das chamadas diretrizes para garantia da privacidade.

O presente capítulo será dividido, então, em dois tópicos. No primeiro, o foco será explorar os dados pessoais como um tipo particular de dados, sendo abordado o conceito de dados pessoais e suas dimensões econômica e personalíssima. Já, no segundo tópico, serão abordadas as diretrizes para garantia da privacidade, momento em que se fará a diferenciação dos termos segurança e privacidade e também serão problematizadas as medidas elencadas para garantir a privacidade de dados pessoais.

2.1 Dados pessoais como um tipo particular de dados

Como já se falou no capítulo anterior, a Big Data apresenta alguns entraves à segurança e privacidade de informações contidas em grandes bancos de dados. Observou-se também que não é possível – e, muito menos, não é desejável pela Sociedade da Informação – impedir o uso de Big Data, pois esta ferramenta está diretamente ligada à inovação e ao avanço tecnológico almejado na atualidade. Essas constatações levam a uma conclusão: os dados que compõe essas grandes bases são extremamente importantes e precisam ser

protegidos – pelo bem dos usuários dos quais são extraídos, das empresas que os exploram e da sociedade como um todo.

Contudo, quando, em tais bases, os dados armazenados são referentes a seres humanos, outro importante elemento precisa ser considerado: a privacidade das pessoas das quais se obteve os dados. Este é um importante diferencial entre dados pessoais e outras espécies de dados. Enquanto a proteção desse último interessa apenas a quem dele faça uso – para manter a integridade da base de dados e permitir, por exemplo, vantagem competitiva a uma empresa –, a proteção dos dados pessoais interessa também a fonte de tais dados, que são pessoas dotadas de direitos fundamentais.

a) Conceito de ‘dados pessoais’

Mas o que se entende por ‘dados pessoais’? Em um estudo feito anteriormente, o qual teve por objetivo estabelecer a delimitação de um conceito juridicamente relevante de dados pessoais, foram observadas as políticas de privacidade das gigantes da Internet Facebook, Google e Microsoft. Neste estudo, constatou-se que nenhuma das políticas analisadas apresentou uma definição precisa para dados pessoais – todas elas preferiram descrever que tipos de dados eram coletados e de que forma eles eram utilizados (FACEBOOK, 2016; GOOGLE, 2017; MICROSOFT, 2017)¹⁵.

Naquela oportunidade, observou-se que tais empresas resolveram substituir o formato de contrato usualmente utilizado e apresentar suas políticas de privacidade em forma de *webpage* informativa – como será melhor aprofundado no próximo capítulo. Em tal substituição, também foi dada preferência por uma linguagem menos técnica e mais acessível ao público alvo destes produtos¹⁶. O que, na visão do estudo, deveu-se à tentativa de evitar dúvidas e incompreensões na leitura das políticas e ganhar a confiança dos usuários quanto à proteção dos dados coletados, atraindo, assim, mais internautas.

¹⁵ É importante destacar que as políticas de privacidade mencionadas sofreram alterações. E, delas, apenas a da Google continua a ser disponibilizada, em sua íntegra, online pela empresa. Quanto à política da Microsoft, a empresa disponibiliza um histórico das alterações sofridas a cada nova versão – e que pode ser observada no seguinte endereço: <https://privacy.microsoft.com/pt-BR/updates>. Por fim, quanto à política do Facebook, ela não está mais disponível online, contudo, seu conteúdo pode ser observado, na íntegra, no Anexo B do presente trabalho.

¹⁶ Foi observado, inclusive, na política de privacidade do Google, um pequeno glossário – chamado de ‘termos-chave’ – contendo a explicação de termos mais técnicos (GOOGLE, 2017).

Observando-se as referidas políticas de privacidade, foi constatado que toda espécie de dados é coletada sobre os indivíduos na rede mundial de computadores¹⁷. Esse fato vai de encontro à definição de dados pessoais encontrada no guia da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) sobre privacidade. Assim, entende-se por dados pessoais “qualquer informação relacionada a um indivíduo identificado ou identificável”¹⁸ (OCDE, 2013, cap. 13, tradução nossa) – tal conceito também vai de encontro à definição de dados pessoais que se encontra expressa no artigo 5º, inciso I, da nova Lei Geral de Proteção de Dados (BRASIL, 2018)¹⁹.

Partindo desse entendimento sobre ‘dados pessoais’, percebe-se que eles possuem duas dimensões: uma econômica – voltada para a perspectiva das empresas que os coletam e os usam em suas atividades econômicas para produzir inovações – e uma personalíssima – voltada para a perspectiva dos seres humanos dos quais os dados são extraídos, dada a inalienabilidade do direito fundamental à privacidade de tais indivíduos. Ambas as dimensões serão melhor exploradas a seguir visando aprimorar o entendimento dos dados pessoais como uma espécie particular de dados.

b) Dimensão econômica dos dados pessoais

Quanto à dimensão econômica dos dados pessoais, a bibliografia encontrada revelou ser pacífica no cenário internacional é a percepção dos dados pessoais como ativo econômico. Muitas empresas digitais, em especial as chamadas gigantes da Internet (também chamadas pela sigla GAFA – Google, Apple, Facebook e Amazon), trabalham com coleta, armazenamento e processamento de dados pessoais na forma de Big Data – formando, tais dados, parte do estabelecimento empresarial dessas companhias.

Em relatório produzido em 2011, o Fórum Econômico Mundial (FEM ou, em inglês, *World Economic Forum, WEF*) apresentou os dados pessoais como uma nova classe de ativos, afirmando, inclusive, que eles são considerados por alguns como o “novo petróleo” (FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL, 2011, p. 5) – o que só vem a confirmar o papel central

¹⁷ Essa conclusão está baseada na constatação de que, nas políticas de privacidade observadas, as mais diversas espécies de dados pessoais eram exemplificadas pelas empresas gigantes da Internet como dados por elas coletados, desde informações pessoais, como nome, endereço de e-mail, número de telefone; conteúdo visitado na Internet, como consultas de pesquisa, vídeos assistidos, documentos carregados (GOOGLE, 2017; MICROSOFT, 2017), até mesmo informações coletadas a partir de outros usuários, como fotos compartilhadas por uma pessoa a outra e mensagens enviadas de um usuário a outro (FACEBOOK, 2016).

¹⁸ “(...) any information relating to an identified or identifiable individual”.

¹⁹ Uma ilustração das categorias em que se pode classificar os dados pessoais pode ser observada no infográfico que consta no Anexo A.

que a Big Data desempenha na sociedade contemporânea. Mas como entender os dados pessoais serem classificados como ativos econômicos?

Para se responder a tal pergunta, além dos elementos relacionados ao Direito Digital já abordados no capítulo anterior, é necessário fazer uma rápida consideração quanto aos elementos relevantes relacionados ao Direito Empresarial – quais sejam, o estabelecimento empresarial e o aviamento. A diferenciação entre estabelecimento empresarial e aviamento será importante para o entendimento da dimensão econômica assumida pelos dados pessoais perante as empresas – especialmente, as empresas digitais.

Conforme se observa em pesquisa na doutrina jurídica, apesar de serem próximos, é importante que os conceitos de estabelecimento empresarial e de aviamento não sejam confundidos. Tal confusão, como bem alerta Marlon Tomazette, poderia ocorrer pelo fato de, alguns autores, usarem as expressões ‘fundo de comércio’ e/ou ‘fundo de empresa’ como sinônimos para estabelecimento empresarial, enquanto outros as usam como sinônimos para aviamento (2013, p. 95).

Segundo Fábio Ulhoa Coelho, enquanto o estabelecimento empresarial trata do conjunto de bens reunidos pelo empresário para a exploração de sua atividade econômica, o aviamento se caracteriza pelo valor agregado que é auferido a tal conjunto dos bens pela sua reunião em razão da mesma atividade (2012, p. 121). A diferença existente entre esses conceitos os relaciona, respectivamente, aos elementos do Direito Cibernético de dados pessoais, em sua dimensão econômica, e de Big Data, em sua dimensão como potencial de lucratividade da empresa – como já se abordou no capítulo anterior.

O próximo passo, na análise dos dados pessoais como ativo econômico, seria questionar se tais dados podem ou não ser caracterizados como bens – afinal, já foi demonstrado anteriormente que esses dados são importantes, ou mesmo indispensáveis, para a atividade econômica de empresas como as gigantes da Internet. A discussão quanto aos dados serem ou não bens não é, contudo, um ponto problemático ou polêmico. Isso porque o Direito Empresarial reconhece a existência e tutela a proteção de bens imaterial (ou intangíveis).

Como ensinado pela doutrina empresarial, o conjunto de bens reunidos com a finalidade de realizar atividade econômica é o que se entende por estabelecimento empresarial (COELHO, 2012, cap. 5). Dentre esses bens, estão compreendidos os materiais e imateriais (COELHO, 2012, p. 123; TOMAZETTE, 2013, p. 106). Logo, não óbices à consideração dos dados pessoais como bens imateriais que compõem o conjunto de bens de um estabelecimento empresarial.

Partindo deste entendimento, a conclusão lógica é de que os dados pessoais – assim como outros tipos de dados coletados e usados para gerar inovações – são regidos pelas as quais se aplicam aos demais bens que constituem o estabelecimento empresarial. Por exemplo, se o Código Civil, em seu artigo 1143, permite o estabelecimento, na sua coletividade ou individualidade de bens, ser objeto de transações, o mesmo disposto também pode ser aplicado a banco de dados – mesmo que tais dados sejam referentes a indivíduos.

c) Dimensão personalíssima dos dados pessoais

Quanto à dimensão personalíssima dos dados pessoais, ela está relacionada a proteção desses dados no âmbito da esfera dos indivíduos dos quais eles foram obtidos. A bibliografia encontrada aponta que, tanto no ordenamento jurídico brasileiro, como no dos EUA e dos países europeus (dos quais, destaca-se a Alemanha), o reconhecimento da proteção de dados como um direito autônomo e fundamental é derivado das garantias jurídicas associadas à proteção aos sujeitos de direito (DONEDA, 2011; SCHWABE, 2005; WARREN; BRANDEIS, 1890).

É interessante ressaltar que, apesar de tais ordenamentos jurídicos preverem a proteção de dados pessoais em decorrência da proteção aos indivíduos de quem esses dados são obtidos, a forma como tal tutela jurisdicional ocorre nesses países é distinta. Isso, pois, como se observou na bibliografia selecionada, nos EUA tal proteção surgiu a partir do direito à proteção da pessoa e de sua propriedade (WARREN; BRANDEIS, 1890), enquanto, na Alemanha, ela surgiu do direito fundamental à autodeterminação (SCHWABE, 2005).

Já, no ordenamento brasileiro, a proteção aos dados pessoais derivada, tanto da proteção da personalidade, quanto da proteção à vida privada e à intimidade (DONEDA, 2011, p. 103). Sendo a proteção à privacidade uma garantia constitucional – prevista no artigo 5º, inciso X, da Constituição Federal (1988) – e a proteção da personalidade, por sua vez, um desdobramento do princípio constitucional da dignidade da pessoa humana – previsto no artigo 5º, inciso V da Constituição (1988).

Vale ressaltar que os direitos de personalidade – além da previsão constitucional – são regidos pelas normas que constam, no capítulo II, do Código Civil brasileiro. Conforme determina o artigo 11 do Código Civil, o exercício de tais direitos não podem sofrer limitação, nem mesmo por expressão voluntária de seu próprio detentor, sendo, também, considerados intransmissíveis e irrenunciáveis (2002). Mais recentemente, a proteção dos dados pessoais passou a contar também com previsão legal expressa no ordenamento brasileiro.

Tal previsão expressa foi concretizada, primeiramente, pela Lei nº 12.965 de 2014, também conhecida como Marco Civil da Internet. Conforme disciplina essa lei, no sistema jurídico brasileiro, estariam asseguradas, dentre outras, a proteção da privacidade (artigo 3º, inciso II), a proteção dos dados pessoais (artigo 3º, inciso III) e a inviolabilidade da intimidade e da vida privada (artigo 7º, inciso I) – inclusive, dentre as seções do Marco Civil, uma delas (a Seção II do Capítulo III) é dedicada também à proteção aos dados pessoais e às comunicações privadas (BRASIL, 2014).

Mais recentemente, foi aprovada a Lei nº 13.709 de 2018, também conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Tal lei, que entrará em vigor em fevereiro de 2020 (18 meses após sua publicação), tem sido bastante elogiada por especialistas na área de proteção de dados. Essa lei estabelece, por exemplo, fundamentos de proteção aos dados pessoais (em seu artigo 2º) e o conceito de dados pessoais para o Direito brasileiro (em seu artigo 5º, inciso I) – conceito este que, conforme já foi adiantado anteriormente, está em consonância com o adotado em nível internacional (BRASIL, 2018).

Assim, ao se extrair dados de seres humanos e utilizá-los para compor plataformas de Big Data, temos em questão a tutela jurídica do direito à privacidade de cada um dos indivíduos dos quais os dados foram extraídos. E, se um por lado, esses direitos não são afastados ao se fazer o uso coletivo de dados pessoais, por outro, a sociedade contemporânea não pode abrir mão – para satisfazer a suas necessidades por fluxos de informações e inovações – do uso de tão poderosa ferramenta, como a Big Data. Sendo, tal dificuldade regulatória, agravada pelo caráter essencialmente transnacional do Direito Digital.

2.2 Estratégias de garantia da privacidade como um meio conciliatório

Em uma tentativa de conciliar proteção de dados pessoais e uso de Big Data, surgem as chamadas estratégias para garantia da privacidade: medidas que, ao serem adotadas, (pelo menos em tese) permitiriam que tais dados fossem usados sem infringir a privacidade das pessoas das quais eles são obtidos. Tais medidas se encontram na dimensão da segurança de dados, que é diferente de privacidade de dados. Por isso, antes de se partir, propriamente, para a discussão de tais medidas, é importante se entender a diferença conceitual existente entre ‘privacidade de dados’ e ‘segurança de dados’.

a) Privacidade vs. Segurança de dados

Conforme foi anteriormente adiantado, quando se fala em segurança de dados e privacidade de dados, não se está a falar da mesma coisa. Mas, então, qual é a diferença entre esses dois termos? Para se responder a essa questão, mais uma vez se recorreu à terminologia do domínio conexo da Ciência da Informação. Em nova consulta ao *Online Dictionary for Library and Information Science* (ODLIS) (REITZ, [S.d.], tradução nossa), foram encontrados os seguintes significados:

Privacidade

O direito de um indivíduo (ou grupo) de proteger contra divulgação informação sobre vida pessoal ou profissional, especialmente em relação a empresas governamentais e comerciais, e de permanecer livre de monitoramento, exceto quando autorizado nos termos da lei. No Código de Ética ALA [Associação de Bibliotecas dos Estados Unidos], bibliotecários e funcionários da biblioteca são encorajados a ‘proteger o direito à privacidade de confidencialidade de cada usuário da biblioteca no que diz respeito a informações solicitadas ou recebidas e recursos consultados, emprestados, adquiridos ou transmitidos’. Muitos bibliotecas dos Estados Unidos decidiram, por uma questão política, não reter registros de circulação de materiais devolvidos pelo usuário para evitar uso indevido de tais informações. Ver também: Lei de Privacidade e Ato Patriota dos EUA.²⁰

Segurança

Em computação, a tecnologia desenvolvida para prevenir pessoas desautorizadas, particularmente hackers e crackers, de obterem acesso a sistemas e arquivos protegidos, incluindo criptografia de dados, detecção de vírus, firewalls e autenticação de códigos de autorização (nomes de usuário, senhas, PINs, etc). Em um sentido mais geral, todas as medidas tomadas por uma agência, companhia, organização ou instituição para prevenir pessoas desautorizadas de acessar informações confidenciais.²¹

²⁰ “Privacy: The right of an individual (or group) to keep information about personal and professional life from disclosure, especially to government and commercial enterprises, and to remain free from surveillance except as authorized under provisions of law. In the ALA [American Library Association] Code of Ethics, librarians and library staff are encouraged to “protect each library user's right to privacy and confidentiality with respect to information sought or received and resources consulted, borrowed, acquired, or transmitted.” Many libraries in the United States have decided as a matter of policy not to retain circulation records for materials returned by the user to prevent misuse of such information. See also: Privacy Act and USA Patriot Act.”

²¹ “Security: In computing, the technology developed to prevent unauthorized persons, particularly hackers and crackers, from gaining entry to protected systems and files, including data encryption, virus detection, firewalls, and the authentication of authorization codes (usernames, passwords, PINs, etc.). In a more general sense, all the measures taken by an agency, company, organization, or institution to prevent unauthorized persons from accessing confidential information.”

Assim, entende-se que privacidade de dados diz respeito ao direito de dado indivíduo – ou mesmo de uma coletividade de indivíduos – de ter seus dados protegidos contra o uso indevido das informações neles contidas – especialmente, frente a agentes governamentais e empresas. E, conforme já se falou no tópico anterior, a garantia à privacidade de dados deriva, no sistema jurídico brasileiro, da proteção à intimidade e à vida privada – direitos fundamentais garantidos constitucionalmente.

Por outro lado, entende-se que segurança de dados diz respeito às medidas tomadas por agentes utilizadores de plataformas de base de dados para impedir o acesso não autorizado aos dados pessoais de tais plataformas. Como se observa da definição anteriormente reproduzida, as medidas de segurança de dados são vistas, de um ponto de vista bem aberto e genérico, como qualquer providência tomada com o intuito de criar obstáculo a quem quer que não tenha autorização para acessar à base de dados.

Assim, as medidas referentes às estratégias para garantia da privacidade estão dentro do âmbito das medidas de segurança da informação. Ou seja, tais estratégias são medidas adotadas com o propósito de impedir o acesso não autorizado a dados pessoais, para que eles não sejam usados indevidamente infringindo, assim, a privacidade dos indivíduos dos quais tais dados foram obtidos – e, por consequência, desrespeitando direitos fundamentais desses sujeitos de direito.

b) Principais estratégias para garantia da privacidade e suas problemáticas

Como bem ressaltam Mayer-Schönberger e Cukier, nem toda plataforma de Big Data lida com dados pessoais (2013, l. 418). Contudo, como já foi veementemente afirmado, as que lidam com dados pessoais colocam em risco a privacidade dos indivíduos relacionados a tais dados. É neste contexto que medidas de proteção – também chamadas de segurança – de dados são necessárias, para garantir a privacidade dos indivíduos, os quais os dados alimentam ferramentas de Big Data.

Voltemos, então, ao conceito de dados pessoais, para dele se extrair as principais estratégias de proteção à privacidade. Segundo foi demonstrado no tópico anterior, os dados pessoais são entendidos como: qualquer informação relacionada a uma pessoa identificada ou identificável - artigo 5º, inciso I, LGPD e p. 13 do Guia da OCDE (BRASIL, 2018; OCDE, 2013). Partindo deste conceito quais medidas poderiam ser adotadas para a proteção dos dados pessoais?

A primeira medida seria o consentimento do indivíduo, dado previamente de forma livre e esclarecida quanto à finalidade para a qual os seus dados serão usados²². Vale destacar que dar o consentimento livre e esclarecido é diferente de abrir mão do direito à privacidade. Afinal, como já se viu, o direito à privacidade é indisponível e inalienável. Na verdade, o que ocorre com o consentimento livre e esclarecido é o indivíduo autorizar o uso de seus dados para determinada finalidade, logo, não haverá um uso indevido, não sendo violada a privacidade.

Contudo, os próprios pressupostos da Big Data se mostram um problema para a proteção da privacidade por meio do consentimento dos indivíduos. Tal problemática se deve ao fato de a Big Data ser uma ferramenta usada para obter informações potenciais úteis, previamente desconhecidas e extraídas de forma implícita (RUBINSTEIN, 2013, p. 76). Desta forma, não seria possível se dar um consentimento prévio e esclarecido para a coleta e uso de dados pessoais por plataformas de Big Data.

De fato, o uso de Big Data para a produção de inovações impossibilita saber, no momento da tomada do consentimento, a finalidade exata para a qual os dados pessoais serão usados, pois não se sabe previamente as correlações que serão obtidas com o seu uso. Mudar o ônus da responsabilidade para os utilizados dos dados, segundo Mayer-Schönberger e Cukier, faz mais sentido pelo fato deles serem os mais qualificados a determinar a intenção de uso dos dados pessoais (2013, l. 477-478), fazendo uma mudança regulatória do consentimento para a responsabilidade (2013, l. 480).

Vale ressaltar que essa mudança da garantia da privacidade do consentimento para a responsabilidade não quer dizer ser desnecessária a autorização para a coleta dos dados pessoais. Na verdade, o que se parece propor com essa mudança regulatória é que os utilizadores precisam da autorização para realizar a coleta dos dados, mas serão eles, os utilizadores, a garantir a privacidade dos indivíduos, por meio de seu compromisso em seguir a intenção de uso informada no momento da obtenção do consentimento.

Outra medida para se preservar a privacidade é a opção de exclusão (em inglês, *opt out*). Essa medida corresponde a possibilidade conferida a cada indivíduo de pedir a exclusão de seus dados de determinado banco de dados ou, ainda, corresponde a possibilidade de escolha do indivíduo de não compartilhar seus dados com a plataforma. A opção de exclusão

²² Atualmente, devido às mudanças que os meios digitais operaram na noção de tempo, passou-se a se trabalhar com o consentimento ficto para suprir a autorização dos indivíduos para o uso de seus dados, correspondendo, assim a à realidade fática na qual as pessoas, na grande maioria das vezes, não fazem a leitura das políticas de privacidade antes de usar as plataformas que coletam seus dados.

guarda, portanto, profunda relação com o chamado direito ao esquecimento – também conhecido, em inglês, como *right to be let alone* (WARREN; BRANDEIS, 1890) – e com o processo de desindexação.

Há dois pontos problemáticos em se adotar essa medida para garantir a privacidade. Primeiro, pensemos na concretização da opção de exclusão quanto à retirada de dados de imagem do serviço do Google Maps. O fato de tais dados não constarem no mapa irá chamar mais atenção para eles do que se eles lá constassem em meio ao grande volume de outros dados. Então o primeiro problema é que a exclusão dos dados pode causar o efeito contrário do pretendido – expondo ainda mais a informação para a qual se quer dar privacidade.

Em segundo lugar, do ponto de vista do indivíduo que escolheria compartilhar ou não os seus dados, às vezes, permitir o compartilhamento é a opção menos pior. Isso porque, ao escolher não autorizar a coleta de dados, o indivíduo será privado do serviço da plataforma, o que, de seu ponto de vista, pode ter um impacto mais negativo do que concordar com o compartilhamento. Em outras palavras, haveria um vício de consentimento, pois ele não teria sido dado livremente.

Contra esse último argumento, alega-se que a referida plataforma não poderia produzir as inovações que a tornam atrativas sem o uso dos dados os quais ela pede consentimento para coletar. Segundo esse raciocínio, é justo ela não permitir o acesso de quem com ela não compartilha seus dados, pois, caso contrário, tal indivíduo estaria se aproveitando de uma inovação para a qual não contribuiu – retirando, assim, a lógica econômica da exploração de dados e o incentivo à inovação.

Por fim, mais uma medida para a preservação da privacidade é a desidentificação, também chamada de anonimização, dos dados. Ora, se dados pessoais são aqueles referentes a uma pessoa identificada ou identificável, bastaria que não se pudesse identificar a pessoa de quem eles provem e tais dados deixam de ser pessoais. Essa parece ser uma solução simples: retirando-se os elementos que permitam a identificação dos indivíduos aos quais os dados se referem, eles poderiam ser usados sem violar a garantia da privacidade.

Contudo, com bancos de dados cada vez maiores e mais abrangentes, o problema que se coloca para a efetividade de tal medida é a possibilidade da re-identificação a partir do cruzamento de bases de dados. Tal situação não é apenas uma questão hipotética, isso realmente já aconteceu, a algum tempo atrás, com a empresa AOL (MAYER-SCHÖNBERGER; CUKIER, 2013, l. 424) e, mais recentemente, com a Netflix. Em ambos os

casos, dados anonimizados foram re-identificados pelo cruzamento de tais dados com os de outras bases, violando, assim, a privacidade dos indivíduos dos quais eles se referiam.

Resumidamente, as principais estratégias para a garantia da privacidade são três: (i) o consentimento prévio a coleta dos dados; (ii) a desidentificação ou o anonimato (*anonymization*); e (iii) a opção de exclusão (*opt out*). E, como se procurou demonstrar ao longo deste tópico, todas as três medidas são colocadas à prova frente ao recurso da Big Data. Demonstrando que tais estratégias não são mais tão eficazes para se conciliar a proteção à privacidade dos indivíduos e o uso da ferramenta Big Data.

Atualmente, após o reconhecimento da garantia à privacidade como um direito fundamental – constando tal garantia, inclusive, no artigo 12 da Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão (MENDEL *et al.*, 2012, p. 53) –, conforme nos apontam as pesquisas da UNESCO, a combinação de Internet e de telefonia móvel tem criado um rápido movimento global na comunicação digital e tal movimento tem alterado significativamente os desafios para a proteção da privacidade (MENDEL *et al.*, 2012, p. 14) ao:

- a. Permitir o reconhecimento de novos tipos de informação pessoal²³;
- b. Facilitar (e economicamente exigir) o reconhecimento e localização da informação pessoal;
- c. Criar novas capacidades para os agentes públicos e privados analisarem informações pessoais;
- d. Criar novas oportunidades para uso comercial dos dados pessoais²⁴;
- e. Criar novos desafios para a regulação, dada a natureza transnacional da Internet.

De forma semelhante, apontam Mayer-Schönberger e Cukier que a questão não é se a Big Data aumenta os riscos quanto à garantia da privacidade, pois já é pacífico que os riscos são aumentados, mas se ela altera o caráter do risco (2013, l. 420). Deste modo, por meio da problematização descrita ao longo deste tópico, verifica-se ser necessário se reavaliar as estratégias tradicionais de proteção à privacidade – o consentimento prévio e esclarecido, a anonimização ou desidentificação e a opção de exclusão.

Partindo, então, da importância e da necessidade do uso de Big Data, percebe-se logo que ela se coloca como uma dificuldade para a garantia da privacidade dos indivíduos e para as medidas estabelecidas com este fim. Apesar disso, o embate entre privacidade e Big Data

²³ Como se pode observar no infográfico apresentado no Anexo A, no qual várias categorias de dados pessoais são representadas.

²⁴ O que, inclusive, aponta para a dimensão econômica dos dados pessoais, apresentada anteriormente neste capítulo.

precisa ser enfrentado pelo Direito. E, como conciliar essas duas realidades opostas – as proteções ao direito fundamental à privacidade e ao direito de livre iniciativa e inovação –, é um desafio colocado para a regulação, tanto a tradicional, feita por entes governamentais, como para a autorregulação realizada pelos agentes que fazem uso de Big Data e de dados pessoais.

CAPÍTULO 3: AS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE DO FACEBOOK NA PERSPECTIVA DA REDE SOCIAL E DE SEUS USUÁRIOS

O surgimento do Direito Digital, como já foi retratado, aponta para um novo domínio do Direito que conta com particularidades próprias (vide cap. 1), como a preocupação com a proteção do direito fundamental à privacidade dos dados pessoais (vide cap. 2). Como também já foi falado antes, as empresas digitais vêm ganhando mais espaço e destaque dentre os agentes no contexto internacional (vide cap. 1), especialmente com suas autorregulações. Este estudo é motivado pela ideia de que tais empresas devem se guiar pela perspectiva/vontade de seus usuários – ideia também apresentada por Fadi Chehadé²⁵ em sua entrevista ao TED Talk (2018).

O presente capítulo tem por objetivo analisar as políticas de privacidade do Facebook, tanto do ponto de vista da rede social – quanto às mudanças a que a plataforma se comprometeu perante seus usuários após o escândalo Cambridge Analytica – como, também, do ponto de vista dos usuários – quanto a sua compreensão das políticas de privacidade da rede social e quanto a como eles se sentem em relação à proteção de seus dados pela plataforma. Para isso, é importante entender, primeiro, o que foi o incidente Cambridge Analytica para, depois, serem feitas as comparações pretendidas por este estudo.

Este capítulo, então, será dividido em três tópicos. Primeiro, será feita uma contextualização do escândalo Cambridge Analytica e das ações a que o Facebook se comprometeu a adotar após tal incidente. A seguir, as políticas de privacidade atual e imediatamente anterior da plataforma (datada de 29 de setembro de 2016) serão comparadas entre si e com os compromissos assumidos pela empresa. E, por fim, a perspectiva da rede social será confrontada com as de seus usuários quanto à política de privacidade de dados da plataforma.

3.1 Contextualização do escândalo Cambridge Analytica e das mudanças provocadas pelo incidente

²⁵ Fadi Chehadé é um executivo da tecnologia da informação. Atualmente, ele é o presidente e CEO da Corporação da Internet para Atribuição de Nomes e Números (em inglês, Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, ICANN). Ele também ajudou a configurar o sistema de nomes de domínio e os padrões de endereço de IP, estruturas importantes para o funcionamento da Internet.

No início do ano, uma notícia correu o mundo e abalou uma das empresas gigantes da Internet. O chamado escândalo Cambridge Analytica, envolvendo o Facebook, representou uma quebra de confiança dos usuários dessa rede social e uma mancha na reputação da empresa. Tal incidente foi de grande relevância internacional, pois (re)colocou em destaque o tema da privacidade de dados e as medidas de segurança adotadas pelas políticas de privacidade de empresas digitais que exploram comercialmente os dados de seus usuários. Mas como entender o escândalo Cambridge Analytica?

Tal escândalo se refere ao fato noticiado pelos jornais *The Guardian* e *The New York Times* de que um questionário respondido por 270 mil usuários do Facebook levou ao acesso a dados de 87 milhões²⁶ de usuários e que tais dados, em posse da Cambridge Analytica, foram usados, em 2016, na campanha eleitoral do presidente dos EUA, Donald Trump. Após a publicação dessa notícia, o valor das ações do Facebook despencou na casa de bilhões de dólares na bolsa de valores dos EUA. Tendo início, também, uma onda contas sendo encerradas nessa rede social, o que demonstra a perda de confiança no Facebook por parte de seus usuários.

Conforme relatado por Mark Zuckerberg (CEO da empresa) em postagem publicada em março deste ano nessa rede social: tudo começou, em 2013, com a disponibilização no Facebook de um aplicativo de teste de personalidade criado pelo pesquisador da Universidade de Cambridge, Aleksandr Kogan (2018). E, devido à política de privacidade do Facebook em vigor à época dos fatos, tal aplicativo obteve acesso aos dados de amigos dos usuários que o instalaram (ZUCKERBERG, 2018) – por isso houve tamanha discrepância entre o número de pessoas que usaram o aplicativo e que tiveram seus dados coletados por ele.

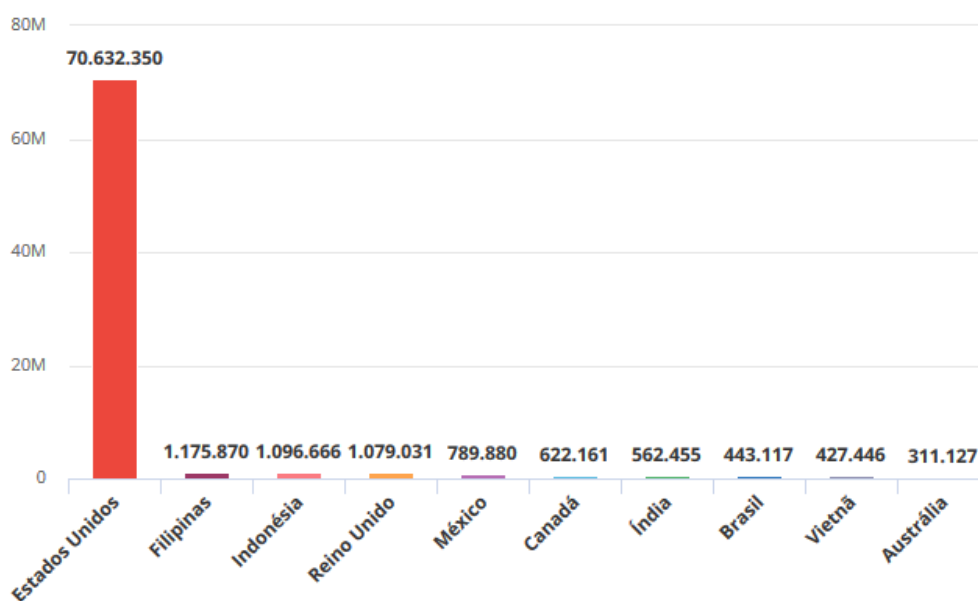
A seguir, em 2014, o Facebook mudou sua plataforma de forma a limitar o acesso de aplicativos aos dados dos usuários da rede social – assim aplicativos, como o que causou o incidente ora narrado, não poderiam pedir acesso a dados sensíveis de amigos de seus usuários (ZUCKERBERG, 2018). Em 2015, a rede social soube, por jornalistas do *The Guardian*, que os dados obtidos com o aplicativo de Kogan haviam sido compartilhados sem consentimento das pessoas das quais eles foram extraídos (ZUCKERBERG, 2018). O Facebook, então, banuiu o pesquisador de sua plataforma e exigiu a exclusão dos dados compartilhados.

²⁶ Apesar de o número exato de usuários afetados não ser preciso – a Cambridge Analytica estima serem por volta de 30 milhões de usuários, os jornalistas do *The Guardian* estimam 50 milhões e o Facebook, 87 milhões – deu-se preferência pela estimativa feita pela plataforma afetada, o Facebook.

Agora, em 2018, alertados por jornalistas do *The Guardian*, do *The New York Times* e do *Channel 4* da não exclusão dos dados compartilhados com a Cambridge Analytica, o Facebook a banuiu de seus serviços e exigiu uma auditoria confirmando a efetiva exclusão dos dados obtidos em 2013 (ZUCKERBERG, 2018). Como consequência desse incidente, inclusive, o CEO do Facebook, Mark Zuckerberg, foi chamado a testemunhar diante do Congresso dos EUA sobre o incidente aqui narrado.

Conforme se verifica pelas notícias que saíram na mídia, usuários de vários países foram afetados pelo escândalo Cambridge Analytica. No gráfico abaixo, pode-se observar que a grande maioria dos usuários afetados são dos Estados Unidos. No entanto, a situação dos usuários brasileiros não deixa de ser uma preocupação, já que o Brasil figura entre os oito países com maior número de afetados e, em 2018, ele passa por um processo eleitoral importante²⁷ – dado que essas eleições ocorrem num momento político-econômico difícil e complexo para o país.

Figura 2 - Países com mais usuários afetados no incidente Cambridge Analytica



Fonte: informações divulgadas pelo Facebook, gráfico elaborado pelo G1 (G1, 2018).

²⁷ A importância do processo eleitoral brasileiro de 2018, dada a projeção internacional do país, foi reconhecida pelo Facebook em entrevista de seu CEO à CNN: “(...) And we have a responsibility to do this [prevent Facebook to be used for foreign interference in mayor elections around the world], not only for the 2018 midterms in the U.S., which are going to be a huge deal this year and that's just a huge focus for us but there's a big election in India this year, there's a big election in Brazil, there are big elections around the world, and you can bet that we are really committed to doing everything that we need to to make sure that the integrity of those elections on Facebook is secured.” (CNN, 2018). (... E nós temos a responsabilidade de fazer isso [prevenir que o Facebook seja usado para interferência estrangeira em importantes processos eleitorais ao redor do mundo], não apenas para as “midterms” [eleições de meio de mandato] nos EUA, que serão um grande evento este ano e isso é precisamente um grande foco para nós, mas há uma grande eleição na Índia este ano e uma grande eleição no Brasil, há grandes eleições em todo o mundo, e você pode apostar que estamos comprometidos em fazer todo o necessário para garantir que a integridade dessas eleições no Facebook seja assegurada. Tradução nossa.)

Vale ressaltar que o que chama a atenção nesse incidente é ele não se tratar propriamente de um vazamento de dados – ou seja, a base de dados do Facebook não foi invadida, não havendo um acesso não autorizado aos dados da plataforma que ensejasse a aplicação dos artigos 46 e 48 da Lei de Proteção de Dados Pessoais (BRASIL, 2018). Na verdade, o que ocorreu foi um aplicativo se utilizar de uma brecha nas normas da política de privacidade dessa rede social para acessar dados de mais pessoas do que as que realmente foram suas usuárias, havendo, posteriormente, o compartilhamento desses dados com outra empresa (não parceira do Facebook²⁸).

Visando contornar o problema ocorrido com a Cambridge Analytica e reconquistar a confiança de seus usuários, o Facebook se comprometeu, em postagem de seu CEO, a tomar providências contra atores que queiram se aproveitar do acesso à base de dados da plataforma. Em resumo, a rede social se comprometeu a: (i) investigar todos os aplicativos da plataforma; (ii) avisar usuários vítimas de aplicativos abusivos; (iii) restringir o acesso dos desenvolvedores a dados; (iv) reduzir os dados que aplicativos obtêm com *logins*; e (v) garantir que os usuários entendam quais aplicativos estão autorizados a acessar seus dados (ZUCKERBERG, 2018).

Primeiramente, o Facebook se comprometeu a investigar todos os aplicativos com acesso a grandes volumes de informações de antes das já citadas mudanças de 2014 na plataforma, conduzindo, inclusive, auditorias completas nos que fossem considerados suspeitos (ZUCKERBERG, 2018). Além de banir os desenvolvedores de quaisquer aplicativos que tenham feito mal uso de dados pessoais, a rede social também se comprometeu a avisar usuários vítimas de tais aplicativos – o que inclui aqueles afetados pelo incidente Cambridge Analytica (ZUCKERBERG, 2018).

A seguir, a plataforma assumiu o compromisso de restringir ainda mais o acesso dos desenvolvedores a dados para prevenir outros tipos de abuso. Como, por exemplo, removendo o acesso a dados do usuário que não use determinado aplicativo a mais de três meses e reduzindo os dados que aplicativos obtêm quando os usuários fazem *login* a partir de suas contas do Facebook – segundo a plataforma, agora tais dados serão limitados a apenas nome, foto do perfil e endereço de e-mail, o acesso a quaisquer outros dados necessitará de autorização (ZUCKERBERG, 2018).

²⁸ Segundo definição própria da rede social, em sua nova política de privacidade, empresas parceiras são aquelas que se qualificam como anunciantes, desenvolvedores de aplicativos e publishers (FACEBOOK, 2018).

O Facebook se comprometeu, por fim, a garantir que os usuários entendam quais aplicativos estão autorizados a acessar os seus dados. Para isso, por exemplo, a plataforma anunciou que disponibilizaria (em alguns meses) no topo do “Feed de Notícias” de todos os usuários uma ferramenta contendo os aplicativos usados e uma forma mais fácil de remover a permissões de tais aplicativos aos dados pessoais do usuário – além da opção já existente nas configurações de privacidade (ZUCKERBERG, 2018).

Partindo das ações as quais o Facebook se comprometeu em adotar visando manter a segurança e a credibilidade em sua plataforma, o presente estudo pretende identificar se (e, em caso afirmativo, de que forma) as providências prometidas podem ser verificadas em sua nova política de privacidade. Para isso, no próximo tópico, não só serão observadas como tais medidas podem ser identificadas na nova política de privacidade, como, também, a política atual será comparada à política imediatamente anterior da plataforma – a qual é datada de 29 de setembro de 2016.

3.2 O contraste entre as políticas de privacidade do Facebook e os compromissos assumidos pela plataforma

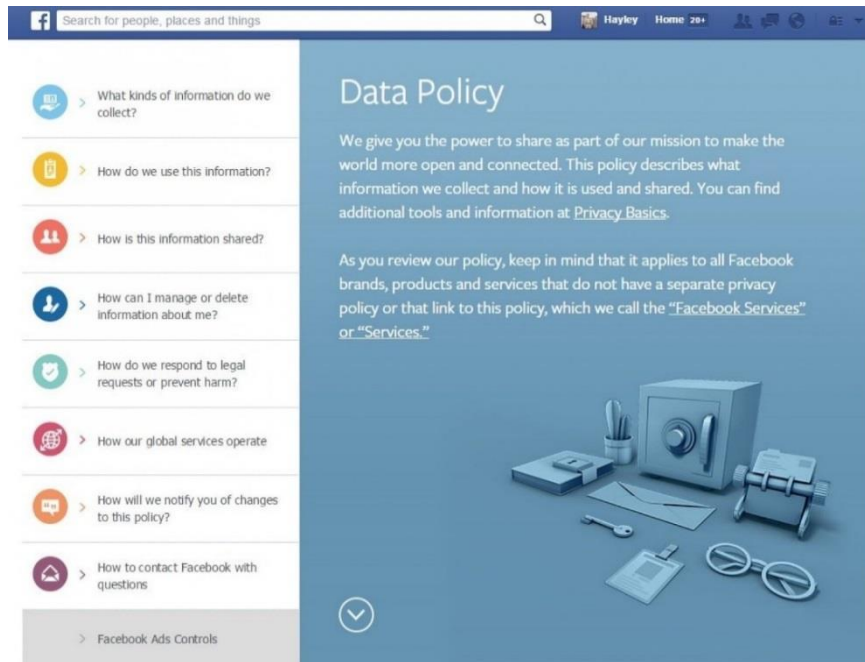
A análise que se fará a seguir busca responder duas questões: (i) o que, na atual política de privacidade do Facebook, foi mudado em relação a política anterior; e (ii) o que demonstra que os comprometimentos assumidos pela empresa estão sendo implementados. Tal investigação será dividida quanto às visões macro e micro dos elementos das políticas de privacidade. Onde, na visão macro, serão analisados os elementos de *layout* e de organização e, na visão micro, os elementos de linguagem e de conteúdo. Passa-se, então, à referida análise.

a) Análise quanto aos macroelementos

Layout

Quanto ao *layout* das políticas de privacidade, como se adiantou no capítulo anterior e pode ser observado nas figuras abaixo, o Facebook tem seguido uma tendência entre as empresas digitais de apresentar sua política de dados no formato de *webpage* informativa. Tal *layout*, na opinião deste estudo, privilegia uma maior acessibilidade e adequação das políticas ao público alvo da plataforma, numa tentativa de passar as informações de forma mais clara a seus usuários, ganhar sua confiança e aumentar sua base de dados.

Figura 3 - Layout da política de privacidade do Facebook de 2014 a 2018



Fonte: The Washington Post (2014).

Figura 4 - Layout da atual política de privacidade do Facebook



Fonte: Facebook (2018).

Essa é a estratégia de negócios que costuma ser utilizada por boa parte das empresas que atuam nos meios digitais e cuja exploração de dados pessoais possui papel de destaque em sua atividade econômica. Tal estratégia leva a um efeito de escala benéfico para essas companhias: mais dados possibilitam mais e/ou melhores correlações, que permitem à

plataforma ofertar mais inovações, atraindo mais usuários o que, por sua vez, traz mais dados para a plataforma.

Isso, porque, melhor informando seus usuários, eles confiam mais na segurança que a plataforma confere aos seus dados. Daí resultam dois efeitos positivos para a empresa: (i) seus usuários ficaram mais à vontade para compartilhar mais dados com a plataforma e (ii) eles acabam por influenciar outros internautas a também passarem a utilizar os serviços da empresa – o que os levará a com ela compartilhar seus dados. Por ambas as formas, a plataforma será alimentada com mais dados, uma maior base de dados, melhorará a ferramenta de Big Data, que encontrará mais e/ou melhores correlações e tornarão os serviços da empresa mais atrativos.

O antigo formato de contrato no qual as políticas de privacidade eram apresentadas aos usuários não tinha aptidão para produzir tal efeito de escala. Pois, o formato de negócio jurídico firmado entre partes contratante e contratada e organizado em cláusulas desestimulava a leitura das políticas de privacidade pelos usuários – principalmente porque a maioria deles não familiaridade com o campo jurídico. Sem fazer leitura das políticas, os usuários têm apenas uma ideia abstrata dos dados coletados e de como a plataforma garante sua segurança.

No novo formato, a *webpage* informativa usa elementos como cores, imagens (estáticas ou animadas), tamanho de letra e diagramação para tornar a política de privacidade mais bonita visualmente para os usuários. Além de dispor de uma espécie de sumário, à esquerda da tela, que resume as principais partes da política e permite acessá-las com um *click*. Isso sem contar que, com o recurso de *hyperlink* ao longo do próprio texto, o usuário pode ir mais facilmente para o ponto da política que contenha as informações que ele busca – quer esse ponto esteja na mesma página da Internet ou em outra página da mesma plataforma.

Organização

Tabela 1 – Divisão de tópicos das políticas de privacidade do Facebook

Versão de 29 setembro de 2016	Versão de 19 de abril de 2018
Quais tipos de informações coletamos?	Quais tipos de informações coletamos?
Como usamos essas informações?	Como usamos essas informações?
Como estas informações são compartilhadas?	Como essas informações são compartilhadas?
(sem tópico equivalente)	Como as Empresas do Facebook trabalham em conjunto?

Como faço para gerenciar ou excluir informações sobre mim?	Como faço para controlar ou excluir informações sobre mim?
Como respondemos a solicitações judiciais ou evitamos danos?	Como respondemos a requisições legais ou prevenimos danos?
Como nossos serviços globais operam	Como operamos e transferimos dados como parte de nossos serviços globais?
Como você será notificado sobre mudanças nesta política?	Como notificaremos você sobre mudanças nesta política?
Como entrar em contato com o Facebook em caso de dúvidas	Como entrar em contato com o Facebook em caso de dúvidas

Fonte: Dados do Facebook (2016, 2018).

Como se pode observar da tabela²⁹ acima, quanto à organização, as políticas de privacidade do Facebook guardam muita proximidade em suas estruturas de tópicos. Verifica-se que as seções importantes foram mantidas com os mesmos nomes ou com denominações muito parecidas – mudando apenas poucas palavras e, em geral, adotando terminologias menos formais. O único tópico que é novidade na política mais recente é o chamado “Como as Empresas do Facebook trabalham em conjunto?” – contudo, as informações nele contidas já eram abordadas na política anterior, só que em outra seção.

Em geral, o presente estudo considera que a organização de ambas as políticas de privacidade – juntamente com o layout de webpage informativa e a adoção de uma linguagem menos técnica – favorece a estratégia, adotada pela empresa, de tornar suas políticas de dados mais acessíveis aos usuários. É interessante, também, chamar-se a atenção para o fato de o Facebook colocar, após o sumário de tópicos contidos em sua política, uma lista de outros tópicos complementares à leitura e que se encontram em outras páginas da plataforma.

b) Análise quanto aos microelementos

Linguagem

Quanto à linguagem empregada, a atual política de privacidade do Facebook segue o padrão da política anterior de usar uma linguagem mais acessível. Considera-se, inclusive, que as mudanças mais significativas que ocorreram entre uma política e outra, relacionadas ao conteúdo, devem-se à busca por uma linguagem mais simples e clara. O que demonstra o

²⁹ A referida tabela é usada como um recurso visual, com o objetivo de facilitar a comparação que se pretende fazer neste estudo. Ela foi montada a partir das informações contidas nas políticas de privacidade do Facebook de 29 de setembro de 2016 e de 19 de abril de 2018.

empenho da empresa em cumprir o compromisso por ela assumido de garantir que seus usuários entendam melhor sobre o compartilhamento de seus dados na rede social.

Conforme já foi abordado ao se falar sobre o *layout* das políticas, o Facebook optou, em ambas as políticas de privacidade, por abandonar a linguagem jurídica e técnica que se usava no formato contrato para usar uma linguagem mais simples e acessível a seus usuários. Considera-se, inclusive, que a diagramação do novo layout contribuiu para potencializar o feito da linguagem simplificada e acessível na política atual. Além disso, em outras páginas³⁰ da plataforma contendo informações relacionadas à política de dados, faz-se uso de vários recursos visuais, usando-se, assim, a linguagem visual como uma forma a mais de comunicação.

Conteúdo

Por fim, quanto ao conteúdo, constatou-se que existe certa correspondência entre os conteúdos das políticas de privacidade do Facebook analisadas. As mudanças mais significativas observadas são no que diz respeito a uma melhor delimitação/explicação dos tópicos – motivo que levou a política mais recente a ser mais longa do que a anterior. Tal mudança está intimamente relacionada à escolha por uma linguagem mais acessível e também demonstra o empenho da empresa em cumprir o compromisso por ela assumido e reconquistar a confiança de seus usuários.

Quanto ao tópico “Como as Empresas do Facebook trabalham em conjunto?”, conforme já se adiantou neste trabalho quando a organização das políticas de privacidade foi analisada, ele não se trata de um tópico totalmente novo. Isso, porque, na política anterior esse conteúdo era abordado de forma menos explicativa e organizada – afinal de contas, tais informações eram dispersas nos tópicos “Quais tipos de informações coletamos?” e “Como usamos essas informações”.

Por fim, é interessante observar que as outras páginas da plataforma, cujos *links* constam na nova política de privacidade do Facebook, contêm informações bem explicativas aos usuários – como, por exemplo, a que fala sobre o acordo entre países da União Europeia e os Estados Unidos para proteção da privacidade na Internet ou a que contém informações sobre a proteção aos menores de idade. Outra observação é que o Facebook também disponibiliza uma versão para impressão da nova política de dados, o que proporciona mais uma comodidade a seus usuários.

³⁰ Páginas como a de título “Noções básicas de privacidade” (FACEBOOK, [S.d.]).

3.3 Uma comparação da perspectiva do Facebook e de seus usuários quanto à política de privacidade da plataforma

Pensar nos consumidores, em suas necessidades e em como melhor servi-los é uma atividade comum a qualquer empresa de sucesso. Isso não seria diferente para as empresas digitais, contudo, como tais empresas exercem papel tão importante no âmbito do Direito Digital, ao buscar atender às necessidades e expectativas de seus usuários, elas acabam por lhes transferir poder frente aos outros atores (CHEHADÉ; FREEDMAN, 2018). Partindo desse entendimento, será feita, a seguir, a comparação das perspectivas do Facebook e de seus usuários quanto às políticas de privacidade da empresa.

A investigação que se fará a seguir busca entender, mais especificamente, se as percepções do Facebook e de seus usuários quanto ao entendimento das políticas de privacidade, quanto à clareza necessária na linguagem de tais políticas e quanto à segurança dos dados coletados pela plataforma estão ou não alinhadas. Para se alcançar tal objetivo, foi elaborado o questionário online (Apêndice A) para a se realizar uma análise quantitativa dos dados obtidos (Apêndice B).

O questionário esteve aberto a receber respostas de 19 de junho de 2018 até 18 de outubro do mesmo ano. Durante este período, 143 respostas foram recebidas, das quais 103 eram de usuários da área do Direito (recorte escolhido por este estudo). Os entrevistados atuantes no Direito são usuários do Facebook com idades entre 17 e 48 anos, tendo a maior parcela deles (76% do total dos usuários do campo jurídico) entre 16 e 30 anos. Eles também indicaram, em sua esmagadora maioria (90% dentre eles) acessar a rede social, principalmente, via celular ou tablet.

Dentre os entrevistados³¹, mais da metade (58%) informou acessar a plataforma do Facebook pelo menos uma vez ao dia – sendo que 47% do total afirmou acessar a rede social mais de uma vez ao dia³². Quanto ao nível de escolaridade, os usuários que responderam ao questionário, em sua grande maioria, possuem a graduação em curso ou incompleta (60%), seguido pelos que tem graduação completa (10%), mestrado em curso ou incompleto (7%) ou mestrado completo (6%).

³¹ A partir deste ponto, quando se fizer referência aos entrevistados, será sempre em relação à parcela deles que informou ser da área do Direito. Isso, porque, conforme explicado na introdução, este foi o recorte escolhido pelo presente trabalho acadêmico.

³² A importância de se saber a frequência de atividades dos usuários entrevistados se deve ao fato de que o questionário, para melhor atender a seus objetivos, precisava ser respondido por usuários frequentes do Facebook. Afinal, são estes usuários os que fornecem mais dados para a plataforma e possuem mais vulnerabilidade quanto à segurança de seus dados pessoais. Desta forma, observando os dados obtidos, pode-se concluir que o questionário, de fato, chegou aos usuários mais frequentes da rede social.

a) Análise quanto ao entendimento das políticas de privacidade

Assim, avançando para a comparação entre as perspectivas do Facebook e de seus usuários, tal análise será iniciada pela questão do entendimento das políticas de privacidade. Quanto a este ponto, o Facebook se posicionou assumindo o compromisso de garantir que seus usuários saibam quais aplicativos estão autorizados a acessar seus dados (ZUCKERBERG, 2018). Já, quanto à perspectiva dos usuários, ao se perguntar quais dados eles acreditavam ser usados e compartilhados pela rede social, foram obtidas as seguintes respostas:

Tabela 2 - Opinião: Quais dados são usados e/ou compartilhados pelo Facebook

	Leram alguma política de privacidade	Leram a do Facebook	Nunca leram políticas de privacidade	Total
Dados do perfil públicos	90%	90%	97%	95%
Imagens postadas	74%	60%	64%	69%
Páginas curtidas no Facebook	86%	90%	89%	88%
Páginas curtidas fora do Facebook	69%	70%	61%	65%
Aplicativos instalados no celular/tablet	50%	40%	62%	58%
Localização	71%	65%	72%	73%
Tempo em que as postagens ficam na tela	55%	50%	49%	52%

Fonte: Respostas ao questionário (Apêndice B)

Pelas respostas acima compiladas, percebe-se um descompasso entre as duas perspectivas, do Facebook e de seus usuários. Isso, porque, se, mesmo os usuários que afirmaram terem lido a política de privacidade dessa rede social, não indicam acertadamente os dados que são coletados e/ou compartilhados pela plataforma, não se pode dizer que eles tenham feito um bom entendimento da política de dados lida. Na verdade, o que a observação das respostas obtidas parece indicar é que fazer ou não a leitura de políticas de privacidade não tornou os usuários mais bem informados quanto aos dados coletados pela rede social.

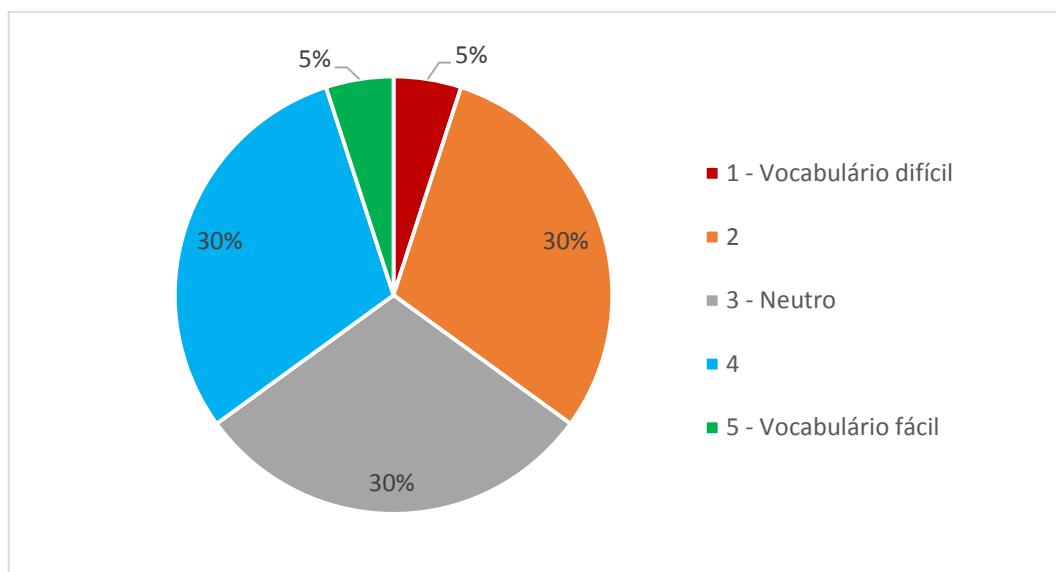
Isso é mais claramente percebido em relação aos itens ‘aplicativos instalados no celular/tablet’ e ‘tempo em que as postagens ficam na tela’ – os quais contaram, respectivamente, com respostas na faixa entre 50%-62% e 49%-55% do total de entrevistados. Para ambos os itens, é informado, nas políticas de privacidade analisadas neste estudo, a sua

coleta pela plataforma (FACEBOOK, 2016, 2018). Mesmo assim, até entre os entrevistados que fizeram a leitura da política de dados do Facebook, foi grande a porcentagem de desinformação – sendo, inclusive, maior entre eles quanto aos ‘aplicativos instalados’³³.

b) Análise quanto à clareza das informações contidas nas políticas de privacidade

Em relação à clareza das informações contidas nas políticas de privacidade³⁴, item que guarda relação com o anterior, além do que foi antes observado – quanto ao posicionamento do Facebook de buscar melhor informar seus usuários e das informações extraídas das respostas dos entrevistados quanto aos dados coletados/compartilhados pela plataforma –, seguem representados abaixo os gráficos de opinião dos internautas que já leram e que nunca leram políticas de privacidade:

Figura 5 - Gráfico: Opinião dos entrevistados que leram a política de privacidade do Facebook sobre a clareza na linguagem

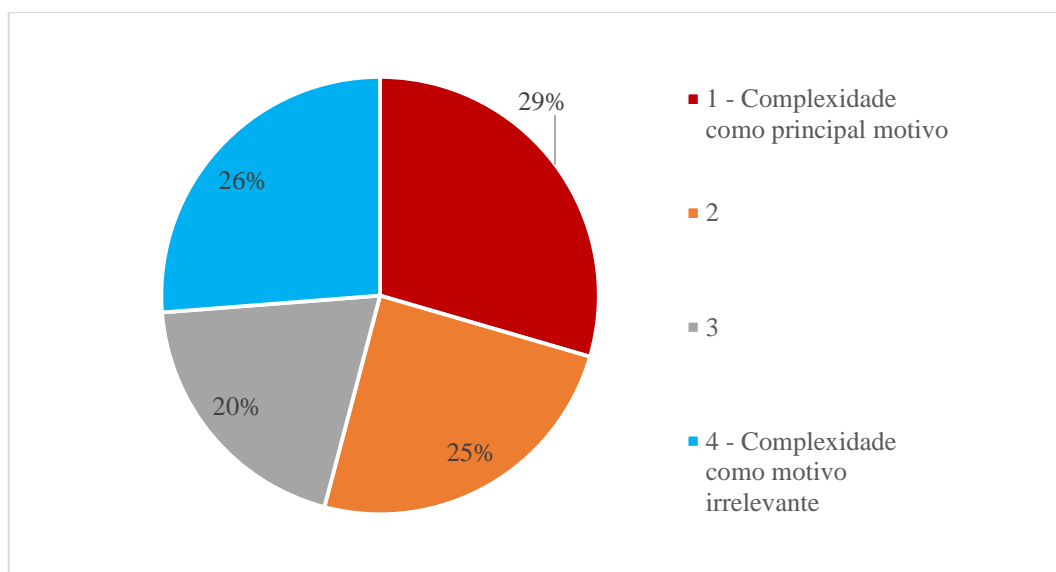


Fonte: Respostas ao questionário (Apêndice B)

³³ É importante ser descartada a hipótese de desinformação pelo entrevistado ter feito a leitura de uma política de privacidade antiga e que sofreu alterações significativas em seu conteúdo quanto aos dados coletados. Primeiro, porque, não se tem notícia de que tal alteração substancial tenha ocorrido nas políticas de privacidade do Facebook. E, segundo, pois, ao se pesquisar sobre quais dados eram coletados em diferentes épocas da existência da plataforma, também não se observa nenhuma grande alteração.

³⁴ É importante destacar que, apesar de outros quesitos terem sido investigados – como (i) o tempo necessário para leitura, (ii) a aceitação dos termos da política independente de seu conteúdo e (iii) a não identificação de malefícios no compartilhamento dos dados pessoais – apenas os dados sobre a complexidade da linguagem das políticas foram coerentes e conclusivos. Motivo pelo qual apenas tais dados foram analisados no presente estudo.

Figura 6 – Gráfico: Opinião dos entrevistados sobre a importância da complexidade da linguagem como motivo para nunca ter lido políticas de privacidade



Fonte: Respostas ao questionário (Apêndice B)

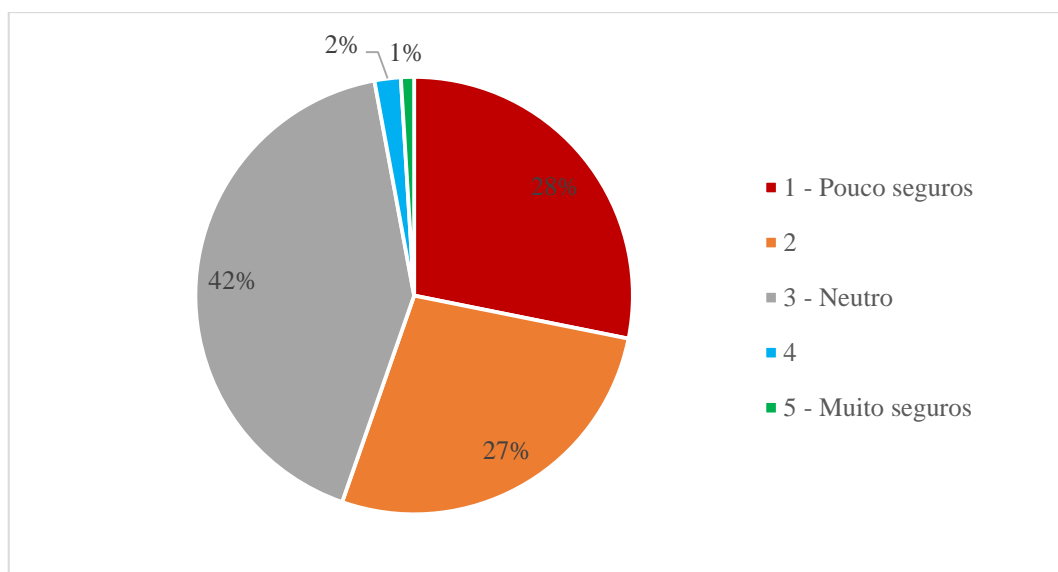
Dos gráficos acima, percebe-se que: (i) dentre os entrevistados que leram alguma das políticas de privacidade do Facebook, a proporção entre os que consideraram a linguagem, em algum grau, obscura e, em algum grau, clara foi a mesma (35%); e (ii) dentre os que nunca leram políticas de privacidade, a maioria (54%) considerou a complexidade da linguagem um fator, em algum grau, importante para a decisão de não ler (contra 46% que considerou como um fator de menor ou nenhuma importância em sua decisão).

c) Análise quanto à segurança dos dados na plataforma

Por fim, quanto ao último item a ser analisado, à segurança dos dados na plataforma do Facebook, observa-se a seguinte afirmação feita pelo CEO da empresa: “Nós temos a responsabilidade de proteger os seus dados e, se nós não pudermos fazê-lo, não merecemos servir a vocês”³⁵ (ZUCKERBERG, 2018, tradução nossa). Por esta fala de Zuckerberg, é razoável concluir que o Facebook leva a sério a segurança dos dados de seus usuários. A seguir, segue a representação do gráfico de opinião dos entrevistados quanto à segurança de seus dados na plataforma:

³⁵ “We have a responsibility to protect your data, and if we can’t then we don’t deserve to serve you.” .

Figura 7 - Gráfico: Opinião dos entrevistados quanto à segurança de seus dados pessoais no Facebook



Fonte: Respostas ao questionário (Apêndice B)

Observa-se que a imensa maioria (55%) dos entrevistados considerou seus dados, em algum grau, desprotegidos na base de dados do Facebook, seguido por outra grande parcela (42%) de usuários que ficaram neutros nessa avaliação (contra apenas 3% de indivíduos que consideração seus dados, em algum grau, protegidos na base de dados do Facebook). Tal constatação, aliada aos dois itens analisados anteriormente, reforçam a ideia de que a perspectiva do Facebook e de seus usuários não estão alinhadas.

Por fim, é importante ponderar que, apesar de mais da metade dos usuários apresentar algum grau de desconfiança quanto à segurança de seus dados no Facebook, a leitura das políticas de privacidade não parece influenciar na decisão quanto ao uso da plataforma. Isso, porque, quando se perguntou aos usuários que leram políticas de privacidade do Facebook se eles, após ler a leitura, continuaram usando a rede social da mesma forma, 45% deles afirmou que sim³⁶.

Tal constatação não necessariamente aponta para o fato de os usuários não darem importância para a privacidade de seus dados pessoais. Afinal, há outros fatores que podem levar os internautas a aceitarem políticas com as quais não concordam – como (i) tempo necessário para a leitura vs. tempo disponível para a mesma e (ii) aceitação dos termos ser menos gravoso do que não usar a plataforma. Infelizmente, tais fatores não puderam ser melhor aprofundados neste estudo devido a dados incoerentes e, portanto, inconclusivos.

³⁶ É interessante destacar que, quando incluídos os usuários que leram políticas de privacidade de outras plataformas, o percentual sobe para 48% deles afirmando não ter mudado seus hábitos nas redes sociais.

CONCLUSÃO

O presente estudo se propôs trabalhar a questão da segurança de dados pessoais nas redes sociais, mais especificamente, no Facebook, com foco no problema da conciliação entre o uso de Big Data e a garantia à privacidade dos dados pessoais. Afinal, constante demanda por inovações feita pela sociedade contemporânea é atendida pelo uso de Big Data, necessitado, por vezes, tal ferramenta ser alimentada com dados pessoais. O que não significa que se irá abandonar o direito dos indivíduos à proteção de sua privacidade.

Seguindo a metodologia proposta para este trabalho, foram alcançados ambos os objetivos a que se comprometeu o estudo, quais sejam: (i) comparar as duas últimas políticas de privacidade do Facebook – de 29 de setembro de 2016 e a de 19 de abril de 2018 – em suas semelhanças e diferenças; e (ii) contrapor as perspectivas dessa rede social a de seus usuários, partindo do princípio de que as empresas digitais devem focar em atender às necessidades e expectativas de seus consumidores.

Ao final desta análise, conclui-se que as referidas políticas de privacidade guardam muitas semelhanças e, nos aspectos que as diferenciam, a política mais recente optou por alterações as quais buscaram privilegiar o melhor entendimento dos usuários da rede social. O que demonstra o sério empenho dessa empresa em reconquistar a confiança das pessoas em sua plataforma e em seu modelo de negócios após o escândalo Cambridge Analytica, o qual foi o centro das atenções na seara digital na primeira metade deste ano.

Contudo, com a análise das políticas de privacidade elegidas, não se pôde observar de quais outras formas – além da de privilegiar o entendimento das políticas por seus usuários – a plataforma esta concretizando os compromissos por ela assumidos na declaração postada por seu CEO, Mark Zuckerberg, em março de 2018. Com isso, conclui-se que a empresa, de fato, considera que as medidas adotadas em 2014, ocasião em que sua plataforma foi revisada, são, como afirmado na referida declaração do Facebook, satisfatórias para evitar o uso indevido de sua base de dados nos termos de suas políticas de privacidade.

Quanto à comparação das perspectivas do Facebook e de seus usuários quanto às políticas de dados da empresa, confirmou-se ser acertado o posicionamento da rede social em querer melhor informar os seus usuários. Afinal, observou-se que fazer ou não a leitura de políticas de privacidade não tornou os usuários mais bem informados quanto aos dados coletados pela plataforma. Isso sem contar mais da metade dos usuários que nunca leram políticas de privacidade apontar a complexidade como um desincentivo a se fazer tal leitura.

Confirmou-se, assim, a hipótese levantada quanto ao descompasso entre as perspectivas do Facebook e de seus usuários no que tange as políticas de privacidade. Contudo, antes de se iniciar este estudo, havia a suposição de que tal descompasso fosse maior e, no decorrer da presente análise, constatou-se que, na verdade, o Facebook vem se empenhando em acompanhar o ponto de vista de seus usuários e trazer políticas de dados mais transparentes – ou seja, políticas que sejam melhor entendidas pelos internautas.

Vale reforçar que o presente trabalho não tinha por objetivo fazer uma análise exaustiva na comparação das políticas de privacidade, nem na contraposição entre as perspectivas da plataforma e de seus usuários – tal análise seria inviável no âmbito de um trabalho em nível de graduação. O enfoque dado aos principais aspectos dos documentos analisados e nos elementos destacados nos pontos de vista visou trabalhar a contradição existente entre o uso de Big Data e a proteção à privacidade de dados pessoais.

Outro ponto importante de ser destacado são as limitações deste estudo – já apontadas anteriormente na introdução – quanto ao recorte obtido nas respostas ao questionário. Mesmo assim, as respostas obtidas, se não podem ser generalizadas, indicam, ao menos, que no recorte observado, de fato, há um algum descompasso de perspectivas entre a rede social e seus usuários, mas que a plataforma – principalmente em decorrência do incidente Cambridge Analytica – vem buscando diminuí-lo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENYEKHLEF, Karim.; TRUDEL, Pierre; CENTRE DE RECHERCHE EN DROIT PUBLIC. *État de droit et virtualité*. Montréal: Éditions Thémis, 2009.
- BORKO, H. Information science: What is it? *American Documentation*, v. 19, n. 1, p. 3–5, 1 jan. 1968.
- BRASIL. *Código Civil*. . [S.l: s.n.]. , 2002
- BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. . [S.l: s.n.]. , 1988
- BRASIL. *Lei de Proteção de Dados Pessoais*. . [S.l: s.n.]. , 2018
- BRASIL. *Marco Civil da Internet*. . [S.l: s.n.]. , 2014
- BUYA, Rajkumar; CALHEIROS, Rodrigo N; DASTJERDI, Amir Vahid. *Big Data: Principles and Paradigms Edited by*. Cambridge: Morgan Kaufmann, 2016.
- CASTELLS, Manuel C N - 303.48/33 22 302.23 22 British Library HMNTS YK.2009.a.32572 British Library D S C m09/.32913. *Communication power*. Oxford ; New York: Oxford University Press, 2009. (MyiLibrary).
- CHEHADÉ, Fadi.; FREEDMAN, Bryn. *What everyday citizens can do to claim power on the internet*. Disponível em:
<https://www.ted.com/talks/fadi_chehade_what_everyday_citizens_can_do_to_claim_power_on_the_internet/transcript>. Acesso em: 1 nov. 2018.
- CNN. Mark Zuckerberg in his own words: The CNN interview. Chicago, 21 mar. 2018.
- COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de direito comercial, volume 1: direito de empresa*. 16^a ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
- DONEDA, Danilo. *A Proteção dos Dados Pessoais como um Direito Fundamental*. . Santa Catarina: [s.n.], 2011.
- ENTERPRIVACY CONSULTING GROUP. *Categories of Personal Information*. . Portsmouth: International Association of Privacy Professionals (IAPP). , [S.d.]
- FACEBOOK. *Noções Básicas de Privacidade do Facebook*. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/about/basics#youreincharge>>. Acesso em: 10 out. 2018.
- FACEBOOK. *Política de Dados. 19 de abril de 2018*. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/privacy/explanation>>. Acesso em: 20 abr. 2018.
- FACEBOOK. *Política de Dados. 29 de setembro de 2016*. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/privacy/explanation>>. Acesso em: 22 jun. 2017.
- FENOLL-TROUSSEAU, Marie-Pierre.; HAAS, Gérard. *Internet et protection des données*

personnelles. 1^a ed. Paris: Litec, 2000.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. *Personal Data: The Emergence of a New Asset Class*. . Geneva: [s.n.], 2011.

G1. Mark Zuckerberg, CEO do Facebook, testemunha diante do Congresso dos EUA pela 1^a vez. Rio de Janeiro, 10 abr. 2018.

GOOGLE. *Política de Privacidade*. 17 de abril de 2017. Disponível em:

<https://www.google.com/intl/pt-BR_BR/policies/privacy/archive/20170417/>. Acesso em: 11 jun. 2018.

LUHMANN, Niklas. *La sociedad de la sociedad*. Cidade do México: Herder, 2007.

MARSDEN, Christopher. *Regulating the Global Information Society*. Londres e Nova York: Routledge, 2000.

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor.; CUKIER, Kenneth. *Big data : a revolution that will transform how we live, work, and think*. New York: Houghton Mifflin Harcourt, 2013.

MENDEL, Toby. *et al. Global Survey on Internet Privacy and Freedom of Expression*. . Paris: [s.n.], 2012.

MICROSOFT. *Política de privacidade da Microsoft*. Junho de 2017. Disponível em:

<<https://privacy.microsoft.com/pt-br/privacystatement>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

OCDE. *OECD Guide to Measuring the Information Society*. Paris: OECD Publishing, 2011.

OCDE. *The OECD Privacy Framework*. . Paris: OECD Publisher. , 2013

POLLICINO, Oreste; BASSINI, Marco. *Internet Law in the Era of Transnational Law*.

Florença: European University Institute (EUI), Robert Schuman Centre of Advanced Studies (RSCAS), 2001.

REITZ, Joan M. *ODLIS - Online Dictionary for Library and Information Science*. Disponível em: <https://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_A.aspx>. Acesso em: 14 out. 2018.

RUBINSTEIN, Ira S. Big Data: The End of Privacy or a New Beginning? *SSRN*, v. 3, n. 2, p. 74–87, 2013.

SCHWABE, Jürgen. BVERFGE 65, 1 (VOLKSZÄHLUNG). *Cinquenta Anos de Jurisprudência do Tribunal Constitucional Federal Alemão*. Montevideu: Konrad-Adenauer, 2005. p. 993.

TAKAYANAGI, Sei-ichi.; SMOOT, Oliver.; UTSUMI, Yoshio. Global Standards for the Global Information Society. *World Standards Day Message*, p. 2, 2003.

TEUBNER, Gunther; FISCHER-LESCANO, Andreas. Regime-Collisions: The Vain Search for Legal Unity in the Fragmentation of Global Law. *Michigan Journal of International Law*,

v. 25, n. 4, p. 999–1046, 2004.

THE WASHINGTON POST. *Facebook rewrites its privacy policy so that humans can understand it*. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2014/11/13/facebook-rewrites-its-privacy-policy-so-that-humans-can-understand-it/?noredirect=on&utm_term=.3ac68aaf5e92>. Acesso em: 8 nov. 2018.

TOMAZETTE, Marlon. *Curso de direito empresarial: teoria geral e direito societário*. São Paulo: Atlas, 2013.

WARREN, Samuel D; BRANDEIS, Louis D. The Right to Privacy. *Harvard Law Review*, v. 4, n. 5, p. 193–220, 1890.

WEBSTER, Frank. *Theories of the Information Society*. 4^a ed. New York: Routledge, 2013. v. 53.

ZUCKERBERG, Mark. *Postagem de 21 de março às 19h36*. Disponível em: <<https://m.facebook.com/zuck/posts/10104712037900071>>. Acesso em: 28 mar. 2018.

Apêndice A – Questionário de Pesquisa Quantitativa

Section 1 of 4

Pesquisa sobre Proteção de Dados dos Usuários do Facebook

Este questionário é voltado para pessoas atuantes na área do Direito e que são usuárias do Facebook. As respostas desse instrumento serão usadas na pesquisa sobre proteção de dados pessoais na Internet. Tal pesquisa compõe monografia a ser apresentada na Faculdade de Direito da Universidade de Brasília pela aluna Nathália C. Serra, sob orientação do professor Alexandre Veronese.

Qual a sua idade? *

Short answer text

Você é da área do Direito? *

Sim

Não

Qual é o seu grau de escolaridade? *

1. Graduação, incompleto ou em curso
2. Graduação, completo
3. Pós-graduação, incompleto ou em curso
4. Pós-graduação, completo
5. Mestrado, incompleto ou em curso
6. Mestrado, completo
7. Doutorado, incompleto ou em curso
8. Doutorado, completo
9. Outro

Você acessa mais o Facebook via: *

Celular ou Tablet

Computador pessoal

Computador público ou de trabalho

After section 1 [Continue to next section](#)

Sobre o seu acesso ao Facebook

Description (optional)

Com que frequência você faz as seguintes atividades no Facebook: *

Faz postagens, confirma eventos, participa de grupos, usa o messenger, faz testes, joga ou faz uso de apps do Facebook.

- Mais de uma vez ao dia
- 1 vez ao dia
- 3 ou 4 vezes por semana
- 1 ou 2 vezes por semana
- Mensalmente

Quais dos dados abaixo, na sua opinião, são usados/compartilhados pelo Facebook: *

- Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...)
- Imagens postadas
- Páginas curtidas no Facebook
- Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...)
- Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo)
- Localização
- Tempo em que as postagens ficam na sua tela

Em uma escala de 1 a 5, como você classificaria a segurança dos seus dados pessoais no Facebook? *

- | | | | | | | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Pouco seguros | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muito seguros |

Você já leu alguma política de privacidade de dados pessoais na Internet? *

- Sim
- Não



Se você já leu alguma política de privacidade:

Description (optional)

Você já leu a política de privacidade do Facebook? *

Sim

Não

Quanto à política de privacidade lida, há quanto tempo ela foi lida por você? *

1. Dia(s)

2. Semana(s)

3. Mês(es)

4. Ano(s)

Quanto à linguagem usada na política de privacidade lida, qual nível de clareza você atribui a ela: *

	1	2	3	4	5	
Difícil (vocabulário rebuscado e/ou técnico)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Acessível (linguagem mais simples e clara, acessível a maior parte dos usuários)

Você continua usando a rede social da mesma maneira que antes de ler a política de privacidade? *

Sim

Não

After section 3 **Submit form**



Se você nunca leu políticas de privacidade:

Description (optional)

Por qual(is) principal(is) motivo(s) você não leu (ou não leria) a política de privacidade das redes sociais que utiliza: *

Por favor, elenque a seguir todos os motivos, se houver mais de um.

- Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)
- Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)
- Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os ter ...)
- Não vejo malefícios em permitir o uso/armazenamento dos meus dados pessoais (isso me traz mais facilidades e ...)

Qual seria a ordem de importância dos motivos listados na pergunta anterior?

Description (optional)

Tempo *

	1	2	3	4	
Motivo principal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Motivo irrelevante

Complexidade *

	1	2	3	4	
Motivo principal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Motivo irrelevante

Aceitaria de qualquer maneira *

	1	2	3	4	
Motivo principal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Motivo irrelevante

Não vejo malefícios *

	1	2	3	4	
Motivo principal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Motivo irrelevante



Apêndice B – Respostas ao Questionário de Pesquisa Quantitativa

Timestamp	Qual a sua idade?	Você é da área do Direito?	Qual é o seu grau de escolaridade?	Você acessa mais o Facebook via:	Com que frequência você faz as seguintes atividades no Facebook:	Quais dos dados abaixo, na sua opinião, são usados/compartilhados pelo Facebook:	Em uma escala de 1 a 5, como você classificaria a segurança dos seus dados pessoais no Facebook?	Você já leu alguma política de privacidade e de dados pessoais na Internet?	Você já leu a política de privacidade e do Facebook?	Quanto à política de privacidade e lida, há quanto tempo ela foi lida por você?	Quanto à linguagem usada na política de privacidade e lida, qual nível de clareza você atribuiu a ela:	Você continua usando a rede social da mesma maneira que antes de ler a política de privacidade?	Por qual(is) principal(is) motivo(s) você não leu (ou não leria) a política de privacidade das redes sociais que utiliza:	Tempo	Complexidade	Aceitaria de qualquer maneira	Não vejo malefícios
6/19/2018 9:43:41	43	Sim	Doutorado, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	4	3	3	3
07/04/2018 19:59	43	Não	Pós-graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Sim	Sim	Ano(s)	3	Sim					
07/04/2018 19:59	33	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	3	3	4
07/04/2018 20:08	19	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Localização	3	Não					Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	3	4	1

07/04/2018 20:10	20	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	4	4	1	1
07/04/2018 20:16	23	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	4	1	4
07/04/2018 20:20	38	Sim	Mestrado, completo	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade), Não vejo malefícios em permitir o uso/armazenamento dos meus dados pessoais (isso me traz mais facilidades e comodidades)	3	2	1	4

07/04/2018 20:26	19	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Sim	Não	Semana(s)	3	Sim						
07/04/2018 20:29	25	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Sim	Não	Ano(s)	3	Não						
07/04/2018 20:31	20	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Computador pessoal	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	3	3	2	4	
07/04/2018 20:31	30	Sim	Pós-graduação, completo	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Não	Mês(es)	2	Não						

07/04/2018 20:32	18	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	3	Sim	Não	Ano(s)	2	Sim					
07/04/2018 20:36	20	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	2	1	4
07/04/2018 20:36	36	Não	Pós-graduação, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	1	1	1
07/04/2018 20:40	24	Não	Mestrado, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Sim	Não	Mês(es)	3	Sim					
07/04/2018 20:40	43	Não	Doutorado, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que	4	2	4	1

						acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela							aceitar os termos da política de privacidade)				
07/04/2018 20:41	29	Sim	Mestrado, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo)	1	Não					Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	2	1	2	4
07/04/2018 20:41	22	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	4	1	3	3
07/04/2018 20:42	23	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo)	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	4	3	2	1
07/04/2018 20:42	26	Não	Graduação, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	3	2	4	2
07/04/2018 20:45	20	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo	2	Sim	Não	Ano(s)	2	Sim					

						em que as postagens ficam na sua tela											
07/04/2018 20:47	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo)	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	3	3	2
07/04/2018 20:48	32	Não	Graduação, completo	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas	1	Não					Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	3	1	4
07/04/2018 20:49	30	Sim	Pós-graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	4	1	3
07/04/2018 20:53	61	Não	Graduação, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook	3	Não					Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	3	3	4	3
07/04/2018 20:55	28	Não	Graduação, completo	Computador público ou de trabalho	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas	2	Sim	Sim	Mês(es)	2	Não					
07/04/2018 21:02	26	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	2	4	4

07/04/2018 21:03	35	Não	Doutorado, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Sim	Ano(s)	2	Não						
07/04/2018 21:07	20	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	4	2	3	1	
07/04/2018 21:15	29	Sim	Pós-graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Sim	Mês(es)	2	Não						
07/04/2018 21:36	43	Sim	Doutorado, completo	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	3	Sim	Não	Ano(s)	5	Não						
07/04/2018 21:48	25	Não	Pós-graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Localização	2	Sim	Sim	Mês(es)	4	Sim						

07/04/2018 21:48	21	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Computador pessoal	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Sim	Não	Ano(s)	2	Sim					
07/04/2018 21:58	28	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Localização	2	Não					Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	2	1	4	4
07/04/2018 22:06	19	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	1	3	4
07/04/2018 22:19	23	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	2	1	3

07/04/2018 22:31	42	Sim	Mestrado, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Sim	Sim	Mês(es)	4	Não					
07/04/2018 22:34	47	Sim	Doutorado, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não					Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	1	3	1
07/04/2018 22:38	42	Sim	Doutorado, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Sim	Não	Ano(s)	2	Sim					
07/04/2018 22:41	24	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...)	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade), Não vejo malefícios em permitir o uso/armazenamento dos meus dados pessoais (isso me traz mais	4	1	3	2

													facilidades e comodidades)				
07/04/2018 22:56	24	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Localização	4	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	1	1	3
07/04/2018 23:03	24	Sim	Mestrado, incompleto ou em curso	Computador pessoal	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	2	3	4
07/04/2018 23:03	42	Não	Mestrado, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Sim	Sim	Ano(s)	2	Não					

07/04/2018 23:08	47	Não	Pós-graduação, completo	Computador público ou de trabalho	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização	2	Sim	Não	Semana(s)	3	Sim					
07/04/2018 23:11	30	Não	Pós-graduação, completo	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	2	2	3	3
07/04/2018 23:15	27	Não	Mestrado, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	2	4	4
07/04/2018 23:26	22	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Computador pessoal	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade), Não vejo malefícios em permitir o uso/armazenamento dos meus dados pessoais (isso me traz mais facilidades e comodidades)	2	1	4	3
07/04/2018 23:26	46	Sim	Doutorado, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	1	2	4	4

07/04/2018 23:34	19	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Computador pessoal	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Sim	Sim	Mês(es)	2	Não					
07/04/2018 23:54	22	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	4	3	3
07/05/2018 00:16	38	Não	Doutorado, incompleto ou em curso	Computador pessoal	Mensalmente	Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	2	4	2	1
07/05/2018 00:17	48	Sim	Mestrado, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Não	Mês(es)	3	Não					
07/05/2018 01:06	40	Sim	Doutorado, incompleto ou em curso	Computador pessoal	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social	3	1	3	1

						aplicativo), Localização							seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)				
07/05/2018 01:43	48	Sim	Doutorado, completo	Computador pessoal	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	1	Não					Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	1	1	4	4
07/05/2018 01:47	30	Não	Pós-graduação, completo	Computador pessoal	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Sim	Semana(s)	3	Sim					
07/05/2018 01:51	28	Não	Graduação, completo	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	2	Sim	Sim	Mês(es)	2	Não					
07/05/2018 04:53	43	Sim	Mestrado, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	2	Sim	Não	Ano(s)	3	Não					

07/05/201 8 05:23	29	Sim	Mestrado, completo	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Sim	Mês(es)	3	Sim					
07/05/201 8 07:09	40	Sim	Pós- graduação, completo	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Sim	Ano(s)	1	Não					
07/05/201 8 07:44	27	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...)	3	Sim	Sim	Ano(s)	4	Não					
07/05/201 8 09:10	21	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo)	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	1	1	4	4
07/05/201 8 09:31	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	4	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	3	2	4

07/05/2018 09:39	34	Sim	Graduação, completo	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Não	Mês(es)	2	Não					
07/05/2018 09:48	19	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...)	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	3	2	3
07/05/2018 09:53	17	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Sim	Não	Mês(es)	3	Sim					
07/05/2018 09:59	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Imagens postadas	3	Sim	Não	Ano(s)	2	Sim					
07/05/2018 10:07	24	Sim	Mestrado, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	1	1	4	4

07/05/2018 10:14	23	Sim	Pós-graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas). Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	3	1	4
07/05/2018 10:22	19	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	3	1	2	1
07/05/2018 10:38	18	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	5	Sim	Não	Mês(es)	4	Sim					
07/05/2018 10:59	21	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	3	Sim	Não	Ano(s)	3	Não					
07/05/2018 11:11	35	Sim	Doutorado, incompleto ou em curso	Computador pessoal	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no	1	Sim	Sim	Ano(s)	2	Não					

						Facebook, Localização												
07/05/2018 11:18	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo)	2	Não						Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	1	4	2
07/05/2018 11:34	22	Não	Outro	Celular ou Tablet	Mensalment e	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...)	5	Sim	Sim	Semana(s)	5	Sim						
07/05/2018 11:55	20	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mensalment e	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não						Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	4	1	4
07/05/2018 11:56	21	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não						Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	3	2	4
07/05/2018 12:14	20	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo)	3	Não						Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	4	2	3

07/05/2018 12:39	20	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Localização	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	3	4	2	4
07/05/2018 12:50	23	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Não	Ano(s)	1	Não					
07/05/2018 13:01	30	Não	Mestrado, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não					Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	2	1	4
07/05/2018 13:10	35	Sim	Doutorado, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...)	3	Sim	Sim	Ano(s)	3	Não					
07/05/2018 13:45	20	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que	2	3	1	4

						celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização							aceitar os termos da política de privacidade)				
07/05/2018 14:52	24	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Sim	Não	Mês(es)	3	Sim					
07/05/2018 14:53	24	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Sim	Não	Mês(es)	3	Sim					
07/05/2018 14:55	24	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade), Não vejo malefícios em permitir o uso/armazenamento dos meus dados pessoais (isso me traz mais facilidades e comodidades)	4	1	4	2
07/05/2018 14:56	24	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade), Não vejo malefícios em permitir o uso/armazenemen	4	1	4	2

						postagens ficam na sua tela											
07/05/2018 17:06	24	Sim	Graduação, completo	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Não	Dia(s)	3	Não					
07/05/2018 17:23	19	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	2	2	2
07/05/2018 17:25	35	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Computador pessoal	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Sim	Não	Mês(es)	2	Sim					
07/05/2018 17:38	20	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mensalmente	Imagens postadas, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	4	Não					Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	1	4	4
07/05/2018 17:54	36	Sim	Graduação, completo	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Sim	Ano(s)	3	Não					

07/05/2018 18:37	25	Não	Graduação, completo	Computador pessoal	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	1	2	3	4
07/05/2018 19:40	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Não vejo malefícios em permitir o uso/armazenamento dos meus dados pessoais (isso me traz mais facilidades e comodidades)	1	4	4	2
07/05/2018 19:48	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	4	4	1	1
07/05/2018 21:53	27	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Computador pessoal	Mensalmente	Imagens postadas	1	Não					Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	1	1	1
07/06/2018 00:14	28	Sim	Pós-graduação, completo	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Sim	Sim	Ano(s)	4	Sim					

07/06/2018 00:18	27	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas). Não vejo malefícios em permitir o uso/armazenamento dos meus dados pessoais (isso me traz mais facilidades e comodidades)	2	4	3	1
07/06/2018 00:55	19	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo)	3	Não					Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	1	2	1
07/06/2018 11:04	20	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...)	3	Sim	Sim	Mês(es)	3	Não					
07/06/2018 12:02	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	1	1	4	4
07/06/2018 16:21	23	Sim	Graduação, completo	Computador pessoal	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...)	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	2	4	3
07/06/2018 17:21	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	3 ou 4 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	4	2	4

07/06/2018 20:28	23	Não	Graduação, completo	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	2	3	3
07/06/2018 20:43	36	Não	Pós-graduação, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	4	Sim	Não	Ano(s)	1	Sim					
07/06/2018 22:46	39	Sim	Graduação, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Localização	3	Sim	Sim	Mês(es)	3	Sim					
07/06/2018 23:21	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	1	2	4	3
07/07/2018 16:19	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não					Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	1	1	2
07/07/2018 21:52	20	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo)	3	Sim	Sim	Mês(es)	5	Sim					

07/08/2018 02:02	25	Sim	Graduação, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebbok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...)	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	4	4	4
07/08/2018 11:52	47	Sim	Mestrado, completo	Celular ou Tablet	Mensalment e	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebbok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	2	3	2
07/08/2018 19:10	23	Sim	Graduação, completo	Computador público ou de trabalho	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebbok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Sim	Não	Mês(es)	5	Sim					
07/08/2018 22:58	23	Sim	Graduação, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebbok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo)	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	3	4	4	4

07/10/2018 19:09	25	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	2	4	3
07/11/2018 06:53	23	Sim	Graduação, completo	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Sim	Sim	Mês(es)	2	Não					
07/12/2018 18:17	23	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Sim	Sim	Mês(es)	3	Sim					
7/19/2018 16:39:26	22	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook	3	Sim	Não	Ano(s)	1	Não					
8/22/2018 19:37:51	38	Não	Pós-graduação, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	1	Sim	Sim	Mês(es)	3	Sim					

8/22/2018 19:38:21	17	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebbok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	1	4	2	3
8/22/2018 19:56:46	19	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebbok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não					Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	4	4	1
8/22/2018 20:09:19	22	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebbok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização	3	Sim	Não	Mês(es)	4	Sim					
8/23/2018 0:17:32	46	Sim	Pós- graduação, completo	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Imagens postadas, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...)	3	Sim	Sim	Mês(es)	4	Sim					
8/23/2018 9:51:07	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebbok, Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	4	2	3	1

8/23/2018 10:16:50	18	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebbok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	3	4	1	1
8/23/2018 10:16:56	18	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebbok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	3	4	1	1
8/23/2018 11:21:56	19	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	2	4	4
8/23/2018 11:31:17	25	Sim	Pós- graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebbok	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	3	2	4

8/26/2018 9:26:16	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	1	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	3	3	4
8/27/2018 6:54:01	35	Sim	Doutorado, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Páginas curtidas no Facebok	2	Sim	Sim	Ano(s)	2	Não					
8/28/2018 15:56:53	39	Não	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Sim	Não	Ano(s)	3	Sim					
8/28/2018 19:21:48	22	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...)	2	Sim	Sim	Mês(es)	2	Não					
8/28/2018 19:52:31	40	Sim	Graduação, completo	Computad or pessoal	Mensalment e	Imagens postadas	3	Sim	Não	Ano(s)	3	Não					
8/28/2018 21:46:56	27	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Computad or pessoal	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebok, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo	3	Sim	Não	Mês(es)	4	Sim					

						em que as postagens ficam na sua tela											
8/30/2018 8:58:34	22	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Tempo em que as postagens ficam na sua tela	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Complexidade (a linguagem usada é muito técnica, não é de fácil entendimento)	1	1	4	4
8/30/2018 9:59:00	16	Não	Outro	Celular ou Tablet	Mensalmente	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	3	4	4	2
8/30/2018 17:40:13	21	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Páginas curtidas no Facebook, Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo)	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas), Aceitaria de qualquer maneira para utilizar a rede social (deixar de usar a rede social seria pior do que aceitar os termos da política de privacidade)	2	3	1	4
09/06/201 8 15:40	24	Sim	Mestrado, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	1 vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	3	2	3	1
09/10/201 8 10:28	19	Sim	Graduação, incompleto ou em curso	Celular ou Tablet	Mais de uma vez ao dia	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...)	2	Não					Tempo (as políticas de privacidade são muito longas)	1	2	3	3

10/18/2018 10:54:44	25	Sim	Mestrado, completo	Celular ou Tablet	1 ou 2 vezes por semana	Dados do perfil públicos (ex: nome, data de nascimento, ...), Imagens postadas, Páginas curtidas no Facebook, Páginas curtidas fora do Facebook (ex: jornal, blog, ...), Aplicativos instalados no seu celular (quando você acessa o Facebook pelo aplicativo), Localização, Tempo em que as postagens ficam na sua tela	3	Sim	Sim	Ano(s)	4	Sim						
---------------------	----	-----	--------------------	-------------------	-------------------------	--	---	-----	-----	--------	---	-----	--	--	--	--	--	--

ANEXO A - Categorias de Dados Pessoais

CATEGORIES OF PERSONAL INFORMATION

The following are categories of information relating to an individual, whether it relates to his or her private, professional or public life. Categories are not exclusive. Information may transcend multiple categories.



Provided by Enterprivacy Consulting Group

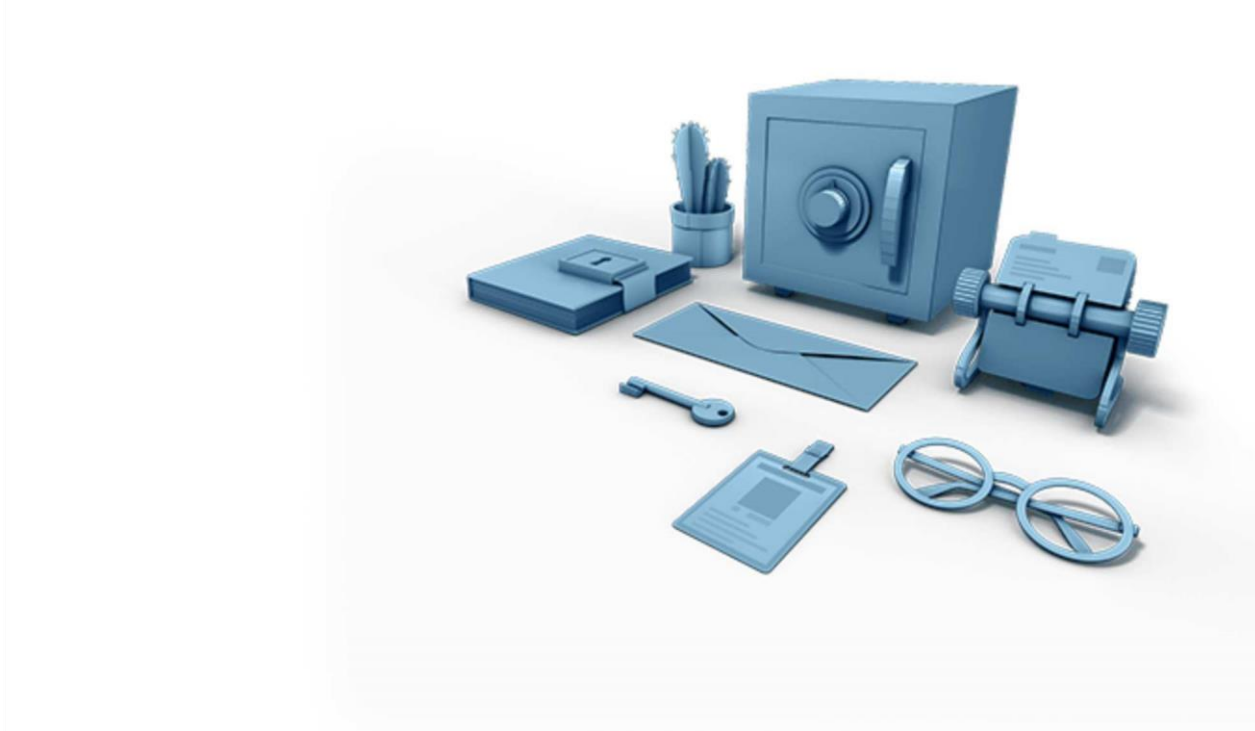
www.enterprivacy.com

Fonte: (ENTERPRIVACY CONSULTING GROUP, [S.d.]).

Política de dados

Concedemos a você o poder de compartilhar como parte da nossa missão de tornar o mundo mais aberto e conectado. Esta política descreve quais informações coletamos e como as utilizamos e compartilhamos. Você pode encontrar ferramentas e informações adicionais na seção [Noções básicas de Privacidade](#).

Conforme analisa nossa política, lembre-se de que ela se aplica a todas as marcas, produtos e serviços do Facebook que não possuem políticas de privacidade separadas ou que estão vinculados a esta política, que nós chamamos de [“Serviços do Facebook”](#) ou [“Serviços”](#).



Quais tipos de informações coletamos?

Dependendo dos Serviços que você usa, coletamos diferentes tipos de informações sobre você.

O que você faz e as informações que fornece.

Coletamos o conteúdo e outras informações fornecidas por você quando usa nossos Serviços, como quando se cadastra em uma conta, cria ou compartilha conteúdos, envia mensagens ou se comunica com os outros. Isso pode incluir informações presentes no conteúdo ou a respeito dele, como a localização de uma foto ou a data em que um arquivo foi criado. Também coletamos informações sobre como você usa nossos Serviços, por exemplo, os tipos de conteúdo que você vê ou com que se envolve e a frequência ou duração de suas atividades.

O que os outros fazem e as informações que fornecem.

Também coletamos conteúdos e informações fornecidas por outras pessoas durante o uso dos nossos Serviços, incluindo informações sobre você, por exemplo, quando elas compartilham fotos suas, enviam mensagens a você, ou carregam, sincronizam ou importam suas informações de contato.

Suas redes e conexões.

Coletamos informações sobre as pessoas e grupos com que você se conecta e sobre como interage com eles, por exemplo, as pessoas com quem você mais se comunica ou os grupos com que gosta de compartilhar informações. Também coletamos informações que você fornece quando carrega, sincroniza ou importa estas informações (como uma agenda de contatos) de um dispositivo.

Informações sobre pagamentos.

Se você usar os nossos Serviços para compras ou transações financeiras (por exemplo, comprar algo no Facebook, em um jogo ou fazer uma doação), nós coletaremos informações sobre a compra ou transação. Isso abrange suas informações de pagamento, como o número do seu cartão de crédito ou débito e outras informações do cartão, informações de conta e autenticação, além dos dados de faturamento, envio e contato.

Informações do dispositivo.

Coletamos informações de ou sobre computadores, telefones e outros dispositivos em que você instala ou acessa nossos Serviços, dependendo das permissões concedidas. Podemos associar as informações coletadas dos seus diferentes dispositivos, o que nos ajuda a fornecer Serviços consistentes entre dispositivos. Veja alguns exemplos das informações que coletamos sobre os dispositivos:

- Atributos, como sistema operacional, versão de hardware, configurações do dispositivo, nomes e tipos de arquivos e softwares, bateria e intensidade de sinal, e identificadores de dispositivo.
- Localizações do dispositivo, incluindo localizações geográficas específicas, por meio de GPS, Bluetooth ou sinal Wi-Fi.
- Informações de conexão, como o nome da sua operadora de celular ou ISP (Internet Service Provider), tipo de navegador, idioma, fuso horário, número de celular e endereço IP.

Informações de sites e aplicativos que usam nossos Serviços.

Coletamos informações quando você acessa ou usa sites e aplicativos de terceiros que utilizam nossos Serviços (por exemplo, oferecem nosso botão Curtir, Login do Facebook ou usam nossos serviços de medição e publicidade). Isso inclui informações sobre sites e aplicativos que você visita, seu uso dos nossos Serviços nestes sites e aplicativos, bem como informações que os desenvolvedores ou editores de publicações do aplicativo ou site fornecem para você ou para nós.

Informações de parceiros externos.

Recebemos informações de parceiros externos sobre você e suas atividades dentro e fora do Facebook, por exemplo, informações de um parceiro quando oferecemos serviços em conjunto ou de um anunciante sobre suas experiências e interações com ele.

Empresas do Facebook.

Recebemos informações sobre você de empresas que pertencem ao Facebook ou que são operadas por ele, de acordo com os termos e políticas delas. [Saiba mais](#) sobre essas empresas e suas políticas de privacidade.

Como usamos essas informações?

Adoramos criar experiências envolventes e personalizadas para as pessoas. Usamos todas as informações que temos para nos ajudar a fornecer e apoiar nossos Serviços. Saiba como: Fornecer, melhorar e desenvolver Serviços.

Podemos oferecer nossos Serviços, personalizar conteúdo e fazer sugestões usando essas informações para entender como você usa e interage com nossos Serviços, com as pessoas ou elementos a que você está conectado e pelos quais se interessa, dentro e fora dos nossos Serviços.

Também usamos as informações que temos para fornecer atalhos e sugestões para você. Por exemplo, podemos sugerir que um amigo marque você em uma foto examinando e comparando fotos do seu amigo com informações que reunimos com base em suas fotos de perfil e outras fotos em que você tenha sido marcado. Se esse recurso estiver disponível, você poderá controlar se sugerirmos que outro usuário marque você em uma foto, usando as configurações de "Linha do Tempo e marcações".

Quando temos informações de localização, nós as usamos para personalizar nossos Serviços para você e outras pessoas, por exemplo, ajudando você a fazer check-in e encontrar eventos ou ofertas locais em sua área ou contando aos seus amigos que você está nos arredores.

Conduzimos [pesquisas](#), testamos recursos em desenvolvimento e analisamos as informações que temos para avaliar e melhorar produtos e serviços, desenvolver novos produtos ou recursos e conduzir atividades de auditoria e soluções de problemas.

Comunicar com você.

Usamos suas informações para enviar comunicações de marketing, entrar em contato sobre nossos Serviços e lhe informar sobre políticas e termos. Também usamos as informações para respondê-lo quando você entra em contato conosco.

Exibir e medir anúncios e serviços.

Usamos as [informações que temos](#) para melhorar nossos sistemas de publicidade e medição; assim, podemos mostrar anúncios relevantes a você dentro e fora dos nossos Serviços, além de medir a eficácia e o alcance dos anúncios e serviços. [Saiba mais](#) sobre a publicidade em nossos Serviços e como [controlar](#) a maneira como suas informações são usadas para personalizar os anúncios que você vê.

Proporcionar segurança.

Usamos as informações que temos para ajudar a verificar contas e atividades, e para proporcionar segurança dentro e fora dos nossos Serviços, investigando atividades suspeitas ou violações dos nossos termos ou políticas. Trabalhamos duro para proteger sua conta usando equipes de engenheiros, sistemas automatizados e tecnologias avançadas, como criptografia e aprendizagem automática. Também oferecemos ferramentas de segurança fáceis de usar que adicionam uma camada extra de segurança à sua conta. Para obter mais informações sobre como promover segurança no Facebook, acesse a [Central de Ajuda de segurança do Facebook](#).

Usamos cookies e tecnologias semelhantes para fornecer e apoiar nossos Serviços, bem como todos os usos descritos nesta seção da nossa política. Leia nossa [Política de Cookies](#) para saber mais.

Como estas informações são compartilhadas?

Compartilhando nos nossos Serviços

As pessoas usam nossos Serviços para se conectarem e compartilharem conteúdos umas com as outras. Nós tornamos isto possível ao compartilhar suas informações das seguintes maneiras:

Pessoas com quem você compartilha e se comunica.

Quando você compartilha e se comunica usando nossos Serviços, escolhe o público que pode ver o que é compartilhado. Por exemplo, quando você publica no Facebook, pode selecionar o público que verá a publicação, por exemplo, um grupo de pessoas personalizado, todos os seus amigos ou os membros de um Grupo. Da mesma forma, ao usar o Messenger, você também escolhe para quem envia fotos ou mensagens.

[Informações públicas](#) são as informações que você compartilha com o público em geral, como as informações que estão no seu [Perfil Público](#), ou o conteúdo que você compartilha em uma Página do Facebook ou em outro fórum público. As informações públicas estão disponíveis para qualquer pessoa dentro ou fora dos nossos Serviços e podem ser vistas ou acessadas por meio de sites de busca, APIs e mídia offline, como TV.

Em alguns casos, as pessoas com quem você compartilha e se comunica podem baixar ou compartilhar novamente o conteúdo com outras pessoas dentro e fora dos nossos Serviços. Quando você comenta na publicação de outra pessoa ou curte o conteúdo dela no Facebook, essa pessoa decide o público que pode ver ou curtir seu comentário. Se ela tiver as definições configuradas para público geral, seu comentário também será público.

Pessoas que visualizam conteúdos que outras pessoas compartilham sobre você.

Outras pessoas podem usar nossos Serviços para compartilhar conteúdos sobre você com o público que escolherem. Por exemplo, uma pessoa pode compartilhar uma foto sua, mencionar ou marcar você em uma localização em uma publicação, ou compartilhar informações suas que você contou para ela. Caso você esteja preocupado com a publicação de alguém, a denúncia social é uma forma de as pessoas pedirem, rápida e facilmente, ajuda a alguém em quem confiam. [Saiba mais](#).

Aplicativos, sites e integrações de terceiros que usam ou são integrados aos nossos Serviços.

Quando você usa aplicativos, sites ou outros serviços de terceiros que utilizam ou são integrados aos nossos Serviços, eles podem receber informações sobre suas publicações ou compartilhamentos. Por exemplo, quando você joga com seus amigos do Facebook ou usa os botões Curtir ou Compartilhar em um site, o desenvolvedor do jogo ou o site pode coletar informações sobre as suas atividades no jogo, ou receber o comentário ou link do site compartilhado por você no Facebook. Além disso, quando você baixa ou usa serviços de terceiros, eles podem acessar seu [Perfil Público](#), que inclui seu [nome ou número de identificação de usuário](#), faixa etária e país/idioma, lista de amigos, bem como as informações que você compartilha com eles. As informações coletadas por esses aplicativos, sites ou serviços integrados está sujeita aos seus próprios termos e políticas.

[Saiba mais](#) sobre como você pode controlar as informações compartilhadas por você ou outras pessoas nestes aplicativos e sites.

Compartilhando com as empresas do Facebook.

Compartilhamos as informações que temos sobre você com um grupo de empresas que fazem parte do Facebook. [Saiba mais](#) sobre nossas empresas.

Novo proprietário.

Se houver mudança na propriedade ou no controle total ou parcial de nossos Serviços ou seus ativos, poderemos transferir suas informações para o novo proprietário.

Compartilhando com parceiros e clientes terceiros

Trabalhamos com empresas terceirizadas que nos ajudam a fornecer e a melhorar nossos Serviços ou com empresas que usam anúncios e produtos relacionados, o que possibilita a operação de nossas empresas e o fornecimento de serviços gratuitos para pessoas do mundo inteiro.

Veja os tipos de terceiros com os quais podemos compartilhar informações sobre você:

Serviços de publicidade, medição e análise (somente informações pessoais não identificáveis).

Queremos que nossos anúncios sejam tão relevantes e interessantes quanto as outras informações encontradas nos nossos Serviços. Com isto em mente, nós usamos todas as informações que temos sobre você para exibir anúncios relevantes. Não compartilhamos informações que o identifiquem pessoalmente (as informações de identificação pessoal são informações como nome ou endereço de email, que podem ser usadas para contatá-lo ou identificá-lo) com parceiros de publicidade, medição e análise, a menos que você nos dê permissão. Podemos fornecer a estes parceiros informações sobre o alcance e a eficácia dos anúncios, sem conceder informações que identifiquem você pessoalmente ou agregamos as informações para que não seja possível identificá-lo. Por exemplo, podemos informar ao anunciante o desempenho dos seus anúncios, quantas pessoas visualizaram os anúncios ou instalaram um aplicativo depois de ver um anúncio, ou proporcionar informações demográficas sem identificação pessoal (por exemplo, mulher de 25 anos, em Madri, que gosta de engenharia de software) para ajudar esses parceiros a entenderem o público ou os clientes; no entanto, só fazemos isso depois que o anunciante aceitar se vincular às nossas [diretrizes para anunciantes](#).

Analise as suas [preferências de publicidade](#) para entender por que está visualizando um determinado anúncio no Facebook. Você pode ajustar suas preferências de publicidade se quiser controlar e gerenciar sua experiência com anúncios no Facebook.

Fornecedores, provedores de serviços e outros parceiros.

Transferimos informações para fornecedores, provedores de serviços e outros parceiros que apoiam o nosso negócio mundialmente prestando serviços de infraestrutura técnica, analisando como os nossos Serviços são usados, medindo a eficácia dos anúncios e serviços, proporcionando atendimento ao cliente, facilitando pagamentos e conduzindo pesquisas acadêmicas. Esses parceiros devem aderir a obrigações de sigilo absoluto, em conformidade com esta Política de Dados e os contratos que firmamos com eles.

Como faço para gerenciar ou excluir informações sobre mim?

Você pode gerenciar o conteúdo e as informações que compartilha quando usa o Facebook através da [ferramenta de Registro de Atividades](#). Você também pode baixar informações associadas à sua conta no Facebook por meio da nossa [ferramenta Baixe suas informações](#).

Nós armazenamos dados pelo tempo necessário para fornecer produtos e serviços para você e outras pessoas, inclusive as descritas acima. As informações

associadas à sua conta serão mantidas até que ela seja excluída, a menos que não precisemos mais dos dados para fornecer produtos e serviços.

Você pode excluir sua conta a qualquer momento. Quando você exclui sua conta, nós excluimos as suas publicações, como as fotos e atualizações de status. Se você não deseja excluir sua conta, mas quiser parar de usar o Facebook temporariamente, é possível desativar sua conta. Para saber mais sobre como desativar ou excluir sua conta, clique [aqui](#). Lembre-se de que as informações que outras pessoas compartilharam sobre você não fazem parte da sua conta e não serão apagadas quando você excluir sua conta.

Como respondemos a solicitações judiciais ou evitamos danos?

Nós podemos acessar, reter e compartilhar suas informações em resposta a uma solicitação judicial (como um mandado de busca, ordem judicial ou intimação) se acreditarmos em boa-fé que a lei nos obriga a fazer isso. Isso pode incluir a resposta a solicitações judiciais de jurisdições fora dos Estados Unidos quando acreditarmos de boa-fé que a resposta é exigida por lei na jurisdição em questão, diz respeito aos usuários na jurisdição em questão e está em conformidade com padrões reconhecidos internacionalmente. Também podemos acessar, reter e compartilhar informações quando acreditarmos em boa-fé que isso seja necessário para: detectar, impedir e resolver fraudes ou outras atividades ilegais; proteger a nós mesmos, nossos Serviços, você e outras pessoas, inclusive como parte das investigações; ou impedir a morte ou lesões corporais iminentes. Por exemplo, podemos transmitir informações para parceiros externos sobre a confiabilidade da sua conta para impedir fraudes e abusos dentro e fora dos nossos Serviços. As informações que recebemos sobre você, incluindo dados de transações financeiras relacionadas a compras feitas com o Facebook, podem ser processadas e permanecerem retidas por um período longo quando sujeitas a solicitações ou obrigações legais, investigações governamentais ou investigações referentes a possíveis violações de nossos termos e políticas, ou como forma de preveni-las. Poderemos também reter informações de contas desativadas por violar nossos termos por, no mínimo, um ano, a fim de evitar outros abusos ou violações de nossos termos.

Como os nossos serviços globais operam

O Facebook pode compartilhar informações internamente com um grupo de empresas parceiras ou com terceiros, de acordo com os propósitos descritos nesta política. As informações coletadas dentro do Espaço Econômico Europeu ("EEE"), por exemplo, podem ser transferidas para países fora do EEE para os fins descritos nesta política. Usamos cláusulas contratuais padrão aprovadas pela Comissão Europeia, adotamos outros meios de acordo com a legislação da União Europeia e obtemos seu consentimento para legitimar transferências de dados do EEE para os Estados Unidos e outros países.

Você pode entrar em contato conosco e nos enviar suas questões usando as informações fornecidas abaixo. Também podemos resolver contestações relacionadas às nossas práticas e políticas de privacidade por meio do TRUSTe. Você pode entrar em contato com o TRUSTe pelo [site](#) da organização.

Como você será notificado sobre mudanças nesta política?

Você será notificado antes de fazer quaisquer alterações nessa política e daremos a oportunidade de analisar e comentar a política revisada antes de continuar a usar nossos Serviços.

Como entrar em contato com o Facebook em caso de dúvidas

Para saber mais sobre como funciona a privacidade no Facebook, verifique as [Noções básicas de Privacidade](#). Em caso de dúvidas sobre esta política, veja como entrar em contato conosco:

Se você vive nos EUA ou Canadá...

Entre em contato com a Facebook, Inc. [online](#) ou por email:

Facebook, Inc.

1601 Willow Road

Menlo Park, CA 94025

Se você mora em outro lugar...

A controladora de dados responsável pelas suas informações é a Facebook Ireland Ltd., que você pode [contatar online](#) ou por email:

Facebook Ireland

Ltd. 4 Grand Canal

Square

Grand Canal Harbour

Dublin 2 Ireland

Data da última revisão: 29 de setembro de 2016

Fonte: Facebook (2016).

ANEXO C - Política de Privacidade do Facebook (versão de 19 de abril de 2018)

Política de Dados

Esta política descreve as informações que processamos para viabilizar a operação do Facebook, do Instagram, do Messenger e de outros produtos e recursos oferecidos pelo Facebook ([Produtos do Facebook](#) ou Produtos). Você pode encontrar informações e ferramentas adicionais nas [Configurações do Facebook](#) e do [Instagram](#).

[Voltar ao topo](#)

Quais tipos de informações coletamos?

Para fornecer os Produtos do Facebook, precisamos processar informações sobre você. Os tipos de informações que coletamos dependem de como você usa nossos Produtos. Para saber mais sobre como acessar e excluir as informações que coletamos, acesse as [Configurações do Facebook](#) e do [Instagram](#).

Coisas que você e outras pessoas fazem e fornecem.

- **Informações e conteúdos que você fornece.** Coletamos o conteúdo, comunicações e outras informações que você fornece quando usa nossos Produtos, inclusive quando você se cadastra para criar uma conta, cria ou compartilha conteúdo, envia mensagens ou se comunica com outras pessoas. Isso pode incluir informações presentes ou sobre o conteúdo que você fornece (como metadados), como a localização de uma foto ou a data em que um arquivo foi criado. Isso pode incluir também o que você vê por meio dos recursos que fornecemos, como nossa [câmera](#), de modo que possamos realizar ações como sugerir máscaras e filtros de que você pode gostar, ou dar dicas sobre o uso de formatos da câmera. Nossos sistemas processam automaticamente o conteúdo e as comunicações que você e outras pessoas fornecem a fim de analisar o contexto e o conteúdo incluído nesses itens para as finalidades descritas [abaixo](#). Saiba mais sobre como controlar quem pode ver o conteúdo que você [compartilha](#).
 - Dados com proteções especiais: é possível optar por fornecer informações nos [campos de perfil](#) ou nos Acontecimentos do Facebook sobre sua opção religiosa, preferência política, saúde ou por quem você “tem interesse”. Essas e outras informações (como origem racial ou étnica, crenças filosóficas ou filiações sindicais) podem estar sujeitas a proteções especiais de acordo com as leis do seu país.
- **Redes e conexões.** Coletamos informações sobre as pessoas, [Páginas](#), contas, [hashtags](#) e grupos com que você se conecta e sobre como você interage com eles em nossos Produtos, por exemplo, as pessoas com quem você mais se comunica ou os grupos dos quais você faz parte. Também coletamos informações de contato se você [optar por carregar, sincronizar ou importá-las de um dispositivo](#) (como uma agenda de contatos, registro de chamadas ou histórico de SMS), que usamos para ações como ajudar você e outras pessoas a encontrar pessoas que talvez vocês conheçam e para as outras finalidades listadas [abaixo](#).

- **Seu uso.** Coletamos informações sobre como você usa nossos Produtos, como o tipo de conteúdo que você visualiza ou com o qual se envolve; os recursos que você usa; as ações que você realiza; as pessoas ou contas com que você interage; e o tempo, frequência e duração das suas atividades. Por exemplo, registramos quando você está usando e a última vez que usou nossos Produtos, quais publicações, vídeos e outro conteúdo você visualizou nos nossos Produtos. Nós também coletamos informações sobre como você usa recursos como nossa câmera.
- **Informações sobre transações realizadas em nossos Produtos.** Se você usa nossos Produtos para [compras](#) ou outras transações financeiras (como quando você faz uma compra em um jogo ou realiza uma [doação](#)), nós coletamos informações sobre a compra ou transação. Isso inclui informações de pagamento, como o seu número do cartão de crédito ou débito e outras informações sobre o cartão; outras informações de conta e autenticação; detalhes de cobrança, entrega e contato.
- **O que os outros fazem e informações que eles fornecem sobre você.** Também recebemos e analisamos conteúdo, comunicações e informações que outras pessoas fornecem quando usam nossos Produtos. Isso pode incluir informações sobre você, como quando outras pessoas compartilham ou comentam uma foto sua, enviam uma mensagem a você ou carregam, sincronizam ou importam as suas informações de contato.

Informações de dispositivo

Conforme descrito abaixo, coletamos informações de e sobre os computadores, telefones, TVs conectadas e outros dispositivos conectados à web que você usa e que se integram a nossos Produtos, e combinamos essas informações dos diferentes dispositivos que você usa. Por exemplo, usamos as informações coletadas sobre seu uso de nossos Produtos em seu telefone para personalizar melhor o conteúdo (inclusive [anúncios](#)) ou os recursos que você vê quando usa nossos Produtos em outro dispositivo, como seu laptop ou tablet, ou para avaliar se você, em resposta a um anúncio que exibimos em seu telefone, realizou uma ação em um dispositivo diferente.

As informações que obtemos desses dispositivos incluem:

- **Atributos do dispositivo:** informações como o sistema operacional, as versões do hardware e software, nível da bateria, força do sinal, espaço de armazenamento disponível, tipo de navegador, nomes e tipos de arquivo e de aplicativo, e plugins.
- **Operações do dispositivo:** informações sobre operações e comportamentos realizados no dispositivo, tais como se uma janela está em primeiro ou segundo plano, ou movimentos do cursor (que podem ajudar a distinguir humanos de bots).
- **Identificadores:** identificadores exclusivos, IDs do dispositivo e outros identificadores, como de jogos, aplicativos ou contas que você usa, e IDs de Família de Dispositivo (ou outros identificadores exclusivos dos [Produtos das Empresas do Facebook](#) associados ao mesmo dispositivo ou à mesma conta).

- **Sinais do dispositivo:** sinais de Bluetooth e informações sobre pontos de acesso de Wi-Fi nas proximidades, beacons e torres de celular.
- **Dados das configurações do dispositivo:** informações que você permite que nós recebamos por meio das configurações do dispositivo que você ativa, como o acesso à sua localização GPS, câmera ou fotos.
- **Rede e conexões:** informações como o nome de sua operadora móvel ou provedor de serviço de internet, idioma, fuso horário, número do celular, endereço IP, velocidade de conexão e, em alguns casos, informações sobre outros dispositivos que estão nas proximidades ou em sua rede, de forma que nós possamos fazer coisas como ajudar você a [realizar o streaming de um vídeo de seu celular para sua TV](#).
- **Dados de Cookies:** dados de cookies armazenados em seu dispositivo, inclusive configurações e IDs de cookies. Saiba mais sobre como usamos cookies na [Política de Cookies do Facebook](#) e na [Política de Cookies do Instagram](#).

Informações de parceiros.

Os anunciantes, desenvolvedores de [aplicativos](#) e publishers podem nos enviar informações por meio das [Ferramentas de Negócios do Facebook](#) que eles usam, inclusive nossos plugins sociais (como o botão Curtir), o Login do Facebook, nossas [APIs e SDKs](#) e o [pixel](#) do Facebook. Esses parceiros fornecem informações sobre suas atividades fora do Facebook, inclusive informações sobre seu dispositivo, os sites que você acessa, as compras que faz, os anúncios que visualiza e sobre o uso que faz dos serviços deles, independentemente de ter ou não uma conta ou de estar conectado ao Facebook. Por exemplo, um desenvolvedor de jogos poderia usar nossa API para nos informar quais jogos você joga, ou uma empresa poderia nos informar sobre uma compra que você fez na loja dela. Além disso, recebemos informações sobre suas ações e compras online e offline de provedores de dados de terceiros que têm autorização para nos fornecer essas informações.

Tais parceiros recebem seus dados quando você acessa ou usa os serviços deles ou por meio de terceiros com os quais eles trabalham. Exigimos que cada um desses parceiros tenha autorização legal para coletar, usar e compartilhar seus dados antes de fornecê-los para nós. [Saiba mais](#) sobre os tipos de parceiros dos quais recebemos dados.

Para saber mais sobre como usamos cookies em conexão com as Ferramentas de Negócios do Facebook, analise a [Política de Cookies do Facebook](#) e a [Política de Cookies do Instagram](#).

[Voltar ao topo](#)

Como usamos essas informações?

Usamos as informações que temos (em consonância com as escolhas feitas por você) conforme descrito abaixo e para fornecer e viabilizar a operação dos Produtos do Facebook e serviços relacionados descritos nos [Termos do Facebook](#) e nos [Termos do Instagram](#). Veja como: fornecer, personalizar e aprimorar nossos Produtos.

Usamos as informações que temos para oferecer nossos Produtos, inclusive para personalizar recursos e conteúdo (como seu [Feed de Notícias](#), [Feed do Instagram](#), Instagram Stories e anúncios) e fazer sugestões a você (como grupos ou [eventos](#) pelos quais você possa se interessar ou tópicos que você talvez queira seguir) dentro e fora de nossos Produtos. Para criar Produtos personalizados que sejam únicos e relevantes para você, usamos suas conexões, preferências, atividades e seus interesses com base nos dados que coletamos e dos quais tomamos conhecimento por seu intermédio e de outras pessoas (inclusive [dados com proteções especiais](#) que você opte por fornecer); como você usa e interage com nossos Produtos; e as pessoas, as coisas ou os lugares com os quais você esteja conectado e nos quais tenha interesse, dentro e fora dos nossos Produtos. Saiba mais sobre como usamos informações pessoais para personalizar sua experiência no Facebook e no Instagram, inclusive recursos, conteúdo e recomendações nos Produtos do Facebook. Veja também como escolhemos os [anúncios](#) que você visualiza.

- **Informações nos Produtos do Facebook e dispositivos:** Conectamos informações sobre suas atividades nos diferentes Produtos do Facebook e dispositivos para fornecer uma experiência mais personalizada e consistente em todos os Produtos do Facebook que você usa, onde quer que sejam utilizados. Por exemplo, podemos sugerir que você participe de em um grupo no Facebook que inclui pessoas que você segue no Instagram ou com as quais você se comunica usando o Messenger. Também podemos tornar a sua experiência mais integrada, por exemplo, preenchendo automaticamente suas informações de registro (como seu número de telefone) a partir de um Produto do Facebook quando você se cadastrar para criar uma conta em um Produto diferente.
- **Informações relacionadas à localização:** Usamos [informações relacionadas à localização](#), como sua localização atual, onde você mora, os lugares que você gosta de frequentar, bem como as empresas e pessoas das quais você está próximo, a fim de fornecer, personalizar e aprimorar nossos Produtos, [inclusive os anúncios](#), para você e outras pessoas. As informações relacionadas à localização podem ser baseadas em coisas, como a localização precisa do dispositivo (caso você tenha nos concedido permissão para coletar esse dado), endereços IP e informações sobre o uso dos Produtos do Facebook por você e por outras pessoas (como check-ins ou eventos dos quais você participa).
- **Pesquisa e desenvolvimento de produtos:** Usamos as informações que temos para desenvolver, testar e aprimorar nossos Produtos, inclusive realizando enquetes e pesquisas, e testando e resolvendo problemas relativos a novos produtos e recursos.
- **Reconhecimento facial:** Se você tiver esse recurso ativado, nós usamos a tecnologia de reconhecimento facial para reconhecer você em fotos, vídeos e experiências da câmera. Os modelos de reconhecimento facial que criamos podem representar [dados com proteções especiais](#) nos termos da legislação de seu país. Saiba mais sobre [como usamos a tecnologia de reconhecimento facial](#) ou como controlar nosso uso dessa tecnologia nas [Configurações do Facebook](#). Se introduzirmos a tecnologia de reconhecimento facial em sua

experiência do Instagram, nós informaremos você previamente e você terá controle sobre nosso uso dessa tecnologia para você.

- **Anúncios e outros conteúdos patrocinados:** Usamos as informações que temos sobre você, inclusive informações sobre seus interesses, ações e conexões, para selecionar e personalizar anúncios, ofertas e outros conteúdos patrocinados que exibimos para você. Saiba mais sobre como [selecionamos e personalizamos anúncios](#) e sobre suas opções em relação aos dados que usamos para selecionar anúncios e outros tipos de conteúdo patrocinados para você nas [Configurações do Facebook](#) e do [Instagram](#).

Fornecer mensuração, análises e outros serviços comerciais.

Usamos as informações que temos (inclusive sua atividade fora de nossos Produtos, como os sites que você acessa e os anúncios que você visualiza) para ajudar os anunciantes e outros parceiros a avaliar a eficácia e a distribuição dos respectivos anúncios e serviços, e também para entender os tipos de pessoas que usam esses serviços e como elas interagem com os sites, aplicativos e serviços deles. [Saiba como compartilhamos informações](#) com esses parceiros.

Promover segurança e integridade.

Usamos as informações que temos para verificar contas e atividades, combater condutas danosas, detectar e prevenir spam e outras experiências negativas, manter a integridade de nossos Produtos e promover a segurança dentro e fora dos Produtos do Facebook. Por exemplo, usamos os dados que temos para investigar atividades suspeitas ou violações de nossos termos ou políticas, ou para [detectar quando alguém precisa de ajuda](#). Para saber mais, consulte a [Central de Ajuda de Segurança do Facebook](#) e as [Dicas de Segurança do Instagram](#).

Comunicar com você.

Usamos as informações que temos para enviar a você comunicações de marketing, para nos comunicar com você sobre nossos Produtos e para informar você sobre nossas políticas e termos. Também usamos suas informações para responder quando você entra em contato conosco.

Pesquisar e inovar para o bem social.

Usamos as informações que temos (inclusive dos parceiros de pesquisa com os quais colaboramos) para realizar e apoiar [pesquisas](#) e inovação sobre tópicos relacionados a bem-estar social geral, avanço tecnológico, interesse público, saúde e bem-estar. Por exemplo, [analisamos as informações que temos sobre padrões de migração durante crises](#) para auxiliar na ajuda humanitária. [Saiba mais](#) sobre nossos programas de pesquisa.

[Voltar ao topo](#)

Como essas informações são compartilhadas?

Suas informações são compartilhadas com outras pessoas das seguintes maneiras:

Compartilhamento nos Produtos do Facebook

Pessoas e contas com quem você compartilha e se comunica

Quando você compartilha e se comunica usando nossos Produtos, [você escolhe o público para aquilo que compartilha](#). Por exemplo, quando você publica no Facebook, seleciona o público que verá a publicação, como um grupo, todos os seus amigos, o público ou uma lista personalizada de pessoas. De forma semelhante,

quando você usa o Messenger ou o Instagram para se comunicar com pessoas ou empresas, elas podem ver o conteúdo que você envia. Sua rede também pode ver as ações que você realizou em nossos Produtos, incluindo o envolvimento com anúncios e conteúdo patrocinado. Também permitimos que outras contas vejam quem visualizou o Facebook ou o Instagram Stories delas.

[Informações públicas](#) podem ser vistas por qualquer pessoa, dentro e fora de nossos Produtos, inclusive se essa pessoa não tiver uma conta. Isso inclui seu nome de usuário do Instagram; qualquer informação que você compartilha publicamente; informações de seu [perfil público no Facebook](#); e o conteúdo que você compartilha em uma Página do Facebook, [conta pública do Instagram](#) ou qualquer outro fórum público, como o [Marketplace do Facebook](#). Você, outras pessoas que usam o Facebook e o Instagram e nós podemos fornecer acesso ou enviar informações públicas para qualquer pessoa dentro e fora de nossos Produtos, inclusive em outros Produtos das Empresas do Facebook, em resultados de pesquisas ou por meio de ferramentas e APIs. É possível também visualizar, acessar, compartilhar novamente ou baixar informações públicas por meio de serviços de terceiros, como mecanismos de pesquisa, APIs e mídia offline como a TV, e por meio de aplicativos, sites e outros serviços que se integram a nossos Produtos.

Saiba mais sobre quais informações são públicas e como controlar sua visibilidade no [Facebook](#) e no [Instagram](#).

Conteúdo que outras pessoas compartilham ou compartilham novamente sobre você. Você deve ponderar com quem escolhe compartilhar, porque as pessoas que podem visualizar suas atividades em nossos Produtos podem decidir compartilhá-las com terceiros dentro e fora de nossos Produtos, inclusive com pessoas e empresas fora do público com o qual você compartilhou. Por exemplo, quando você compartilha uma publicação ou envia uma mensagem para amigos ou contas específicas, eles podem baixar, fazer uma captura de tela ou compartilhar novamente tal conteúdo com terceiros dentro ou fora de nossos Produtos, pessoalmente ou em experiências de realidade virtual, como o [Facebook Spaces](#). Além disso, quando você comenta a publicação ou reage ao conteúdo de alguém, seu comentário ou reação fica visível para qualquer um que possa ver o conteúdo dessa pessoa, e ela pode alterar o público posteriormente.

As pessoas também podem usar nossos Produtos para criar e compartilhar conteúdo sobre você com o público que escolherem. Por exemplo, as pessoas podem compartilhar uma foto sua em uma história, mencionar ou marcar você em uma localização em uma publicação, ou compartilhar informações sobre você nas publicações ou mensagens delas. Caso você se sinta desconfortável com o que as outras pessoas compartilharam sobre você em nossos Produtos, saiba como [denunciar o conteúdo](#).

Informações sobre seu status ativo ou presença em nossos Produtos.

As pessoas em suas redes podem ver sinais informando se você está ativo em nossos Produtos, inclusive se você está ativo no momento no [Instagram](#), no [Messenger](#) ou no Facebook, ou quando você usou pela última vez nossos Produtos. Aplicativos, sites e integrações de terceiros em nossos Produtos ou que usam nossos Produtos.

Quando você decide usar aplicativos, sites ou outros serviços de terceiros que usam ou estão integrados a nossos Produtos, eles podem receber informações sobre o que você publica ou compartilha. Por exemplo, quando você joga um jogo com seus amigos do Facebook ou usa um botão Comentar ou Compartilhar no Facebook em um site, o desenvolvedor do jogo ou do site pode receber informações sobre suas atividades no jogo ou receber um comentário ou link que você compartilha por meio daquele site no Facebook. Além disso, quando você baixa ou usa esses serviços de terceiros, eles podem acessar seu [perfil público](#) no Facebook e qualquer informação que você compartilha com eles. Os aplicativos e sites que você usa podem receber sua lista de amigos do Facebook, se você optar por compartilhá-la com eles. No entanto, esses aplicativos e sites não poderão receber outras informações sobre seus amigos do Facebook ou seguidores do Instagram, embora seus amigos e seguidores possam optar por compartilhar essas informações. As informações coletadas por esses serviços de terceiros estão sujeitas aos termos e políticas próprios, e não a esta Política.

Os dispositivos e sistemas operacionais que fornecem versões nativas do Facebook e do Instagram (ou seja, nos quais não desenvolvemos nossos próprios aplicativos) terão acesso a todas as informações que você optar por compartilhar com eles, inclusive as informações que seus amigos compartilharam com você, de modo que possam fornecer nossa principal funcionalidade.

Observação: estamos restringindo ainda mais o acesso de desenvolvedores a dados a fim de ajudar a evitar abusos. Por exemplo, removeremos o acesso dos desenvolvedores a seus dados do Facebook e do Instagram se você não usar o aplicativo deles por três meses. Além disso, estamos alterando o login de modo que, na próxima versão, reduziremos os dados que um aplicativo poderá solicitar, isento de análise, para incluir apenas nome, biografia e nome de usuário do Instagram, foto do perfil e endereço de email. A solicitação de outros dados exigirá nossa aprovação.

Novo proprietário.

Se a propriedade ou o controle total ou parcial de nossos Produtos ou respectivos ativos mudar, poderemos transferir suas informações para o novo proprietário.

Compartilhamento com Parceiros externos

Trabalhamos com parceiros externos que nos ajudam a fornecer e a aprimorar nossos Produtos ou que usam as Ferramentas de Negócios do Facebook para ampliar os negócios, o que possibilita a operação de nossas empresas e o fornecimento de serviços gratuitos para pessoas do mundo inteiro. Não vendemos nenhuma de suas informações para ninguém e jamais o faremos. Também impomos fortes restrições sobre como nossos parceiros podem usar e divulgar os dados que fornecemos. Aqui estão os tipos de terceiros com os quais compartilhamos informações:

Parceiros que usam nossos serviços de análise.

Fornecemos estatísticas agregadas e insights que ajudam pessoas e empresas a entender como os usuários estão se envolvendo com as publicações, classificados, Páginas, vídeos e outros conteúdos delas dentro e fora dos Produtos do Facebook. Por exemplo, administradores de Página e perfis comerciais do Instagram recebem informações sobre o número de pessoas ou contas que visualizaram, reagiram ou

comentaram nas publicações deles, bem como dados demográficos agregados e outras informações que os ajudam a entender as interações com a respectiva Página ou conta.

Anunciantes.

Fornecemos aos anunciantes relatórios sobre os tipos de pessoas que visualizaram os anúncios deles e sobre o desempenho de tais anúncios, mas não compartilhamos informações que identifiquem você pessoalmente (informações como seu nome ou endereço de email, que possam ser usadas por si só para contatar ou identificar você), a menos que você nos dê permissão para tanto. Por exemplo, fornecemos dados demográficos gerais e informações sobre interesses aos anunciantes (como a informação de que um anúncio foi visto por uma mulher com idade entre 25 e 34 anos que mora em Madri e gosta de engenharia de software) para ajudá-los a entender melhor o público deles. Também confirmamos quais anúncios do Facebook levaram você a fazer uma compra ou executar uma ação com um anunciante.

Parceiros de mensuração.

Compartilhamos informações sobre você com empresas que as agregam para fornecer análises e relatórios de mensuração a nossos parceiros.

Parceiros que oferecem bens e serviços em nossos Produtos.

Quando você se inscreve para receber conteúdo premium, ou quando compra algo de um vendedor em nossos Produtos, o criador do conteúdo ou vendedor pode receber suas informações públicas e outras informações que você compartilhar com ele, bem como informações necessárias para concluir a transação, como detalhes de envio e contato.

Fornecedores e provedores de serviços.

Fornecemos informações e conteúdo para fornecedores e provedores de serviços que viabilizam a operação de nosso negócio, seja fornecendo serviços de infraestrutura técnica, analisando como nossos Produtos são usados, oferecendo atendimento ao cliente, facilitando pagamentos ou realizando pesquisas.

Pesquisadores e acadêmicos.

Também fornecemos informações e conteúdo a parceiros de pesquisa e [acadêmicos](#) para a realização de pesquisas que promovam conhecimento e inovação viabilizadores de nosso negócio ou missão e que intensifiquem a descoberta e a inovação acerca de tópicos de bem-estar social geral, avanço tecnológico, interesse público, saúde e bem-estar.

Aplicação da lei ou solicitações legais.

Compartilhamos informações com autoridades responsáveis pela aplicação da lei ou em resposta a solicitações legais nas circunstâncias descritas [abaixo](#).

Saiba mais sobre como controlar as informações pessoais que você ou outras pessoas compartilham com parceiros externos nas [Configurações do Facebook](#) e do [Instagram](#).

[Voltar ao topo](#)

[Como as Empresas do Facebook trabalham em conjunto?](#)

O Facebook e o Instagram compartilham infraestrutura, sistemas e tecnologia com outras [Empresas do Facebook](#) (inclusive WhatsApp e Oculus) para fornecer uma experiência inovadora, relevante, consistente e segura em todos os [Produtos das Empresas do Facebook](#) que você usa. Também processamos informações sobre você nas Empresas do Facebook com esse objetivo, conforme permitido pela lei

aplicável e de acordo com os termos e políticas delas. Por exemplo, processamos informações do WhatsApp sobre contas que enviam spam nesse serviço, de modo que possamos tomar as medidas adequadas contra tais contas no Facebook, no Instagram ou no Messenger. Também trabalhamos para entender como as pessoas usam e interagem com os Produtos das Empresas do Facebook, como, por exemplo, compreendendo o número de usuários únicos em diferentes Produtos das Empresas do Facebook.

[Voltar ao topo](#)

Como faço para controlar ou excluir informações sobre mim?

Concedemos a você a capacidade de acessar, retificar, portar e apagar seus dados. Saiba mais nas [Configurações do Facebook](#) e nas Configurações do [Instagram](#).

Armazenamos dados até que eles não sejam mais necessários para fornecermos nossos serviços e Produtos do Facebook, ou até que sua conta seja excluída — o que ocorrer primeiro. Esta é uma determinação que varia de acordo com cada caso e depende de fatores como a natureza dos dados, o motivo pelo qual são coletados e processados, e necessidades de retenção operacional ou legal relevantes. Por exemplo, quando você pesquisa algo no Facebook, pode acessar e excluir essa consulta de seu histórico de pesquisa a qualquer momento, mas o registro dessa pesquisa será excluído após seis meses. Se você nos enviar uma cópia de seu documento de identificação emitido pelo governo para fins de verificação da conta, excluiríamos essa cópia 30 dias após o envio. Saiba mais sobre a exclusão do [conteúdo compartilhado por você](#) e de [dados de cookies obtidos por meio de plugins sociais](#).

Quando você exclui sua conta, nós [excluimos o conteúdo](#) que você publicou, como fotos e atualizações de status, e não será possível recuperar essas informações. As informações que outras pessoas compartilharam sobre você não fazem parte de sua conta e não serão excluídas. Caso você não deseje excluir sua conta, mas queira parar de usar os Produtos temporariamente, é possível desativar a conta. Para excluir sua conta a qualquer momento, acesse as [Configurações do Facebook](#) e do [Instagram](#).

[Voltar ao topo](#)

Como respondemos a requisições legais ou prevenimos danos?

Acessamos, preservamos e compartilhamos suas informações com reguladores, autoridades ou outros:

- Em resposta a uma requisição legal (como um mandado de busca, uma ordem judicial ou intimação) se nós acreditarmos de boa-fé que a lei exige que assim façamos. Isso pode incluir a resposta a solicitações legais de jurisdições fora dos Estados Unidos quando acreditarmos de boa-fé que a resposta é exigida por lei na jurisdição em questão, afeta usuários na jurisdição em questão e é consistente com padrões reconhecidos internacionalmente.

- Quando acreditamos de boa-fé que elas são necessárias para: detectar, prevenir e resolver questões de fraude, uso não autorizado dos Produtos, violações de nossos termos ou políticas ou outra atividade ilegal ou prejudicial; para nos proteger (e proteger nossos direitos, propriedades ou Produtos), a você ou a outras pessoas, inclusive como parte de investigações ou inquéritos regulatórios, ou para evitar morte ou danos corporais iminentes. Por exemplo, se relevante, fornecemos e recebemos informações de parceiros externos sobre a confiabilidade de sua conta, a fim de prevenir fraude, abuso ou outra atividade nociva dentro e fora de nossos Produtos.

As informações que recebemos sobre você (incluindo dados de transações financeiras relacionadas a compras feitas com o Facebook) podem ser acessadas e preservadas por um período maior quando forem objeto de uma requisição ou obrigação legal, investigação governamental, investigações de possíveis violações de nossos termos ou políticas, ou para de outra forma impedir danos. Também retemos informações de contas desativadas por violação de nossos termos por, no mínimo, um ano, a fim de prevenir repetição de abuso ou outras violações dos termos.

[Voltar ao topo](#)

Como operamos e transferimos dados como parte de nossos serviços globais?

Compartilhamos informações globalmente, tanto internamente nas Empresas do Facebook, quanto externamente com nossos parceiros e com aqueles com quem você se conecta e compartilha no mundo todo em conformidade com esta política. Suas informações podem, por exemplo, ser transferidas ou transmitidas para, ou armazenadas e processadas nos Estados Unidos ou outros países fora de onde você mora, para os fins descritos nesta política. Essas transferências de dados são necessárias para fornecer os serviços estipulados nos [Termos do Facebook](#) e nos [Termos do Instagram](#), bem como para operar globalmente e fornecer nossos Produtos a você. Utilizamos [cláusulas contratuais padrão](#), seguimos as [decisões de adequação](#) da Comissão Europeia em relação a determinados países, conforme aplicável, e obtemos seu consentimento para essas transferências de dados para os Estados Unidos e outros países.

[Voltar ao topo](#)

Como notificaremos você sobre mudanças nesta política?

Notificaremos você antes de fazer alterações nesta política e daremos a você a oportunidade de analisar a política revisada antes de decidir continuar usando nossos Produtos.

[Voltar ao topo](#)

Como entrar em contato com o Facebook em caso de dúvidas

Saiba mais sobre como a privacidade funciona [no Facebook](#) e no [Instagram](#). Se tiver dúvidas sobre esta política, você pode nos contatar conforme descrito abaixo. Podemos resolver conflitos que você tenha conosco relacionados às nossas práticas

e políticas de privacidade por meio da TrustArc. Você pode entrar em contato com a TrustArc pelo [site](#) da organização.

Entrar em contato conosco

Você pode entrar em contato conosco [online](#) ou pelo correio em:

Facebook, Inc.

ATTN: Privacy Operations

1601 Willow Road

Menlo Park, CA 94025

Data da última revisão: 19 de abril de 2018

Fonte: Facebook (2018).