

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/370100610>

Privacidade e Ética Informacional: uma análise dos termos de uso dos Serviços de Redes Sociais Online

Thesis · February 2022

CITATIONS

0

1 author:



Amanda Gomes

Federal University of Pará

3 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

SEE PROFILE

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

AMANDA GARCIA GOMES

PRIVACIDADE E ÉTICA INFORMATACIONAL:

uma análise dos termos de uso dos Serviços de Redes Sociais Online

Belém/2022

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

AMANDA GARCIA GOMES

PRIVACIDADE E ÉTICA INFORMATACIONAL:

uma análise dos termos de uso dos Serviços de Redes Sociais Online

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Pará, como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Linha de pesquisa: Organização da Informação.

Orientador: Prof. Dr. Fernando de Assis Rodrigues.

Belém/2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

G633p Gomes, Amanda Garcia.

 Privacidade e Ética Informacional : uma análise dos termos de
 uso dos Serviços de Redes Sociais Online / Amanda Garcia Gomes.
 — 2022.

 163 f. : il. color.

Orientador(a): Prof. Dr. Fernando de Assis Rodrigues
 Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará,
 Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-
 Graduação em Ciência da Informação, Belém, 2022.

1. Redes Socias On-line. 2. Ética Informacional. 3.
 Privacidade. 4. Termo de uso. I. Título.

CDD 029.7

AMANDA GARCIA GOMES

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Pará, como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Linha de pesquisa: Organização da Informação.

Orientador: Prof. Dr. Fernando de Assis Rodrigues.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Fernando de Assis Rodrigues – Orientador
Universidade Federal do Pará (UFPA)

Prof. Dr. Gilberto Gomes Cândido – Membro interno
Universidade Federal do Pará (UFPA)

Prof. Dr. João Antonio de Moraes – Membro externo
Faculdade João Paulo II, FAJOPA

Prof. Dr. Ricardo César Gonçalves Santana – Membro externo
Universidade Estadual Paulista (UNESP – Campus de Marília)

Para Yã Góes, meu melhor amigo e
incentivador.

Para Maria do Socorro (*in memorian*), com
todo meu amor e gratidão.

AGRADECIMENTOS

Ao Yã Góes e à Ysis Raiol, meus companheiros de vida, são as pessoas que amo e mais admiro.

Aos meus familiares que compreenderam a minha ausência nos encontros de família, principalmente, minha mãe.

Ao meu orientador, Fernando Rodrigues, por ter confiado no meu trabalho e por todo conhecimento e experiência acadêmica compartilhada ao longo da pesquisa.

Aos membros da banca avaliadora prof. Gilberto Cândido, prof. Ricardo Sant'Ana, prof. João Moraes pelo direcionamento e aconselhamento.

Aos novos amigos da turma de 2020 PPGCI/UFPA pelas conversas e desabafos.

A todos os autores e as autoras que contribuíram para os estudos sobre privacidade, redes sociais online e Ética Informacional.

Por fim, ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação por nós ensinar o quanto um cientista da informação pode contribuir para humanidade.

GOMES, Amanda Garcia. **Privacidade e Ética Informacional:** uma análise dos termos de uso de Serviços de Redes Sociais Online. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal do Pará, Belém, 2022.

RESUMO

O objetivo deste estudo é analisar as características contidas nos termos de uso de serviços de redes sociais online, especificamente, os parágrafos que tratam sobre elementos de privacidade e relacioná-los com os elementos que definem as propriedades da Ética Informacional. A delimitação do tema de pesquisa está pautada no estudo dos serviços disponíveis na internet, especialmente, aqueles considerados serviços de redes sociais online. A discussão sobre a privacidade na sociedade em rede tem promovido debates sobre as implicações éticas no ciberespaço e tais problemáticas têm reflexos no fornecimento de dados pessoais quando o usuário aceita as condições para utilizar os serviços. Nesse sentido, o problema desta pesquisa se estrutura na seguinte pergunta: Em que medida a ausência dos conceitos sobre Ética Informacional nas informações contidas nos termos de uso dos serviços de redes sociais online podem criar um ambiente propício para potenciais ações prejudiciais à privacidade? Os critérios de escolha da amostra dos serviços foram aqueles que apresentaram as seguintes características: ser gratuito (não cobrar taxa para utilização) e está classificado entre os vinte serviços de web sites mais acessados, assim, os serviços selecionados foram: Twitter, Facebook e Instagram. A metodologia adotada é a análise exploratória, abordagem de natureza qualitativa por meio da leitura documental dos termos de uso. A pesquisa foi dividida em três etapas. A primeira é a pré-análise: consistiu na organização do material para compor o corpus da pesquisa. Foi realizada uma revisão de literatura sobre os principais conceitos da privacidade em redes sociais online, selecionou as principais noções sobre dados pessoais e buscou identificar ações sobre coleta, armazenamento e processamento. Por conseguinte, foram selecionados e identificados os conceitos que serviram de parâmetro para análise de conteúdo sistematizada que possuam elementos informativos que tenham relação direta com: aspectos da privacidade de dados pessoais (Coleta, Finalidade, Compartilhamento, Agente externo, Persistência/Armazenamento e Exclusão) e aspectos relacionados à Ética Informacional (Escolha, Consentimento, Correção, Coleta e Uso). A segunda etapa foi a exploração do material: iniciou a análise de conteúdo sistematizada com a leitura técnica dos termos de usos e o isolamento dos parágrafos que tratam sobre elementos de privacidade e da Ética Informacional. A terceira etapa foi o tratamento dos resultados: identificou-se as ações realizadas pela rede social online com os dados pessoais e discutiu-se como a ausência dos conceitos da Ética Informacional podem criar ambientes potencialmente prejudiciais à privacidade.

Palavras-chave: Ética Informacional. Privacidade. Serviço de Redes Sociais Online. Termos de Uso.

ABSTRACT

The purpose of this study is contained in the terms of use of online social networking services, specifically, the topics that deal with the elements of privacy and relationship with the elements that define as properties of Informational Ethics. The delimitation of the research topic is based on the study of services available on the internet, especially the services considered as online social networks. The discussion about privacy in privacy has been promoted over the debates about privacy in conditions of personal use and such problems are reflected in the provision of data when the user accepts as services. In this sense, the problem of this research is structured in the following question: To what extent can the absence of the concepts of Information Ethics in the information contained in the terms of use of online social networking services create an environment conducive to potential actions harmful to privacy? The criteria for choosing the sample of services were those that had the following characteristics: being free (no charge for use) and being ranked among the twenty most accessed web site services, so the selected services were: Twitter, Facebook and Instagram . The methodology adopted is exploratory analysis, an approach of a qualitative nature through documental reading of the terms of use. The research was divided into three stages. The first is the pre-analysis: it consisted of organizing the material to compose the research corpus. A literature review was carried out on the main concepts of privacy in online social networks, selected the main notions about personal data and sought to identify actions on collection, storage and processing. Therefore, the concepts that served as parameters for systematized content analysis were selected and identified that have informative elements that are directly related to: aspects of personal data privacy (Collection, Purpose, Sharing, External Agent, Persistence/Processing and Deletion) and aspects related to Information Ethics (Choice, Consent, Correction, Collection and Use). The second stage was the exploration of the material: the systematized content analysis began with the technical reading of the terms of use and the isolation of the paragraphs dealing with elements of privacy and Informational Ethics. The third step was the treatment of the results: the actions carried out by the online social network with personal data were identified and it was discussed how the absence of the concepts of Information Ethics can create environments potentially harmful to privacy.

Keywords: Informational Ethics. Privacy. Online Social Networking Service. Terms of use.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Funcionalidades de do <i>smartwatch</i>	36
Figura 2 – Infográfico de informações coletadas por meio do aplicativo Lifelog do <i>Smart Wear</i>	38
Figura 3 – Esquema estrutural das teorias descritivas e normativas da privacidade	41
Figura 4 – Exposição dos principais documentos do termo de uso do Twitter	60
Figura 5 – Exposição dos principais documentos do termo de uso Facebook	62
Figura 6 – Exposição dos principais documentos do termo de uso do Instagram	65
Figura 7 – Possíveis formas de coleta dos dados pessoais no Twitter	66
Figura 8 – Possíveis formas de coleta dos dados pessoais no Facebook/Instagram	67

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Categorias para elementos relacionados à privacidade	22
Quadro 2 – Categorias dos aspectos relacionados a Teoria RALC	23
Quadro 3 – Características presentes em SRSO	56
Quadro 4 – Divisão do termo de uso do Twitter	61
Quadro 5 – Denominações recorrentes no termo de uso do Twitter	61
Quadro 6 – Conjunto de documentos do Facebook/Instagram	63
Quadro 7 – Divisão dos capítulos do termo de uso do Facebook/Instagram	63
Quadro 8 – Definições recorrentes no termo de uso do Facebook/Instagram	64
Quadro 9 – Descrição dos itens que coletam os dados pessoais no Twitter, Facebook e Instagram	67
Quadro 10 – Controles que o usuário possui sobre a conta no Twitter	75
Quadro 11 – Configurações que o usuário possui sobre a sua conta no Twitter	76

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

SRSO	Serviço de Redes Sociais Online
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
AR	Augmented Reality
IoT	Internet of Things
CPF	Cadastro de Pessoa Física
TCP	Transmission Control Protocol
IP	Internet Protocol
GPS	Global Positioning System
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados
API	Application Programming Interface
NSA	National Security Agency
AI	Artificial Intelligence
IBICT	Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
RELEI	Rede Latinoamericana de Ética da Informação
UIC	União Internacional de Comunicações
PAPAS	Privacidade, Acesso, Propriedade Intelectual, Precisão e Segurança

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Problema de pesquisa.....	18
1.2 Justificativa.....	19
1.3 Objetivo.....	20
1.4 Delimitação temática.....	21
1.5 Procedimentos metodológicos.....	21
1.6 Estrutura do texto.....	24
2 ÉTICA INFORMATACIONAL.....	25
2.1 O problema da privacidade informacional.....	33
3 PRIVACIDADE.....	46
4 SERVIÇO DE REDES SOCIAIS ONLINE.....	53
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	59
5.1 Caracterização dos Serviços de Redes Sociais Online.....	59
5.2 Privacidade nos Termos de Uso.....	65
5.3 Ética Informacional nos Termos de Uso.....	74
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	78
REFERÊNCIAS.....	81
ANEXO I – TERMO DE USO DO TWITTER.....	90
ANEXO II – TERMO DE USO DO FACEBOOK.....	125
ANEXO III –TERMO DE USO DO INSTAGRAM.....	148

1 INTRODUÇÃO

O século XXI é marcado pelo uso massivo de Tecnologia da Informação e Comunicação¹ (TIC) em diversos espaços do cotidiano. Uma das incorporações ocasionadas pela aplicação de TIC foi a difusão de serviços online, sustentada pela Internet. Nesse momento, o aparecimento de serviços de redes sociais online² atraiu pessoas que tinham proximidade ou familiaridade com recursos tecnológicos.

A proporção da incorporação das TIC na vida cotidiana pode ser percebida pela quantidade de pessoas que a utilizam. A população global é de aproximadamente 8 bilhões³. No primeiro mês de 2021, havia 4,66 bilhões⁴ de usuários ativos da Internet em todo o mundo (59,5% da população global). Desse total, 4,32 bilhões (92,6%) acessaram a internet por meio de dispositivos móveis. Em 2022, estima-se que os serviços de redes sociais online atinjam 3,96 bilhões⁵ de usuários.

Desse modo, a excessiva aplicação de TIC no cotidiano também contribui para que as pessoas utilizem frequentemente a internet – seja para realizar operações financeiras ou para criar laços afetivos – pois até as relações interpessoais se remodelaram (RODRIGUES, 2017). Segundo Castells (2002), a revolução tecnológica⁶ é uma das características presente na sociedade do século XXI, cujo acesso à informação e a tecnologia se tornou uma necessidade latente, juntos são capazes de localizar e disseminar a informação. A revolução tecnológica, por exemplo, possibilita o aparecimento da denominada Sociedade em Rede (CASTELLS, 2002).

Na Sociedade em Rede (CASTELLS, 2002), a informação possui relevância estratégica no cenário social e os fluxos de dados⁷ são constantes e complexos, modificando-

1 TIC é um conjunto de recursos tecnológicos integrados entre si, que proporcionam, por meio das funções de hardware, software e telecomunicações, a automação e a comunicação dos processos de negócios, da pesquisa científica e de ensino e aprendizagem.

2 Será apresentado e abordado em capítulo específico as características, origem e desdobramentos sobre os Serviços de Redes Sociais Online.

3 Fonte: <https://www.worldometers.info/world-population/>.

4 Fonte: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>.

5 Fonte: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.

6 A revolução da tecnológica é o processo de transformação tecnológica que se expande exponencialmente em razão de sua capacidade de criar uma interface entre campos tecnológicos mediante uma linguagem digital comum na qual a informação é gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida. Vivemos em um mundo que se tornou digital (CASTELLS, 2002).

7 A literatura científica da Ciência da Informação possui uma pluralidade de conceitos sobre informação, dados e conhecimento e, portanto, não está no escopo desta pesquisa fazer um aprofundamento da temática ou sobre os desdobramentos e os debates conceituais sobre informação, dado e conhecimento.

se a todo momento. Davenport (1998) explica que dados são simples observações sobre o mundo e também propriamente a base da informação, tem por características serem facilmente estruturados, transferíveis e obtidos por máquinas.

A informação constitui-se de dados dotados de significados e contextualizados. O conhecimento pode ser entendido como a informação valiosa, precisamente, porque alguém deu à informação um contexto, um significado e, principalmente, uma interpretação (DAVENPORT, 1998).

Esta pesquisa considera o conceito de dados como “[...] um elemento básico, formado por signo ou conjunto finito de signos que não contém, intrinsecamente, um componente semântico, mas somente elementos sintáticos” (SANTOS; SANT’ANA, 2013, p. 202).

Devido à penetrabilidade que os recursos tecnológicos desempenham em atividades cotidianas (compras, entretenimento, relacionamento, educação), Castells (2002) considera que existiu uma revolução tecnológica da informação que afetou o relacionamento e o comportamento entre os indivíduos. Para entender a complexidade social e cultural deste contexto, o autor observou que as tecnologias estão integrando o mundo (pessoas e instituições) em redes globais de instrumentalidade, sendo a comunicação mediada, principalmente, por computadores o que favoreceu o aparecimento de comunidades virtuais.

Nesse cenário, as relações do tecido social foram alteradas. Por exemplo, as redes sociais, antes formadas por interconexões pessoais, seja em ambientes físicos (conversas em geral), seja em ambientes mediados por tecnologias (a carta, a revista, o jornal) se reconfiguram em redes de inter-relacionamentos mediadas por serviços de redes sociais online (RODRIGUES, 2017).

Existe, portanto, uma infinidade de redes, como, por exemplo, as pessoas e as redes sociais, os neurônios e o cérebro, os computadores e as redes de telecomunicação, dentre outros (BORNHOLDT; SCHUSTER, 2003). Entende-se como rede⁸ um conjunto de itens conectados entre si. Para entender o funcionamento e a organização de uma rede é necessário identificar os elementos que a compõe. Por exemplo, a Teoria dos Grafos é um ramo da matemática que estuda as relações entre os objetos de um determinado conjunto. Um grafo é a representação de uma rede que possui nós e arestas que conectam esses nós.

⁸ Esta pesquisa considera os estudos sobre redes a partir da Teoria dos Grafos e suas aplicações nas ciências sociais. A abordagem em rede percebe que grupos de indivíduos estão conectados como redes sociais e, a partir da Teoria dos Grafos, é possível extrair propriedades estruturais e funcionais da observação empírica (RECUERO, 2009).

Para as ciências sociais, o estudo sobre redes contribui para observar os indivíduos e as suas interações. Contextualizando esses estudos na Ciência da Informação, Marteleto (2001), destaca as seguintes características das redes como necessárias para estudos que envolvem informação e indivíduos: a estrutura de nodos (nós) e elos (arestas), a representação de um conjunto de participantes autônomos que reúnem recursos e ideias em torno de valores e interesses comuns.

Diante da possibilidade de observação das interações sociais por meio de uma abordagem em rede e considerando o cenário social anteriormente descrito, os estudos sobre redes sociais online no âmbito da Ciência da Informação contribui para: a compreensão do fenômeno de crescimento exponencial de agrupamentos no ciberespaço⁹, as possíveis implicações sociais e culturais da disseminação da informação em redes sociais online, a concepção sobre direitos individuais e coletivos, vulnerabilidade e exclusão digital, veracidade das informações que transitam no ciberespaço, concepção de informação pública e privada, autodeterminação informativa e entre outros.

Esta pesquisa se situa no campo de estudo da Ciência da Informação por compreender que a informação é um fenômeno coletivo e de natureza intersubjetiva, os indivíduos não apenas buscam a informação, mas também criam conteúdos e o compartilham (ARAÚJO, 2018). Assim, as redes sociais online aparecem como espaços de produção e disseminação de informações que podem ser de natureza pública ou privada.

A Ciência da Informação é importante na construção e fornecimento do arcabouço teórico para o direcionamento de caminhos que contribuem para o atendimento das necessidades informacionais, já que cabe a esta ciência o papel de investigar o comportamento da informação, os fluxos e meios de acesso (BORKO, 1968; CAPURRO, 2003).

Diante da progressiva utilização de TIC aliada ao crescimento da produção de informações é possível observar fenômenos. À medida que as tecnologias digitais forem incorporadas como mediadoras de atividades cotidianas, o grau de estranheza para lidar com esta diminuirá. Por exemplo, as cidades inteligentes (smart cities) que utilizam TIC para melhorar a eficiência de serviços e qualidade de vida dos cidadãos. São sensores e dispositivos capazes de controlar, regularizar, açãoar objetos comuns da vivência urbana.

⁹ O ciberespaço é definido como um mundo virtual porque está presente em potência, é um espaço desterritorializante. Esse mundo não é palpável, mas existe de outra forma, outra realidade. O ciberespaço existe em um local indefinido, desconhecido, cheio de devires e possibilidades (MONTEIRO, 2007).

A tecnologia presente nas cidades inteligentes está alicerçada no desenvolvimento da Internet das Coisas (IoT)¹⁰ que possibilita a comunicação entre dois ou mais objetos para realização de tarefas. Segundo Santaella et al (2013), a IoT “[...] corresponde à fase atual da internet em que os objetos se relacionam com objetos e animais os quais passam a ser objetos portadores de dispositivos computacionais, capazes de conexão e comunicação” (SANTAELLA; et all, 2013, p. 28).

Iot está presente também em objetos pessoais, como, por exemplo, em relógios inteligentes, aparelhos eletrodomésticos, assistentes virtuais. Para personalização¹¹ desses objetos é necessário que a tecnologia seja capaz de individualizar o usuário do serviço, coletar informações sobre preferências, gerenciar essas informações e ação-las quando exigidas.

Além da aplicabilidade dessa tecnologia para melhoria da qualidade de vida existem serviços online com princípios similares a personalização. São plataformas que buscam reunir um conjunto de serviços, geralmente, operacionalizados no ciberespaço, como, por exemplo, os Serviços de Redes Sociais Online (SRSO).

A ampla utilização de SRSO favorece o crescimento exponencial de agrupamentos no ciberespaço. São redes nas quais os indivíduos estão conectados online, em média 6 horas e 43 minutos por dia (AMPER, 2021). A aproximadamente 45% dos usuários globais da Internet dizem que recorrem aos SRSO quando procuram informações sobre produtos ou serviços que estão pensando em comprar e seis plataformas de SRSO possuem mais de 1 bilhão de usuários diariamente (AMPER, 2021).

Esses SRSO necessitam de infraestrutura tecnológica, geralmente, utilizam sistemas de informação complexos, desenvolvidos com recursos tecnológicos, humano e financeiro que têm capacidade de coletar, armazenar, processar, compartilhar e distribuir informações (WELLMAN; HAYTHORNTHWAITE, 2002).

Os sistemas de informação podem operar recursos computacionais para automatizar funções, como, por exemplo, desligar a tela de um dispositivo ao perceber que não está utilizando a câmera ou sugerir um restaurante de acordo avaliações de outros usuários da Internet. Essas ações se realizam a partir da coleta de conjuntos de dados¹² dos indivíduos,

10 Internet of Things – IoT é um conceito que se refere à interconexão digital de objetos cotidianos com a internet, conexão dos objetos mais do que das pessoas.

11 Existe uma arquitetura básica dos dispositivos inteligentes e das tecnologias de comunicação, principalmente, as soluções de comunicação sem fio que tendem a se popularizar no ambiente de IoT, entretanto não é objetivo do trabalho aprofundar sobre a temática. Para saber mais consulte (SANTOS et al, 2016).

12 São informações que individualizam uma pessoa ou instituição que utilizar o SRSO.

que trafegam em servidores e bancos de dados, principalmente, com auxílio da Internet (RODRIGUES, 2017).

A disponibilidade de conexão com a Internet possibilitou o aparecimento de sistemas de informação que são capazes de fornecer suporte às redes de informações e de inter-relacionamento entre indivíduos, grupos de indivíduos e instituições, denominadas redes sociais online – ou somente redes sociais (BOYD; ELLISON, 2007).

Os SRSO são elaborados e mantidos por instituições privadas que os desenvolvem com finalidade econômica. Frequentemente, esses serviços são utilizados na troca de informações pessoais. Porém, a possibilidade de exposição dos conjuntos de dados sobre os usuários para outras instituições e governos suscitam preocupações (RODRIGUES, 2017).

Para a permanência dos indivíduos em SRSO e para realizar a coleta de conjuntos de dados, os *web sites* das instituições disponibilizam aos usuários um documento chamado de Termos de Uso.¹³ Este documento trata de assuntos como: dados pessoais, processo de compartilhamento de dados a agentes externos, guias de convivência (conhecidos como netiquetas), processos de remoção de conteúdo e de exclusão de conta, orientações sobre a veiculação de propagandas, material publicitário e entre outros.

Conforme Castells (2002), existe um cenário propício para o armazenamento desses conjuntos de dados, sobretudo em sociedades conectadas à Internet. Nesse cenário, as questões sobre privacidade são importantes, pois envolvem usuários, instituições e governos, principalmente, porque a utilização de SRSO gera dados sobre as atividades desses atores no ciberespaço. No caso de SRSO, o respaldo sobre qual tratamento e a maneira de aquisição de tais dados está no termo de uso.

Assim, a crescente incorporação de SRSO nas atividades cotidianas desencadeou mudanças na maneira como os indivíduos se relacionam entre si e com o ambiente. Em média¹⁴, os usuários gastam entorno de 144 minutos por dia em SRSO e aplicativos de mensagens, um aumento de mais de meia hora desde 2015. Gradativamente, a imersão nesses ambientes transforma-se em hábito ao longo do tempo.

Nesse contexto, ocorre a reformulação de problemas tradicionais da sociedade e o aparecimento de novos, como, por exemplo, vigiar uma pessoa dependia de deslocamento

¹³ É uma espécie de contrato entre o usuário e a empresa que rege o acesso dos serviços. São também denominados de contratos de adesão.

¹⁴ Fonte: <https://www.statista.com/statistics/1031948/global-usage-duration-of-social-networks-by-region/>

físico, inspeção do lixo doméstico ou fazer uma interceptação telefônica. A reformulação desse problema pode ser percebida quando ocorre a coleta e o processamento de dados durante a navegação do usuário de um SRSO, sem consentimento, o que caracteriza também uma ação de vigilância.

As condutas que estavam restritas ao presencial, podem desloca-se para o virtual, principalmente, pela possibilidade de utilização de equipamentos e *softwares* conectados à Internet, isso implica em questões como: quais são os limites entre o público e o privado? Como controlar o acesso a dados pessoais numa sociedade conectada em rede? Qual o comportamento moralmente aceitável ao utilizar a internet?

Questões de privacidade no ciberespaço estão entre os problemas tradicionais que se reformularam. Assim, a privacidade pode ser caracterizada como informação pessoal passível de acesso apenas ao próprio indivíduo e também está relacionada a noção de liberdade. Torna-se um problema ético quando os indivíduos não possuem autonomia e, consequentemente, comportamento espontâneo diminuirá. Quando a privacidade está inserida no contexto de complexidade por situações de invasão e proteção, em virtude do potencial de produção e captação de informações pessoais, ocorre o chamado “problema da privacidade informacional” (MORAES; TESTA, 2020).

Nesse sentido, esta pesquisa busca sustentação na Ética Informacional, pois é um campo de estudo que visa refletir sobre as questões relacionadas aos impactos da inserção das tecnologias na conduta dos indivíduos na sociedade (CAPURRO, 2010; FLORIDI, 2005, MORAES, 2014). Especificamente, os temas que envolvem privacidade são pautas do campo de estudo da Ética Informacional, principalmente, quando tratam sobre subjetividade e autonomia no ciberespaço. Uma das problemáticas da privacidade informacional é o estreitamento entre o que se considera público e privado.

Os SRSO, por exemplo, reúnem informações pessoais que o próprio usuário fornece ou a partir de outros procedimentos de captação. A combinação das informações podem ser utilizadas para determinar ou inferir ações futuras. Geralmente, essas informações são fornecidas em virtude dos SRSO constituírem espaços de expressão subjetiva dos indivíduos. Ainda que as pessoas aceitem as condições para a utilização do serviço quando assinam o termo de uso, isso não pode presumir renúncia total à privacidade.

1.1 Problema de pesquisa

Os SRSO são sistemas de informação essenciais e são elementos-chave na realização de atividades profissionais¹⁵ e de entretenimento (RODRIGUES, 2017). Além disso, são capazes de individualizar cada usuário da rede.

[...] uma das características dos sistemas de informação das Redes Sociais Online é a capacidade de identificação e distinção dos conjuntos de dados de cada participante da rede, incluindo dados relacionados aos seus atributos, as suas características e as suas relações com outros usuários e com demais conteúdos multimídia (RODRIGUES; SANT'ANA, 2018, p. 23).

A individualização é o que permite reunir atributos sobre o usuário para que o sistema de informação possa sugerir novos relacionamentos e direcionar conteúdos. O que possibilita a individualização é a designação de um identificador, assim. De acordo com Rodrigues (2017, p. 35), o usuário de um SRSO pode ser também denominado de Referenciado.

[...] o tipo de usuário que é possível de identificação em um contexto pelos seus identificadores e potenciais identificadores, e este processo de identificação das redes sociais pode potencializar os problemas relacionados à sua privacidade.

Problemas relacionados à privacidade em SRSO podem ocorrer devido a possibilidade de processamento de dados produzidos diariamente. São dados gerados ou obtidos das atividades dos usuários quando realizadas no domínio do SRSO ou fora dele. O potencial lesivo se configura à medida que se desconhece os procedimentos de gerenciamento dos dados, inexistência de transparência e sem anuência do usuário.

Destaca-se que a falta de transparência, sobre o que é realizado com o conjunto de dados, pode fornecer a detentora do SRSO uma amostragem de dados brutos para análises sociais e psicológicas sobre um determinado grupo. Isso contribui para o direcionamento de conteúdos, desenvolvimento de câmaras de eco e vieses de confirmação (MORAES; TESTA, 2020).

A partir do conhecimento de preferências culturais, políticas e ideológicas de diferentes grupos sociais, os SRSO poderiam segmentar preferências e saber quais grupos são mais suscetíveis em aceitar ou recusar determinadas mídias audiovisuais. O insumo que alimenta a base de dados dos SRSO é proveniente das informações fornecidas pelos usuários e aquelas que são obtidas durante a utilização do serviço. Essas informações podem está

¹⁵ Considerou-se aquelas com a finalidade de publicizar serviços e produtos oferecidos por pessoas físicas, pessoas jurídicas, organizações nacionais e internacionais.

relacionadas com aspectos da privacidade.

Solove (2012) destaca que o direito à privacidade transcende a proteção, o que as pessoas consideram como público e privado sobre sua própria privacidade contribui para a resolução dos problemas ou o agravamento, isto é, impacta na sociedade e não em cada pessoa. Ainda segundo o autor, as pessoas frequentemente desconhecem como sua privacidade é protegida.

De acordo com Capurro (2005, p. 40), o elemento temporal é significativo ao tratar de questões sobre a privacidade porque “[...] alguma coisa que atualmente parece uma violação da privacidade pode ser amanhã considerada como uma situação normal”. O conceito e o entendimento sobre a privacidade é volátil, e se transforma conforme mudanças sociais e temporais.

No contexto dos SRSO a noção de privacidade está numa linha tênue entre público e privado. Os usuários fornecem informações que anterior aos SRSO eram consideradas de caráter pessoal, e a pós a difusão desses serviços essas informações podem ser acessadas com alguns cliques¹⁶. No entanto, para usufruir dos serviços é necessário o aceite obrigatório dos termos de uso. A discussão sobre a privacidade na sociedade em rede (CASTELLS, 2002) permeia por implicações éticas no ciberespaço e como essas implicações têm reflexos no fornecimento de dados quando o usuário aceita as condições para utilizar os SRSO.

Portanto, o problema desta pesquisa se estrutura na seguinte pergunta: Em que medida a ausência dos conceitos sobre Ética Informacional nas informações contidas nos termos de uso dos serviços de redes sociais online podem criar um ambiente propício para potenciais ações prejudiciais a privacidade?

1.2 Justificativa

A pesquisa está delimitada a explicitar elementos para o acompanhamento e para a identificação de aspectos relacionados à privacidade de dados dos usuários contidos nos termos de uso dos SRSO e relacioná-los aos elementos da Ética Informacional.

O uso das tecnologias está contido em diversas atividades, desde as simples até as mais complexas. Por exemplo, verificar os batimentos cardíacos e a pressão sanguínea de uma pessoa por um relógio inteligente ou realizar mineração de texto em uma base de dados

¹⁶ É possível, por exemplo, saber quais locais o usuário frequenta, o tipo de entretenimento que gosta, se está em um relacionamento amoroso ou se possui filhos, a última viagem que realizou, os produtos que gosta de comprar.

aberta. Sendo assim, as TIC causaram transformações no tecido social encurtando distâncias territoriais, permitindo avanços científicos e modificando as relações interpessoais.

Por causa da aderência das TIC em inúmeras atividades, as TIC e a área de conhecimento da Ciência da Computação se tornam cada vez mais presentes na sociedade, consequentemente, altera comportamentos (LANIER, 2018) e ressignifica conceitos. Na sociedade em rede, a compreensão dos limites entre público e privado se confundem, sendo a privacidade o elemento mais afetado.

No SRSO, a privacidade é o elemento que por vezes sofre ataques e violações, pois os problemas que eram comuns na vida *offline* e tinham um alcance reduzido por conta de diversos fatores, entre eles a distância territorial, são praticamente potencializados no ciberespaço, tendo em vista o que Castells (2002) entende como dinâmica da sociedade conectada em rede com a informação sendo o principal capital e as TIC como força motriz.

De acordo com Rodrigues (2017), as problemáticas que já existiam na sociedade antes das TIC crescem e se difundem exponencialmente na rede; a perseguição de uma pessoa (seja uma figura pública ou não), exposição de fotografias, divulgação de informações íntimas, fraudes, informações falsas ganham velocidade de disseminação instantânea e sem garantia de reversão.

Zanon (2013) elucida que nesta sociedade entrelaçada com as TIC, a proteção à privacidade é reformulada em virtude das características do ciberespaço, pois os dados são o que definem o indivíduo, ou seja, controlar a circulação de dados pessoais é ter o comando sobre o que pode ou não ser feito, principalmente, para qual finalidade de uso.

1.3 Objetivo

O objetivo dessa pesquisa é analisar as características contidas nos termos de uso de Serviços de Redes Sociais Online, especificamente, nos parágrafos que tratam sobre elementos de privacidade e relacioná-los com os elementos que definem as propriedades da Ética Informacional.

Como objetivos específicos:

- a) Distinguir as características, elencar as noções e conceitos sobre privacidade;
- b) Distinguir as características, elencar as noções e conceitos principais relacionados às propriedades da Ética Informacional no que se refere à privacidade;
- c) Identificar nos termos de uso as características relacionadas as questões de

privacidade sobre dados pessoais;

d) Relacionar, em um processo de convergência entre os domínios, os pontos dos termos de uso referentes à privacidade e as características da Ética Informacional;

1.4 Delimitação temática

A delimitação do tema de pesquisa está pautado no estudo de serviços disponíveis na internet, especificamente, aqueles considerados SRSO. Foram escolhidos os SRSO que apresentaram as seguintes características: gratuidade (sem pagamento financeiro para utilizar o serviço) e constar na classificação global de *web sites* mais acessados em 2021.¹⁷

O escopo de pesquisa foi delimitado na seleção dos SRSO (Facebook, Twitter e Instagram) e a análise do termo de uso de cada serviço¹⁸. Não foi escopo analisar o comportamento dos usuários, a efetividade normativa do termos de uso e suas consequências jurídicas no caso concreto¹⁹.

1.5 Procedimentos metodológicos

O método a ser empregado é uma combinação de técnicas divididas em etapas. Fundamentou-se na Análise de Conteúdo que consiste em um conjunto de técnicas de análise da comunicação, utiliza procedimentos sistemáticos e com finalidade de inferência de conhecimentos relativos às condições de produção das mensagens a partir de indicadores (BARDIN, 2011). Na sequência, a organização da pesquisa foi dividida em três etapas, sequenciais: a) pré-análise, b) exploração do material e c) tratamento dos resultados.

a) Pré-análise: consistiu na organização do material para compor o corpus da pesquisa. Inicialmente, foi realizado um levantamento na literatura sobre os principais conceitos da privacidade em SRSO. Procurou-se as principais noções sobre dados pessoais e a sua relação com a Internet, cuja finalidade foi encontrar na literatura científica conceitos sobre ações de coleta, armazenamento e processamento de informações e dados pessoais.

Em simultâneo, com a finalidade de compreender os principais conceitos da Ética Informacional, identificou-se na literatura os principais autores e temas de debate, sobretudo os conceitos relacionados ao problema da privacidade informacional. Diante da amplitude das teorias sobre a privacidade informacional, esta pesquisa escolheu a Teoria da Privacidade

17 Fonte: <https://www.alexa.com/topsites>.

18 Os documentos analisados foram Termos de Serviço e Política de Privacidade (Twitter); Termos de Uso e Política de dados (Instagram/Facebook).

19 Caso concreto: trata-se de determinado fato ocorrido no mundo real e que gerou implicações no mundo jurídico, de forma que a situação deixou de pertencer à esfera privada dos indivíduos, para começar a gerar reflexos legais.

Acesso Restrito/Controle Limitado (RALC²⁰).

Por conseguinte, foram preparados em dois grupos os conceitos que serviram de parâmetro para as análises. O primeiro grupo é composto por seis categorias (Coleta, Finalidade, Compartilhamento, Agente Externo, Persistência/Armazenamento e Exclusão) que descrevem as ações realizadas pela detentora do SRSO no que diz respeito ao gerenciamento de dados pessoais.

O segundo grupo é formado por cinco categorias (Escolha, Consentimento, Correção, Coleta e Uso) que descrevem, a luz da Teoria RALC, as diretrizes para um documento que trata sobre privacidade, sobretudo os que versão sobre dados pessoais, para assegurar aos indivíduos controle da sua própria informação pessoal.

b) Exploração do material: iniciou a análise de conteúdo sistematizada com a obtenção dos documentos no formato pdf²¹ e os armazenou em uma pasta. Em seguida, selecionou os documentos do termo de uso que discorrem sobre privacidade e dados pessoais (Política de Privacidade e Política de Dados). Separou as seções do documento em capítulos. Foi iniciada a leitura técnica de cada documento e o isolamento dos parágrafos²² que possuíam elementos relacionados ao primeiro grupo de conceitos. A descrição das categorias estão descritas no Quadro 1.

Quadro 1 – Categorias para elementos relacionados à privacidade.

Ações possíveis de serem realizadas que envolvem dados pessoais	
Categorias	Descrição
Coleta	Ocorre quando é possível coletar conjuntos de dados que identificam o usuário e as atividades dentro e fora da rede social online independentemente da sua vontade.
Finalidade	Ocorre quando as ações que coletam o conjunto de dados do usuário possuem uma finalidade expressa no termo de uso.
Compartilhamento	Ocorre quando o usuário tem a possibilidade de acrescentar informações pessoais ou limitar acessos por meio de configurações no SRSO.
Agente Externo	Ocorre quando o SRSO possibilita o processo de compartilhamento de dados a agentes externos, como, por exemplo, provedores e parceiros para direcionar anúncios.
Persistência/ Armazenamento	Ocorre quando existe a possibilidade de que o conjunto de dados dos usuários possam ser utilizados em novos processos de análise por meio da interação com outras bases de dados.

20 Abreviação do inglês Restricted Access/Limited Control theory privacy – RALC.

21 A obtenção dos documentos foi via *download* (baixar em português) no site de cada SRSO.

22 Considera-se para parágrafo os trechos com sentido completo.

Exclusão	Ocorre quando o SRSO descreve os processos de remoção de conteúdo e de exclusão de conta.
----------	---

Fonte: Elaborado pela autora.

Em seguida, os parágrafos isolados foram centralizados em uma planilha eletrônica, denominada Dados de Pesquisa,²³ com a finalidade de reunir os parágrafos que fazem referência aos aspectos da privacidade e se existe ações que envolvem dados pessoais. Não foram considerados como parágrafos e, portanto, não incluídos na planilha eletrônica os títulos dos capítulos, números de contato e contrato, procedimentos para torna-se um anunciante ou parceiro, informações de assistência adicionais, portabilidade.

O próximo passo foi progredir para a classificação desses parágrafos aos aspectos relacionados da Ética Informacional. Por conseguinte, aplicou aos parágrafos que apresentaram ações possíveis de serem realizadas pelo SRSO que envolvem dados pessoais, as categorias relacionadas a Teoria RALC (Ver Quadro 2).

Quadro 2 – Categorias dos aspectos relacionados a Teoria RALC.

Aspectos relacionados à teoria da privacidade acesso restrito/controle limitado (RALC)	
Categoria	Descrição
Escolha	Referente à necessidade que as pessoas têm de possuir algum controle na escolha de situações que ofereçam a outros exatamente o nível de acesso que elas desejam (da privacidade total à publicidade total).
Consentimento	Trata-se da possibilidade que o indivíduo tem de gerenciar sua privacidade, seja afirmado, seja renunciando ao direito de restringir o acesso às suas informações pessoais por parte de outros indivíduos.
Correção	O gerenciamento da privacidade, destaca-se o fato de que indivíduos têm de serem capazes de acessar suas informações e, se necessário, de alterá-las.
Uso	Como são usadas as informações obtidas em transações comerciais, as ferramentas utilizadas e como os <i>web sites</i> usam tal tecnologia.
Coleta	Os indivíduos são informados sobre as técnicas de coleta/mineração de dados, sobre os tipos de dados que estão sendo coletados.

Fonte: Elaborado pela autora.

c) tratamento dos resultados: estão divididos em três partes, a primeira parte é Caracterização dos Serviços de Rede Sociais Online que discorre sobre aspectos gerais; segunda é denominada de Privacidade nos termos de uso, propõe-se em explicitar as ações que são realizadas pelo SRSO em obter os dados pessoais de quem utiliza o serviço; a terceira etapa é a Ética Informacional nos termos de uso, descreve quais os elementos identificados nos documentos sobre os dados pessoais que permitem aos indivíduos o controle da sua própria informação pessoal.

23 A planilha possui em linhas a transcrição dos parágrafos retirados do termo de uso e nas colunas estão as categorias.

1.6 Estrutura do texto

A pesquisa está dividida em capítulos para que se possa compreender o escopo de pesquisa. Portanto, o primeiro capítulo apresenta a introdução, o problema de pesquisa e a justificativa para situar o contexto de estudo, apresentar as principais características da sociedade em rede, as transformações tecnológicas e os Serviços Redes Sociais Online, bem como explicitar o objetivo e a justificativa para a realização do estudo, além dos procedimentos metodológicos.

O segundo capítulo apresenta a Ética Informacional, a necessidade de reflexão acerca das questões éticas relacionadas aos impactos das tecnologias na sociedade e sintetiza as principais características da Ética Informacional bem como as teorias que fundamentam os estudos e as discussões em torno do comportamento ético diante do contexto digital. O terceiro capítulo apresenta os principais conceitos e noções de privacidade exibe as diferentes acepções para os autores que trabalham com a temática, assim como as mudanças de perspectivas ao longo dos acontecimentos na sociedade, principalmente, após a inserção da internet em áreas de lazer, entretenimento, educação e relacionamento interpessoal.

O quarto capítulo aborda o surgimento dos Serviços de Redes Sociais Online na internet e a sua aplicação em diversos setores. Além disso, apresenta as características desses serviços, as atividades realizadas e, principalmente, a alta capacidade de identificação dos usuários, esclarece o papel que desempenham e identifica as características dos principais Serviços de Redes Sociais Online. O quinto capítulo apresenta os resultados e discussões sobre a análise dos documentos. Por fim, o sexto capítulo constitui-se das considerações e expõe reflexões obtidas a partir dos resultados.

2 ÉTICA INFORMACIONAL

Sob a perspectiva durkheimiana, a humanidade evoluiu de pequenas comunidades ou agrupamentos para a formação de sociedades grandes e, principalmente, complexas. Além disso, ela é formada pela soma de vários indivíduos, assim como o corpo humano que tem partes, necessidades e funcionamento inter-relacionados (DURKHEIM, 1978).

Outro fator importante para compreender as diferentes formas constitutivas das sociedades é a noção de cultura. A cultura diz respeito a humanidade como um todo, mas é necessário perceber que existem particularidades de cada povo, nação e sociedade. O desenvolvimento da humanidade é permeado por conflitos entre os diferentes modos de organização da vida social, nas formas de conceber e de interpretar a realidade ou da apropriação de recursos naturais (SANTOS, 2006).

Diante a existência de camadas de abstrações e diferentes formas de relacionamentos que surgem da convivência, seria complexo decidir quais ações são avaliadas como moralmente corretas ou erradas sem um parâmetro. Nesse caso, qual seria a natureza do fazer e o agir correto dentro de uma sociedade? Esta questão se situa no campo das teorias éticas.

Segundo Allen (2012), para identificar um problema ético, existem três condições necessárias que devem estar presentes em uma situação para ser considerada um dilema ético: a condição deve ocorrer em situações que o indivíduo, chamado de “agente”, deve tomar uma decisão sobre qual curso de ação é melhor; a segunda condição para o dilema ético é que deve possuir diferentes opções de ação para se escolher; por último não importa qual opção de ação seja adotada haverá algum princípio ético que estará comprometido. Segundo a autora, não existe uma solução perfeita.

As teorias éticas buscam, sobretudo, compreender o que seria “certo” ou “errado” na conduta do agente dentro da sociedade. Existem, portanto, duas vertentes da ética chamada de normativa e metaética. Segundo Timmons (2013), a primeira tem por objetivo estruturar um “método de conduta” que seria utilizado pelos indivíduos para decidir moralmente sobre suas ações, já o segundo questiona acerca dos padrões adequados para avaliar as teorias morais. Existem, ainda, duas teorias éticas tradicionais.

A teoria Deontológica que destaca os princípios morais fundamentais no que *deve* ou *não deve* ser feito. As escolhas dos indivíduos não se baseiam em critérios pessoais, mas sim em obrigações morais denominadas de “máximas” e “leis universais” que configuram

princípios de conduta, tais como o proposto pela teoria kantiana como o imperativo categórico (KANT, 2015).

A segunda, denominada de teoria Utilitarista considera que em meio a diversidade de interesses individuais a “utilidade” seria o parâmetro da avaliação moral de uma ação, o princípio da utilidade seria aplicado de acordo com a tendência de aumentar ou diminuir a *felicidade* do grupo sobre a questão (BENTHAN, 1907).

No entanto, existem limitações de abordagem das teorias quando extrapolam a perspectiva do agente, ou seja, apresentariam limitações quando aplicadas em contextos como o virtual e os seus desdobramentos em uso de equipamentos e *softwares* (FLORIDI, 2002; CAPURRO, 2010; MORAES; BROENS; D'OTTAVIANO, 2019). Por exemplo, o furto no mundo virtual difere do mundo presencial, geralmente, em decorrência do bem protegido.

Moraes, Broens e D’Ottaviano (2019) destacam que existe um descompasso entre: novas possibilidades de ação na rotina das pessoas, que envolvem utilização de tecnologias digitais, e os princípios de conduta de teorias ética tradicionais. Segundo esses autores, parece relevante observar surgir uma teoria ética alternativa que considera a conduta do agente diante de um contexto permeado por tecnologias digitais. Surge, portanto, a Ética Informacional.

Ainda segundo os autores supracitados, a caracterização geral da Ética Informacional pode ser formulada da seguinte maneira: como uma extensão de um subsistema de princípios morais de um sistema ético tradicional. A Ética Informacional, portanto, seria construída a partir de princípios morais de teorias éticas tradicionais, porém, ao apresentar novos princípios para avaliar moralmente as possibilidades de ação diante do contexto informacional.

A regra de ouro, por exemplo, é um princípio moral presente nas teorias éticas tradicionais e que poderia ser aplicada no ciberespaço. O princípio moral da regra de ouro informacional, de acordo com os autores, deve satisfazer duas condições:

- i.“Faze aos outros todas as coisas que desejas que os outros te façam”; ii. Em caso de uma possibilidade inédita de ação, suponha as suas possíveis consequências a partir do conjunto de informações significativas disponíveis e considere (i) antes de agir (MORAES; BROENS; D'OTTAVIANO, 2019, p. 35).

A aplicação da regra de outro informacional, por exemplo, poderia ser visualizada em uma situação de violação de privacidade com a divulgação de fotos íntimas de uma pessoa em um *site* na internet, o que provocaria danos psicológicos irreversíveis. O caráter de novidade

em relação ao ambiente físico seria a impossibilidade de rastrear e apagar todas as cópias da imagem, o princípio da regra de outro informacional (i) poderia direcionar o indivíduo que praticou a ação a ponderar sobre as consequências de tal ação.

A Ética Informacional tem por objetivo principal investigar as questões de cunho morais relacionadas aos impactos das TIC na vida cotidiana dos indivíduos, mesmo não havendo uma concepção única sobre a sua conceituação, existe o consenso que a Ética Informacional é caracterizada em refletir sobre o descompasso entre os padrões morais tradicionais e os novos padrões de conduta que surgem da relação indivíduo e tecnologias digitais (MORAES, 2014).

Capurro (2017) esclarece que para além da variedade de denominações é importante não confundir a reflexão ética com seu objeto, as normas e os costumes vigentes na sociedade, a diferença é geralmente realizada no campo acadêmico usando o termo ética ou filosofia moral para a reflexão e o de moral para regras vigentes.

Para compreender a atual sociedade intimamente ligada às TIC é necessário perceber as motivações para seu surgimento. A partir da década de 1950, os estudos sobre o conceito de informação passaram a ser discutidos na filosofia. Destaca-se a expressão “virada informacional na Filosofia” cunhada por Frederick Adams (2003) para contextualizar essas mudanças que investigam sobre a natureza ontológica e epistemológica da informação na Filosofia da Mente e na Ciência Cognitiva.

O artigo *Machinery and Intelligence* de Turing (1950), por exemplo, propôs a tese “pensar é calcular” gerou discussões sobre o entendimento do pensamento como um sistema mecânico de processamento da informação, cuja estrutura seria ordenada por algoritmos que operam sobre símbolos (MORAES, 2014). Os estudos realizados por Turing (1950) tiveram grande impacto na Filosofia porque “uma vez entendido o pensamento inteligente de forma mecânica, seria possível a construção de modelos mecânicos da estrutura e dinâmica deste tipo de pensamento” (MORAES, 2018, p. 14).

Quanto ao âmbito social, o desenvolvimento dos estudos da teoria da informação promoveu as mudanças sociais que vivenciamos atualmente e que têm gerado novos tipos de problemas, em especial, os que dizem respeito à relação ação/tecnologia/ambiente. Dado seu impacto nos âmbitos acadêmico e social, a aproximação entre Filosofia e Ciência, e ao papel dos computadores no desenvolvimento de teorias, a produção teórica ocorreu concomitante ao aprimoramento tecnológico (MORAES, 2018, p. 20).

O campo de atuação da Ética Informacional perpassa pelos problemas morais

que estão presentes no ambiente *online* e que ocasionam problemáticas também no ambiente *offline*. Algumas das pautas que compõem os debates da Ética Informacional são: a privacidade, a internet das coisas, a cidadania e o analfabetismo digital, a sociedade de vigilância, a acessibilidade, entre outras (MORAES; BROENS; D'OTTAVIANO, 2019).

O desafio da digitalização, por exemplo, apresenta mais uma faceta: a chamada exclusão digital. Segundo Capurro (2017), exclusão digital que não é apenas um problema de acesso técnico à internet, mas tem dimensões econômicas, políticas, culturais e educacionais. As alternativas seriam equipar as escolas, sobretudo as públicas para que elas tenham infraestruturas necessárias para desenvolver conteúdos e formatos educacionais.

Outras temáticas que versam sobre a conduta ética no contexto informacional são discutidas em convenções ou grupos de estudos dedicados a perceber as nuances dos aspectos interdisciplinares da Ética Informacional. Ainda não existe uma centralização normativa sobre as diretrizes que devem ser adotadas por todos os países. Entretanto, ter iniciativas de Centros de Excelência em Ética da Informação poderia ser um modelo a ser seguido (CAPURRO, 2017).

Segundo Capurro (2017), os países da América latina já possuem iniciativas incipientes sobre as discussões da Ética Informacional como o caso brasileiro do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) e Rede Latinoamericana de Ética da Informação (RELEI) no México. Convenções como a Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação, organizada pela União Internacional de Comunicações (UIC), com as Declarações de Princípios e um Plano de Ação onde se fazia referência à dimensão ética da sociedade da informação que dar ênfase ao respeito pelos direitos humanos.

Os principais temas de discussões na América latina são sobre acesso e acessibilidade, *biometrics*, considerações do multilinguismo, responsabilidade corporativa, cibercrime e cibersegurança, liberdade de expressão, globalização, saúde, questões éticas da informação como PAPAS (Privacidade, Acesso, Propriedade Intelectual, Precisão e Segurança), impacto do colonialismo (e apartheid), importância da educação e de entender as principais definições, importância dos direitos humanos universais, conhecimento indígena e tradições, multiculturalismo e entre outras (CAPURRO, 2017).

Diante do campo de estudo da Ética Informacional aspectos como o desenvolvimento das TIC e a sua incorporação nas atividades dos indivíduos revelam as características da sociedade em rede. Isso permite compreender a dinâmica social, política, econômica,

educacional e outras que aparecem ao longo do tempo (MORAES; TESTA, 2020).

Uma das características da sociedade em rede é a dependência de recursos e dispositivos tecnológicos nas tarefas diárias das pessoas, principalmente, no espaço geográfico urbano, isto não quer dizer que regiões rurais não possuem tais características. No entanto, é possível perceber a relação de dependência nos centros urbanos pela variedade de aplicativos que oferecem serviços e produtos mediados por tecnologias digitais.

Por exemplo, caso um indivíduo não saiba como chegar a um determinado local ele poderá fazer o uso do GPS (*Global Positioning System*) ou utilizar um serviço de transporte particular como Uber²⁴, 99²⁵ e Cabify²⁶. Se deseja ter entretenimento as opções podem ser as plataformas de transmissão de filmes e séries (Netflix, Globoplay, Amazon Prime, etc.), se procura fazer novas amizades ou ser atualizado dos últimos acontecimentos (Facebook, Instagram, Twitter, etc.), informações de saúde e bem-estar (Nike Running, Endomondo, etc.), transmissões de jogos ao vivo (Twitch, Youtube Gaming, etc.) se precisar de suporte educacional (Google Classroom, Microsoft Teams, Moodle, etc.) e até mesmo se relacionar amorosamente (Tinder, Badoo, Grindr, etc.).

O desenvolvimento de uma relação de dependência presente entre os indivíduos e as tecnologias digitais gera quase que uma impossibilidade de viver em sociedade urbana sem que seja necessário utilizar algum tipo de tecnologia digital em expressões básicas da vida humana [...] tais expressões da vida humana são reduzidas aos aplicativos digitais que mediam sua efetivação, construindo um caminho no qual sem tal utilização não seria possível interagir em sociedade, corroborando, assim para a relação de dependência do indivíduo com tais tecnologias e imersão do indivíduo no ambiente online (MORAES; TESTA, 2020, p. 2).

Ao analisar a expressão na sociedade que está permeada por tecnologias digitais, Moraes (2018, p. 22, grifo do autor) esclarece ser possível dois sentidos: um amplo, cuja sociedade é complexa e um estrito que se refere a percepção dos indivíduos sobre a realidade.

Amplio: referente a uma sociedade complexa de inovação e comunicação, na qual ocorre a criação de novos ambientes e alterações na dinâmica organizacional dos indivíduos; *Estrito:* diz respeito à alteração no modo como os indivíduos compreendem sua realidade, modificando a forma como se relacionam com o ambiente, com os outros indivíduos e como se concebem diante da própria realidade atual.

Outra característica é a familiarização que as tecnologias digitais proporcionam aos

24 Uber é uma marca registrada *Uber Technologies Inc.*

25 99 é uma marca registrada *99 App*.

26 Cabify é uma marca registrada *Maxi Mobility S.L.*

indivíduos que as utilizam. Isso quer dizer que há um estreitamento da realização/ação entre as atividades presenciais e virtuais. Por exemplo, é possível realizar compras no supermercado sem precisar ir a loja física, mas isso só é possível devido a mediação de tecnologias digitais que fornecem recursos para realização da tarefa – disposição de um catálogo virtual dos produtos e o aplicativo do supermercado, segurança na transação do pagamento por cartão de crédito, sistema de entregas, direcionamento de propagandas de produtos similares baseado no histórico de compras, etc.

A crescente quantidade de usuários que criam perfis em SRSO ou que utilizam a internet como fonte de informação revela a conjuntura dessa sociedade informacional, pois não estar conectado a Internet pode representar em alguns casos exclusão sobre o assunto, o tema, o debate, a polêmica que circunda pelo mundo nas mais diversas esferas da vida humana. A famigerada necessidade de estar atualizado sobre as notícias e as possibilidades de utilização da Internet – tanto para finalidade lícitas e ilícitas – pode gerar uma sensação de ansiedade devido a grande quantidade de informações que circulam diariamente.

Ao observar os SRSO dentro do contexto da sociedade em rede também é possível perceber o estreitamento entre os aspectos da vida presencial e virtual. Na vida presencial, existem também níveis de relacionamentos encadeados por meio de ligações interpessoais. Por exemplo, na família as pessoas estão ligadas por aspectos de parentesco, no ambiente de trabalho estão reunidas em torno de alcançar o objetivo proposto pela organização, no ensino básico e superior estão ligadas pela finalidade do aprendizado.

Em todos esses ambientes uma característica é comum: existem aquelas pessoas que são mais próximas e outras nem tanto, essa diferenciação no ambiente físico é mais fácil porque diante dos vários critérios que permitem a proximidade – no sentido de intimidade para conhecer a outra pessoa – a confiança é um pré-requisito e deve ser recíproca. Conhecer aspectos pessoais exige tempo e confiança entre os indivíduos; geralmente, as pessoas que atingem esse patamar são consideradas como amigas. Inicia-se uma relação de amizade.

Quando se trata dos relacionamentos interpessoais no SRSO a dinâmica se altera. O conceito de amizade se modifica. Por exemplo, conhecer aspectos pessoais do usuário de um SRSO não depende de tempo ou confiança recíproca. Os usuários do serviço podem ser amigos (ou potenciais amigos) por meio de um clique ao aceitar uma solicitação de amizade.

Conforme Boyd e Ellison (2008), ao entrar no SRSO são solicitadas informações preliminares sobre o indivíduo por meio de formulários ou espaços reservados para descrever

a personalidade. Assim, o perfil fornece informações básicas sobre uma pessoa antes mesmo de conhecê-la presencialmente.

Crescem também as preocupações sobre a proteção e o combate aos crimes. De acordo com Jesus e Milagre (2016), condutas como a de utilização de técnicas, artefatos ou métodos podem ser considerados crimes informáticos porque objetivam prejudicar, violar, chantagear direitos fundamentais, segundo os autores, são exemplos de práticas de crime o vírus (programa de computador capaz de alterar dados ou sistemas), *sniffing* (técnica que consiste em capturar pacotes de dados, transmitidos em redes TCP/IP), *Keylogging* e *Screenlogging* (técnica para monitorar tudo o que é digitado pela vítima), *Spyware* (coleta as informações do usuário de um computador e envia ao destinatário).

Condutas desagradáveis ou até criminosas que eram comumente presentes no ambiente presencial passam a integrar também o ambiente virtual pela falsa percepção de que a internet é livre de regramentos ou não possui netiquetas e que toda informação é pública. Por exemplo, perseguir uma pessoa demandava deslocamento físico e em alguns casos a contratação de profissionais que mapeavam passo a passo da pessoa com a finalidade de obter alguma vantagem ou descobrir um fato secreto, com a massiva utilização de tecnologias digitais esta conduta é potencializada no ambiente virtual. No ano de 2021, foi criminalizada a conduta de perseguição e promulgação da lei 14.132/2021²⁷ (Lei do *Stalking*).

Diante desse panorama é possível perceber que a vida *online* e *offline* remonta um cenário de dependência das tecnologias em diversos aspectos da vida social, econômica, educacional, entre outras. Essa dinâmica, segundo Floridi (2015), é chamada de “*onlife*” e se refere a nova experiência de uma realidade hiperconectada dentro do que não é mais sensato perguntar se alguém pode estar *online* ou *offline*.

Floridi (2015) esclarece no documento “*The Onlife Manifesto: being human in a hyperconnected era*” que o desenvolvimento e o uso generalizado das TIC está tendo um impacto radical na condição humana. Certamente, provoca repercussões em todas as esferas das atividades humanas, conforme Moraes (2018, p. 14):

A superação das distâncias geográficas, a produção de informação descentralizada, o compartilhamento de conteúdo em tempo real e a digitalização das ações também são alguns exemplos de fatores que influenciam esta nova organização social. Neste contexto, “privacidade”,

²⁷ O crime de *stalking* é definido como perseguição reiterada, por qualquer meio, como a internet (*cyberstalking*), que ameaça a integridade física e psicológica de alguém, interferindo na liberdade e na privacidade da vítima.

“identidade pessoal”, “vigilância”, “trabalho”, “cidadania”, entre outros tópicos, adquirem um grau de complexidade maior, uma vez que são remodelados pelas TIC, culminando no surgimento de questões éticas referentes a tais tópicos.

As questões que envolvem a conduta moral do agente ciberespaço estão no campo de estudo da Ética Informacional que fornece fundamentação para parâmetros e buscam compreender pressupostos teóricos para analisar os problemas tradicionais no contexto das tecnologias digitais (MORAES, 2018; FLORIDI, 2002; CAPURRO, 2006; MOOR, 1990; QUILICI-GONZALEZ, 2010).

A ética, segundo Capurro (2010), estar ligada a todas as outras formas de conhecimento, a Ética Informacional, portanto, enfatiza a necessidade de refletir criticamente sobre os princípios, normas e valores à vida social diante dos impactos das TIC na sociedade, ou seja, ela enfatiza o aspecto intercultural humano que pode envolver assuntos locais e que rapidamente ganham amplitude global devido as TIC.

Toda a sociedade humana se baseia em regras de comportamento implícitas ou explícitas, morais ou legais, que foram se formando ao longo de um processo histórico no qual as relações de poder são reproduzidas, a verdade e o reconhecimento mútuo. Tais regras, normas, princípios e valores condicionam, mas não determinam de forma necessária e permanente, tanto quanto em forma teológica, as identidades individuais e sociais, ou seja, o que chamamos culturas tanto em sua consistência social interna, assim como em sua interação. Mas o caráter global da rede digital demonstra, por outro lado, a necessidade de regras e valores comuns que baseiam seu uso legítimo e de jogo limpo e socialmente justo de forma semelhante, por exemplo, às regras e convenções da aviação ou da marinha (CAPURRO, 2014, p. 8).

Inicialmente, a compreensão sobre o que é a informação para Capurro et al (2007) está na dificuldade de homogeneização do seu conceito devido a polissemia que a palavra significa em outros contextos. Segundo os autores, o conceito epistemológico de informação em outras disciplinas é importante para a Ciência da Informação porque muitas das abordagens e teorias têm origens nessas outras áreas.

Capurro (2010, 2005) entende a Ética Informacional com uma relação entre as normas morais universalizáveis ou universalizadas e as tradições morais locais. Discutir a questão da privacidade não é o mesmo em todas as culturas devido ao contexto histórico e cultural específico de cada uma, além disso a reflexão ética transita entre os polos da universalização e da concretização em uma situação singular.

Dentro dos vários tópicos que podem ser abordados no campo da Ética Informacional

(acessibilidade, liberdade de expressão, crimes cibernéticos, governança na internet, analfabetismo digital, etc.) esta pesquisa se situa na análise do tópico da privacidade, especificamente, nos problemas da privacidade informacional.

2.1 O problema da privacidade informacional

As novas possibilidades da ação moral dos indivíduos dentro da sociedade da informação estão nos debates da Ética Informacional. Os temas de interesse dessa área buscam sobretudo compreender a dinâmica de funcionamento da sociedade da informação e seus desdobramentos que impactam nas atividades presentes no cotidiano.

Moraes (2018, p. 58) destaca que são quatro os fatores que constam na agenda da investigação filósofo-interdisciplinar da Ética Informacional:

- (i) a grande quantidade de informação disponível na rede (online) – devido à capacidade de captação, armazenamento e transmissão de informação das TIC;
- (ii) digitalização das ações cotidianas – as TIC passaram a ser necessárias para o desempenho de ações comuns nas sociedades industriais e informacionais;
- (iii) aceitação tácita – o caráter de novidade presente no desenvolvimento tecnológico promove um certo fascínio (de fato ou por interesses econômicos), gerando um período de uso das TIC sem um questionamento;
- (iv) familiaridade – por um lado, a convivência cotidiana com as tecnologias digitais promove nos indivíduos a sensação de familiaridade em relação a estes artefatos (mesmo quando não haja conhecimento acerca de sua utilização); por outro, a familiaridade pode ser proveniente de um conhecimento de causa, isto é, de um know-how efetivo na utilização de tais tecnologias.

O fator (i) está relacionado com a característica principal da sociedade da informação: a incorporação das tecnologias digitais para resolver problemas simples ou complexos, a resultante da relação indivíduos e utilização de tecnologias é a geração de dados que podem ser fornecidos pelos próprios usuários ou gerados por artefatos de computação ubíqua (WEISER, 1991), por exemplo, respectivamente, fornecer o número do Cadastro Físico de Pessoas (CPF) para realização de compras e câmeras de vigilância instaladas em vias públicas que captam imagens (o dia e a hora da imagem).

A aplicação de tecnologias inteligentes que objetivam reduzir o tempo que o indivíduo leva para realizar tarefas domésticas acabam familiarizando-o por meio da utilização repetitiva, isto está fortemente ligado ao fator (ii) no qual a digitalização das atividades cotidianas estão se tornando comuns. Por exemplo, para realizar pagamentos de boletos era necessário se dirigir a uma agência física do banco no horário comercial, pegar uma senha alfanumérica e aguardar ser atendido, todo esse processo foi reduzido em questão de minutos

quando se utiliza os serviços *internet banking*.

O fator (iii) torna-se preocupante quando a aceitação torna-se tácita sem qualquer reflexão sobre os custos e benefícios ao se utilizar os recursos da TIC, principalmente, se para a operacionalização seja imprescindível conceder de permissão após a leitura do documento que regulamenta a relação entre o serviço/produto e o indivíduo. Por exemplo, os termos de uso dos aplicativos feitos para os celulares que só podem ser utilizados após o aceite clicando em “eu li e concordo” ou “eu aceito os termos”.

A familiarização com as tecnologias digitais é decorrente a utilização massiva e intuitiva justificando o fator (iv), a maioria dos aplicativos e *softwares* desenvolvidos buscam autonomia do usuário e praticidade para resolver problemas, em alguns casos a familiaridade é tanta que se dispensa o uso do manual de instrução ou o tutorial. Por exemplo, os atendimentos feitos por inteligências artificiais (*chatbot*) conhecidas como assistentes virtuais: as mais famosas são a Magalu (Magazine Luiza), BIA (Bradesco Inteligência Artificial), Alexa (Amazon Alexa).

De acordo com Moraes (2014, p. 101) o problema de preservar a privacidade é mais difícil diante da incorporação das TIC no cotidiano das pessoas. Quando se analisa a privacidade sob o aspecto da incorporação de tecnologias informacionais no cotidiano das pessoas chama-se de “problema da privacidade informacional”.

O problema da privacidade informacional está na complexidade que as situações que envolvem coleta e armazenamento de informações pessoais e delimitações sobre quais informações podem ser consideradas públicas e privadas. O risco de violação da privacidade é maior devido, principalmente, à variabilidade conceitual de privacidade, conforme Capurro (2005, p. 40) “[...] alguma coisa que atualmente parece uma violação da privacidade pode ser amanhã considerada como uma situação normal”, ou seja, a noção de privacidade é volátil, pois o que é considerado privado hoje, amanhã pode não ser mais.

As questões de privacidade nas sociedades ocidentais possuem duas origens, segundo Capurro (2005), a primeira é em decorrência das medidas de segurança e de novos desenvolvimento das redes digitais e dispositivos móveis, sobretudo as de computação ubíqua, que contribui para a sociedade da vigilância. Porém, o debate pressupõe conceitos epistemológicos e morais como subjetividade, autonomia, proteção de dados e a ideia de dignidade humana.

Os conceitos morais básicos são necessários para que se possa compreender as nuances e os dilemas da sociedade. As proporções e a facilidade que o acesso à informações têm demonstrado atualmente é, ao mesmo tempo, magnífica (no sentido de obter respostas em curtíssimo tempo) e assustadora (no sentido de que o acesso a elas podem mapear o perfil de uma pessoa).

Outro desdobramento do problema da privacidade informacional é a possibilidade de processamento e análise de grandes quantidades de informações, isso implica na existência de se fazer inferências mediante do cruzamento de informações em outros contextos. Mai (2016) diz que o processamento de informações pessoais por Big Data é uma das características da sociedade, pois as pessoas revelam consciente ou inconscientemente, voluntárias ou não suas informações pessoais, em alguns casos elas podem optar por revelar e outras são fornecidas em decorrência das atividades realizadas no cotidiano.

A utilização de objetos físicos conectados à internet tem se popularizado devido a ampliação de funcionalidades que oferecem, possuem um design intuitivo e são apresentados como acessórios aprimorados. Uma das características principais dessas tecnologias é a produção de informações sobre os indivíduos que a utilizam. Por exemplo, o *smartwatch*.

Figura 1 - Funcionalidades de do *smartwatch*.



Fonte: Infográfico smartwatch Vetor Premium.

A Figura 1 mostra as funcionalidades que um *smartwatch* pode oferecer ao usuário: fazer ligações, utilizar GPS, abrir a câmera, acessar e-mail, conectar-se via *bluetooth*, monitorar os batimentos cardíacos, oferecer recursos de multimídia, além de se conectar à internet. As tecnologias *wearables* são conhecidas como dispositivos usados como qualquer outro acessório no cotidiano com as mais diversas funcionalidades, os *smartwatch* estão incluídos entre esses objetos assim como os fones de ouvido sem fio, *smartbands*. Os recursos denominados de computação ubíqua são aqueles que estão presentes na vida diária dos

indivíduos e estão captando, armazenando e transmitindo informações sobre as atividades desempenhadas pelos usuários constantemente.

Existem vários dispositivos e aplicativos que mapeiam as atividades dos usuários, por exemplo, o aplicativo *Lifelog* que consiste em registrar todas as atividades do usuário sem que ele precise registrar. As informações acerca da sua própria saúde são coletadas parcialmente com tecnologias de sensores inteligentes do *Sony Smartwear*²⁸ em conjunto com os dados recolhidos do *smartphone* de quem o utiliza.

Em termos de quantidade, pode-se supor que dados isolados podem não representar inferências comportamentais significativas, porém quando se aplica parâmetros de análises o acesso a esses dados e os resultados possíveis podem revelar fatos outrora não percebidos. De acordo com Sant'ana (2016), o acesso a dados está transformando todas as áreas de atuação humana, especialmente nos últimos anos em função do aumento de alternativas para a coleta, o armazenamento e a recuperação de dados. Isso pode ser percebido nos dispositivos de *wearable* que são capazes de gerenciar dados dos usuários, conforme a Figura 2.

²⁸ O *SmartWatch* é um relógio touchscreen fabricado pela Sony Inc., o relógio usa a internet e é capaz de receber aplicativos para mostrar informações e operar recursos do telefone.

Figura 2 - Infográfico de informações coletadas por meio do aplicativo Lifelog do Smart Wear.



Alguns serviços estabelecem diretrizes para armazenar informações pessoais sobre a prerrogativa de quanto mais informações as organizações tiverem sobre seus clientes, melhor será a oferta de melhores serviços e os anúncios serão personalizados mediante análises preditivas (MAI, 2016).

Indagações podem ser feitas sobre quando uma pessoa opta por revelar informações pessoais do tipo: essas informações podem ou devem ser consideradas públicas? Em caso

negativo, como controlar essas informações?

Nesse sentido, o problema da privacidade informacional enquanto tópico está intimamente ligado ao contexto de complexidade gerada, principalmente, em situações de invasão e proteção de privacidade em virtude do alto potencial de produção e captação de informações das tecnologias digitais (MORAES, 2014).

Segundo Mai (2016), o desafio ético contemporâneo na era do Big Data não é sobre coletar informações pessoais, uma vez que de fato as informações estão sendo coletadas, o desafio atual é determinar quando e como analisar informações e qual é a escala razoável para fazer previsões sobre eventos futuros com base nesses dados.

O caso mais emblemático foi a divulgação de documentos que atestam a prática de vigilância pelo governo dos Estados Unidos da América por um ex-agente da segurança nacional do país. Em 2012, Edward Snowden divulgou o acervo de documentos que relatavam sobre os programas de vigilância aplicados aos próprios cidadãos e a dezenas de outros países, inclusive o Brasil (GREENWALD, 2015).

As dimensões entre o público e o privado se confundem devido à profusão de informações que cercam todas as atividades realizadas pelos seres humanos. Amitrano (2019) diz que a esfera pública sempre foi um local de *lexis e práxis*, no entanto questiona de qual esfera pública podemos falar na sociedade mediada por TIC, a Ágora que outrora era um espaço físico passa para o mundo virtual.

Do mesmo modo complementa Mai (2016) ao descrever que na sociedade da informação, os seus integrantes interagem em redes públicas dentro de suas casas (espaço privado) com amigos privados usando cabos de transmissão públicos, trocando informações privadas, armazenadas em servidores públicos. Essa dicotomia, certamente, torna opaca a distinção entre público e privado.

Ainda nessa linha reflexiva sobre o entrelaçamento da esfera pública e privada que Amitrano (2019, p. 86) identifica as ambiguidades de uma sociedade que se torna espetacularizada:

É justamente neste contexto que aponto para o fato de nesta segunda década do século XXI, nada ter se tornado mais natural que a exposição maciça através das redes sociais, seu consequente alargamento do sentido de espaço privado e público e a concomitante necessidade de controle do uso das redes como mecanismo de aposta e defesa política de certos Estados soberanos, além da divulgação intensa de tudo que se passa no mundo entendido como globalizado.

A proteção à privacidade requer ações que envolvem o ordenamento jurídico dos países. Os problemas locais podem ser resolvidos considerando a legislação e regramentos vigente de cada país, entretanto, se considerarmos que a sociedade em rede está conectada pela internet é notório que as problemáticas no ambiente virtual ultrapassam as barreiras geográficas, tornando-se comuns a todos que dela participam.

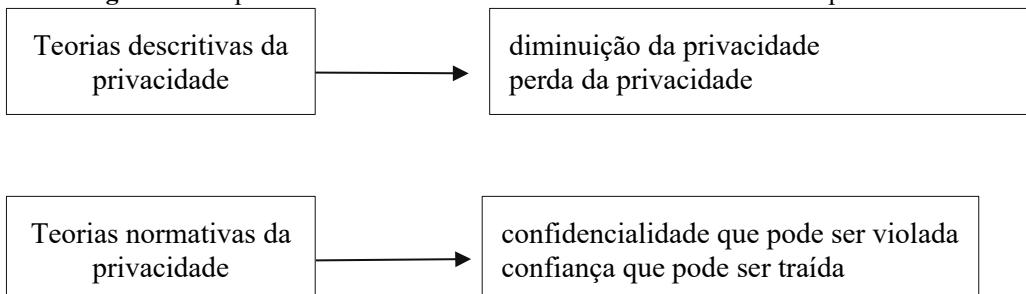
Mutabilidade da noção de privacidade na internet provoca uma mudança estrutural na própria concepção do que deve ser considerado público e privado. Tavani (2007) sugere que existem quatro tipos diferentes de privacidade devido aos avanços nas tecnologias e ao desenvolvimento do mercado comercial.

A primeira pode ser chamada de *privacidade física*, relacionada à noção de privacidade de “ser deixado só” de Warren e Brandeis (1890) de não intromissão; a segunda é a *privacidade decisória* se entende que como a liberdade de interferências que afetam decisões importante; a terceira *privacidade psicológica* que se preocupa com a proteção do pensamento íntimo e quarta é a *privacidade informacional* ligada a definição de Westin (1967) entendida como a reivindicação dos indivíduos, grupos ou instituições para determinar por si próprio quando e onde as informações sobre eles podem ser comunicadas a outros (TAVANI, 2007). Sobre a Teoria da Privacidade Acesso Restrito/Limitado (RALC) serão utilizados nesta pesquisa como parâmetro de análise para orientar diretrizes de privacidade baseado em aspectos filosóficos e a sua incorporação em aspectos legais.

Almada e Moraes (2015) destacam dificuldades em formular uma teoria da privacidade, pois é extremamente difícil definir com exatidão o conceito de privacidade, um aspecto que faz o conceito complexo é a pluralidade em torno de seu entendimento, por exemplo, Capurro (2005) faz uma análise sobre a não convergência da sua concepção em sociedades ocidentais e orientais e o segundo aspecto é a existência de várias teorias da privacidade.

Observa-se ser comum que as teorias que tratam sobre privacidade buscam definir por meio de características como reclusão, intimidade ou o que poderia ser considerado contrário como intromissão, publicidade e assim por diante. Tavani (2007) esclarece as distinções entre a teoria descritiva e normativa, respectivamente, afirma ser mais profícuo conceber a privacidade com um interesse que as pessoas têm e a segunda defende a privacidade como um direito. Almada e Moraes (2015, p. 14) esquematizam da seguinte maneira as distinções estruturais das teorias da privacidade (Ver Figura 3):

Figura 3 - Esquema estrutural das teorias descritivas e normativas da privacidade.



Fonte: Elaborado pela autora baseado em Almada e Moraes (2015).

As teorias descritivas de privacidade podem ser compreendidas como o interesse que as pessoas têm de manter um espaço pessoal fora da interferência de outras pessoas ou instituições, porém esta noção traz implicações do tipo: a necessidade de conciliar privacidade baseada em direitos pode ocasionar situações conflitantes, por exemplo, o direito à privacidade de um indivíduo pode ser relativizado sobre outros indivíduos ou grupos (ALMADA; MORAES, 2015; CLARKE, 1999).

A adoção da teoria RALC como parâmetro de análise das questões de privacidade no contexto das TIC provém da argumentação de que ela parece ser mais adequada para servir como base para uma política de privacidade informacional, pois propõe incorporar elementos presentes de outras teorias da privacidade objetivando estabelecer aspectos relevantes para a distinção de aspectos normativos e descritivos da privacidade. Além disso, a RALC comprehende que é necessário deliberar se é necessário proteger certos tipos de informações pessoais, uma vez que as informações possuem ao mesmo tempo características públicas e privadas.

O ponto de partida para analisar a questão da privacidade nos termos de uso é a condição do indivíduo. Segundo Tavani (2007), seria a situação que se estabelece da relação entre dois indivíduos, a situação, portanto, é um estado de coisas que normalmente se considera como privado que pode ser um lugar, uma relação ou o acesso a determinadas informações.

Existe ainda duas situações que a privacidade pode ser concebida: *naturalmente* ou *normativamente* privada, a primeira situação depende de condições físicas e ambientais, ou seja, estão protegidos da observação, intromissão por limites físicos ou ambientais (por exemplo caminhar pela floresta, sala de espera de consultório). A segunda situação transpõe as condições físico/ambientais e passam a incluir também relações interpessoais (TAVANI,

2007).

Segundo a Teoria RALC a questão da privacidade nas duas situações diferem pelo grau de lesividade. Por exemplo, na primeira situação (naturalmente privada) a privacidade pode ser perdida, mas não violada, em contrapartida na segunda situação (normativamente privada) a privacidade não só pode ser perdida como também pode ser violada ou invadida. Nos termos da RALC a concepção de privacidade se estabelece a partir da delimitação de zonas ou situações que restringem o acesso de outros indivíduos (ALMADA, MORAES, 2015; MOOR, 1997).

A teoria da não invasão (não intromissão) possui aspectos especialmente direcionados ao acesso físico dos indivíduos. Nesse sentido, a noção de privacidade está ligada ao *não fazer*, ou seja, a vontade que o indivíduo possui de “ser deixado sozinho” e “não ser incomodado”. Porém, esta teoria não poderia ser totalmente adequada para o contexto das TIC porque tende a confundir a condição de privacidade com o direito de ter-lá, outro aspecto é quando se atribui ao direito do indivíduo de estar livre de invasões, pois pode ser facilmente confundido com a noção de liberdade, apesar de existir relações entre elas, a privacidade só é exercida se a liberdade for possível (TAVANI, 2007).

A teoria da privacidade isolamento aborda a questão sobre a prerrogativa enquanto vontade de “estar sozinho” ou “estar isolado”, portanto, para que um indivíduo possa ter privacidade ela precisaria estar completamente inacessível a outras pessoas por meio de um afastamento voluntário e temporário de uma pessoa da sociedade. Porém, a teoria incorre no equívoco de confundir privacidade com isolamento, isso quer dizer que é possível desfrutar de privacidade sem necessariamente estar isolado (TAVANI, 2007).

A teoria da privacidade controle parte do pressuposto que um indivíduo só tem privacidade se é possível ter o controle total das suas informações pessoais, seria ter o controle de como as informações pessoais circulam no ambiente, porém a teoria não esclarece que tipos de informações pode-se esperar ter controle ou ainda o quanto de controle uma pessoa esperar ter sobre suas próprias informações (TAVANI, 2007).

Por fim, a teoria da privacidade limitada defende que a privacidade ocorre quando o acesso a informações pessoais é limitado ou restrito a certos contextos, mas a privacidade dependeria exclusivamente da situação que o acesso à informação sobre si mesmo tem que ser limitada ou restrita, desconsiderando a vontade de escolha do indivíduo por ter liberdade optar conceder, limitar ou negar acesso as suas informações por terceiros, além disso a teoria pode

confundir privacidade com segredo (TAVANI, 2007).

Diante do exposto, a RALC (TAVANI, 2007; TAVANI; MOOR, 2001) parte da premissa de que uma teoria da privacidade necessita diferenciar o conceito de privacidade das noções de justificação e de gerenciamento de privacidade. Analisa-se o conceito de privacidade que se distingue entre a *condição* e *direito* à privacidade, assim torna-se possível diferenciar a noção de perda, violação ou invasão de privacidade, além disso a privacidade de uma pessoa seria uma situação (entendida como um estado de coisas que normalmente se considera como privado, podendo ser uma atividade em um lugar, uma relação, um relacionamento, um armazenamento ou acesso) em relação a outras pessoas.

Surgem, então, duas importantes distinções que são ou deveriam ser consideradas privadas: a situação *naturalmente* privada e a situação *normativamente* privada. A primeira situação é aquela na qual os indivíduos estão protegidos de observações ou interferências de meios naturais, por exemplo, as limitações físicas próprias do ambiente. Nesse caso, a privacidade pode ser perdida quando não existem normas convencionais ou legais que garantam a proteção para a situação, de acordo com a RALC uma situação naturalmente privada pode ser perdida, mas não violada e invadida.

A segunda situação entende que a privacidade é protegida com leis e regulamentos, pois são situações passíveis não só da perda mas também de violações e invasões. Almada e Moraes (2015, p. 22) esclarecem a concepção de privacidade segundo os pressupostos da RALC:

No viés da RALC, pode-se conceber a privacidade em termos de proteção em relação à invasão (intromissão) e à coleta de informações por outros indivíduos (através de situações ou zonas estabelecidas para restringir o acesso), e não em termos de controle sobre a informação. Com isso, a RALC, segundo Tavani, se propõe suprir algumas das principais limitações da teoria controle, especialmente sua tendência em condicionar a privacidade ao controle absoluto sobre suas próprias informações.

A proposta da RALC diz ser possível que um indivíduo tenha privacidade mesmo sem ter o controle completo de suas informações, da mesma forma que é possível ter controle sobre suas informações sem ter privacidade. Essa flexibilidade propõe superar os excessos das teorias de controle, por outro a noção de controle limitado tem papel importante pois comprehende ser possível condicionar a limitação do acesso em função da situação.

As políticas de privacidade impõem restrições normativas para proteção das

informações pessoais e criam situações no qual os indivíduos possuem no máximo certo controle limitado sobre as informações que circulam, segundo Tavani (2007), esta necessidade fornece um controle parcial sobre suas vidas. Nesse sentido, outro fator é importante para a noção de controle:

Outra razão pela qual a RALC incorpora a noção de controle decorre do fato deste aspecto ser também importante para o gerenciamento da privacidade. Aqui também não há o que justifique o pensamento de um controle absoluto sobre as informações acerca de si mesmo, já que o gerenciamento da privacidade não demanda um controle absoluto das informações pessoais (ALMADA; MORAES, 2015, p. 23).

Entretanto, Tavani (2007) diz que para o gerenciamento da privacidade aos moldes da RALC é necessário as informações pessoais tenha algum grau de controle. Os elementos escolha, consentimento, correção, uso e coleta precisam estar presentes nas políticas, diretrizes e documentos normativos que tratem sobre privacidade.

Para o problema da privacidade informacional a RALC contribui para orientar a elaboração de diretrizes e políticas de privacidade uma vez que as atividades *online* podem ser analisadas em termos de situações de acesso a informações pessoais através dos motores de busca, preferência dos usuários por meio dos *cookies*,²⁹ e podem obter informações sobre as pessoas e grupos pela coleta e mineração de dados (TAVANI, 2007).

Identificar uma violação ou invasão de privacidade quando se trata de um contexto como a sociedade da informação (MOARES, 2018) torna-se mais complexas à medida que um indivíduo pode perder a privacidade quando seus dados são acessados. Porém, um indivíduo também pode perder a privacidade em uma situação particular sem que necessariamente seja gerada uma invasão da privacidade (TAVANI, 2007). Nesse caso, qual seria o elemento indicativo de invasão ou violação em um sentido normativo? Não está claro se toda informação pessoal disponível na internet e acessível às tecnologias de Big Data devem ser declaradas normativamente privadas.

Existe alguma característica da informação pessoal que indicaria se ela é uma informação pública ou privada? De acordo com a RALC não existe algo propriamente na informação pessoal que indique ou ajude a determinar qual é a sua classificação: pública ou privada. Entretanto, segundo essa teoria o parâmetro de análise é o contexto ou a situação para

²⁹ São arquivos pequenos enviados por *sites* e armazenados no navegador. Os *sites* enviam e recuperam do sistema de computador de um usuário que permite aos proprietários de *sites* coletar informações sobre preferências de navegação.

decidir se pode ou não ser considerada normativamente privada (TAVANI, 2007). Portanto, é a situação ou a zona, e não o tipo da informação que será usado para decidir se ela precisa ou não ser protegida normativamente (MOOR, 1997).

Uma política de privacidade baseada na RALC em relação a coleta e mineração de texto precisaria ser mais explícita sobre coleta, assimilação e uso das informações pessoais em *website* que utilizam tecnologias que processam os dados pessoais, nesse sentido as pessoas que utilizam serviços e produtos precisam ser informadas sobre os procedimentos e técnicas de mineração de dados, sobre quais informações estão fornecendo e de que forma esses dados podem ser utilizados posteriormente.

A proposta da RALC diante da complexidade de informações que podem estar facilmente disponíveis (caso não sejam devidamente protegidas) é fornecer orientações para que os indivíduos possam ter controle – ainda que limitado – sobre suas informações e que os provedores/fornecedores de serviços/produtos compreendam que existem limites – ainda que na internet – sobre o que pode ser feitos com essas informações.

3 PRIVACIDADE

A definição de privacidade passa por transformações quando analisada sobre diferentes contextos. A maneira como um indivíduo comprehende a privacidade muda de acordo com as transformações que ocorrem no ambiente no qual ele está inserido.

As questões que envolvem temas relacionados à privacidade são identificadas nos mais diversos campos do cotidiano dos indivíduos, desde atividades simples até as mais complexas. Os dilemas que incluem assuntos relacionados à privacidade instigam discussões, sobretudo quanto aos limites do que pode ser considerado público e privado.

Soma-se a isto a noção de sociedade como um sistema formado pela soma de vários indivíduos que representam uma realidade específica e com características próprias (DURKHEIM, 1978). Um indivíduo inserido em uma sociedade está sujeito aos regramentos comportamentais que caracterizam aquela sociedade, portanto, as influências desse ambiente orientam a percepção de privacidade e os limites entre o público e o privado.

Cultura, segundo Santos (2006), é tudo aquilo que caracteriza uma população humana considerando seus aspectos intrínsecos, sendo importante considerar a diversidade cultural aos aspectos de cada sociedade e vários fatores podem contribuir para a formação cultural.

Ao longo do tempo, as transformações sociais remodelaram a percepção de privacidade, isso resultou em debates sobre o reconhecimento e a salvaguarda da privacidade na esfera pública e privada por meio de abordagens jurídicas, sociais e até existenciais.

De modo geral, a privacidade é imprescindível às atividades das pessoas que vivem em sociedade. A privacidade é responsável pela personalidade, características pessoais e comportamentais ao interagir com os demais indivíduos. O processo evolutivo da privacidade foi construído através de movimentos que buscavam o seu estabelecimento enquanto um direito individual ao determinar limitações, limitar intervenções alheias e que posteriormente se tornaria uma prerrogativa fundamental para própria existência do indivíduo.

As menções sobre debates e tentativas de institucionalização aparecem em documentos embrionários, cujo debate era a limitação do acesso a fatos da vida privada do indivíduo, por exemplo, o memorável artigo de Warren e Brandeis – *The right to privacy*.

Segundo Peixoto e Ehrhardt Júnior (2018, p. 40) a noção de privacidade de Warrens e Brandeis no artigo *The right to privacy* publicado em 1890 era sobre “[...] ser necessário que o

sistema jurídico reconhecesse o direito à privacidade, pois quando uma informação sobre a vida privada de um indivíduo é disponibilizada para outros, ela tende a influenciar e até mesmo causar dano". Assim, o direito à privacidade significaria que cada indivíduo deveria escolher compartilhar ou não com terceiros informações sobre a sua vida privada.

A ideia de “o direito de ser deixado só” – *the right to be let alone* – estava intrínseca que a personalidade do indivíduo pode ser afetada, danificada ou distorcida quando informações sobre a vida privada são disponibilizadas para terceiros, assim o direito à privacidade era o direito do indivíduo de proteger a sua integridade psicológica ao exercer controle sobre suas informações (PEIXOTO; EHRHARDT JÚNIOR, 2018).

Além disso, Warren e Brandeis (1890) entenderam que a sociedade inevitavelmente evolui e, consequentemente, o direito à vida e a propriedade acompanham tais mudanças, sendo necessário, portanto, o reconhecimento de um novo direito autônomo com contornos próprios distintos dos tradicionais direitos à vida e propriedade.

Para Leonardi (2012), o direito à privacidade no *The right of privacy* está principalmente na inviolabilidade da personalidade e não na propriedade privada, pois seu valor não está no direito de indenização em decorrência da publicação, mas na paz de espírito ou no alívio assegurado pela capacidade de impedir a terceiros publicizar informações pessoais.

No tocante, a privacidade pode ser percebida por dois modelos cuja diferença é substancialmente identificada na percepção do bem protegido. Nos Estados Unidos as discussões sobre privacidade surgem ainda no século XIX estando sedimentada no direito do indivíduo e como uma garantia de proteção contra abusos cometidos entre particulares. Na Europa as discussões aparecem no pós-guerra e a noção de privacidade está fundamentada na dignidade da pessoa humana, sendo uma medida necessária contra o Estado e exige que ele garanta a proteção à privacidade (ZANON, 2013; PEIXOTO; EHRHARDT JÚNIOR, 2018).

A privacidade está próxima ao entendimento de uma tutela geral da personalidade ao promover a dignidade humana, de acordo com Peixoto e Ehrhardt Júnior (2018, p. 46):

A privacidade sob o ponto de vista europeu protege os aspectos socializados da personalidade. A privacidade, para os norte-americanos, tratada como "liberdade", resguarda aspectos espontâneos, independentes e unicamente individuais da personalidade.

As discussões sobre privacidade podem também ser observadas em questões

terminológicas. A existência de sinônimos para designar um conjunto de características que identificam as noções de privacidade.

Ferraz Júnior (1993) distingue que as manifestações da vida privada e intimidade são diferentes, pois o direito à intimidade faria parte do direito à privacidade, este relativo à vida privada e que seria mais amplo e genérico, nesse caso a resultante da diferenciação seria do bem jurídico tutelado: vida privada ou intimidade. Para Silva (2011) a expressão direito à privacidade é um gênero que abrange todas as manifestações da vida privada e da intimidade.

Apesar de os sentidos atribuídos à privacidade serem diversos, segundo Zanon (2013), existiria um consenso sobre uma característica básica que corresponderia à pretensão do indivíduo de estar separado de grupos, mantendo-o livre da observação de outros.

O exclusivo é o que passa pelas opções pessoais, pela subjetividade do indivíduo e não é determinada por normas e padrões objetivos, o exclusivo deve possuir três atributos “[...] a solidão (o desejo de estar só); o segredo (daí a exigência do sigilo) e a autonomia (a liberdade de decidir como e o quê comunicar)” (FERRAZ JÚNIOR, 1993, p. 443).

Mai (2016) apresenta a noção de privacidade como a reivindicação de indivíduos, grupos e instituições para determinar por si próprio quando, como e em que medida as informações sobre eles são comunicadas a outros, o foco da privacidade está nas habilidades dos indivíduos de limitar o acesso ou até mesmo controlar suas informações pessoais, ou seja, está preocupada em delimitar zonas privadas e determinar como os indivíduos controlam as informações sobre si mesmos.

Uma abordagem próxima a essa é apresentada por Solve (2013) a privacidade autogerenciada, esta consiste que as informações pessoais devem ser controladas pelos próprios indivíduos e que eles possam decidir sobre questões de custos ou de benefícios da utilização e tratamento de suas informações pessoais.

Nesse sentido, apresenta-se a noção de privacidade relacionada com informações pessoais que caracteriza o indivíduo enquanto participante de um grupo. Para Castells (2002), a penetrabilidade da tecnologia ocasionada pela revolução tecnológica da informação está tornando complexa a sociedade e a cultura em formação, as delimitações sobre informações privadas podem ser revistas em função da legislação de cada país, no entanto, a internet ultrapassa limitações territoriais e possui papel preponderante na discussão da mudança de hábitos dos indivíduos.

A sociedade em rede é caracterizada pela penetrabilidade das tecnologias e a internet é um meio de comunicação, interação, organização social e relação fundamental, no qual assenta essa nova forma de sociedade, além disso a informação é o principal capital e a TIC é sua força motriz (CASTELLS, 2002).

Nesse sentido, para a sociedade em rede as relações de poder se reconfiguram ao valorizar o saber (conhecimento e informação) em detrimento ao ter (propriedade e bens materiais) como acontecia em séculos anteriores. A informação ganha destaque nas discussões que perpassam sobre privacidade, pois a informação pessoal aparece como um dos fatores para compreensão das delimitações da privacidade na sociedade em rede.

Sobre a perspectiva jurídica brasileira as informações pessoais envolvem conceituações legislativas, segundo a lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados) art. 5º para as finalidades da lei consideram-se:

[...] I - **dado pessoal**: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável; II - **dado pessoal sensível**: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural; III - **dado anonimizado**: dado relativo a titular que não possa ser identificado, considerando a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis na ocasião de seu tratamento; IV - **banco de dados**: conjunto estruturado de dados pessoais, estabelecido em um ou em vários locais, em suporte eletrônico ou físico; V - **titular**: pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento; VI - **controlador**: pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais; VII - **operador**: pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, que realiza o tratamento de dados pessoais em nome do controlador [...]; (BRASIL, 2018, grifo nosso).

No ordenamento jurídico os dados pessoais são um conjunto de dados que identificam um indivíduo como nome, Cadastro de Pessoa Física (CPF), número de telefone, endereço de e-mail. Já os dados pessoais sensíveis são informações que podem ensejar discriminações, por exemplo, religião e filiação partidária. Numa abordagem internacional o Parlamento Europeu possui a Diretiva 95/46/CE sobre a proteção de dados pessoais e o define:

[...] qualquer informação relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável («pessoa em causa»); é considerado identificável todo aquele que possa ser identificado, direta ou indiretamente, nomeadamente por referência a um número de identificação ou a um ou mais elementos específicos da sua identidade física, fisiológica, psíquica, econômica, cultural ou social; (PARLAMENTO..., 1995, p. 8).

A Diretiva 95/46/CE é o principal diploma normativo do direito europeu, possuindo dupla matriz ao buscar por um lado proteger a pessoa em relação ao tratamento de dados pessoais ao reconhecendo um direito fundamental e por outro destaca a preocupação em fomentar o comércio por meio de estabelecimento de regras comuns para proteção de dados no território europeu (DONEDA, 2006; ZANON, 2013).

No Brasil o amparo jurisdicional está na Constituição Federal da República que fundamentado no princípio da dignidade da pessoa humana reconhece a proteção de dados pessoais como autodeterminação – direito de um indivíduo de exercer controle sobre suas informações pessoais. A análise do artigo 5º X da Constituição Federal demonstra que a proteção da privacidade é um princípio fundamental, sendo invioláveis a intimidade e a vida privada. O dispositivo também inclui a proteção da honra e a imagem das pessoas assegurando o direito de indenização pelo dano moral ou material decorrente da violação (BRASIL, 1988).

A proteção aos dados pessoais transcende a mera possibilidade de escolha dos indivíduos de decidir sobre o que terceiros podem acessar, coletar e armazenar sobre suas informações. Segundo Castro (2005) a manipulação de grandes quantidades de dados pessoais quando reunidos e cruzados com dados de outras bases e tratados por sistemas automatizados, colocam em risco não apenas as informações da esfera privada do indivíduo, mas pode pôr em risco outros direitos de personalidade de igual ou maior relevância.

Solove (2013) e Mai (2016) compreendem que as questões de privacidade e a forma de protegê-la não sofreram alterações significativas desde a década de 70. Para Solove (2013) as políticas e a legislação sobre privacidade devem avançar para resolver as problemáticas decorrentes, além disso as pessoas normalmente não tem ideia ou possuem noções incorretas sobre como sua privacidade é protegida.

Sobre a necessidade de proteção da privacidade o que se pretende é o conjunto de dados relacionados às informações pessoais sejam preservados e a proteção consiste em impedimentos à realização de ações e atividades que são consideradas prejudiciais, portanto, estas restrições são necessárias para que o indivíduo possa ter um espaço de liberdade e devem estar asseguradas pelo ordenamento jurídico (SOLOVE, 2008).

Queiroz e Ponce (2020, p. 75) ao analisar os desdobramentos do uso de dados pessoais e os desafios que os legisladores devem considerar ao tratar de questões de privacidade de maneira geral, apontam que:

[...] o uso de dados pessoais com potencial danoso à intimidade e integridade moral do indivíduo ganham espaço. Esses dados podem ser obtidos por meio de práticas invasivas aos limites de uma privacidade classicamente concebida (i.e., como um bloqueio), mas também por uma garimpagem, cada vez mais barata e acessível tecnologicamente, de rastros deixados a partir do uso de redes sociais, páginas de Internet e aplicativos para *smartphones*.

Pode-se dizer que essas problemáticas se intensificaram principalmente por conta do paradigma da tecnologia da informação defendida por Castells (2002). Segundo o autor, o primeiro paradigma consiste em compreender a informação como matéria-prima, ou seja, são tecnologias para agir sobre informação, em seguida refere-se à penetrabilidade dos efeitos dessas novas tecnologias, considerando que a informação é parte integral da atividade dos indivíduos, pois todos os processos da existência humana seja individual ou coletivo são diretamente influenciados pelo meio tecnológico.

As discussões sobre as repercussões de violações de privacidade e as formas de protegê-la ultrapassam a mera delimitação sobre público e privado. Uma vez inseridos numa sociedade permeada por tecnologias de informação em que a sua característica é a lógica de redes em que qualquer sistema ou conjunto de relações usam tecnologias de informação (CASTELLS, 2002).

Zanon (2013, p. 17) enfatiza que nessa sociedade os dados pessoais não são simplesmente caracteres sobre um indivíduo, mas também define a sua essência enquanto pessoa que possui preferências, gostos e opiniões que podem ser utilizados para diversas finalidades, pois:

[...] nós somos os nossos dados, tem se afirmado, pois eles nos definem, nos classificam, nos dão acesso e nos privam de serviços e produtos, públicos e privados. É por causa dessa inexorável realidade que vem tomado vulto entre nós a defesa da regulamentação de um novo direito à proteção dos dados pessoais, como poder de controlar as nossas próprias informações, nossos próprios dados. Controlar a circulação dos nossos dados, saber quem os usa e para qual finalidade, poder acessá-los, retificá-los, apagá-los significa, em verdade, ter o poder sobre si próprio. Sobre essa perspectiva, o direito à proteção dos dados pessoais apresenta-se como um elemento fundamental para assegurar a igualdade, cidadania e liberdade.

O processo de transformação tecnológica expandiu-se em razão da capacidade de criar interfaces entre campos tecnológicos mediante uma linguagem digital comum na qual a informação é gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida (CASTELLS, 2002). Aliado a ampliação da infraestrutura da internet, outras formas de comunicação e

relacionamento se tornam comuns entre os indivíduos.

Uma das possibilidades de uso da internet foi o aparecimento de *sites* de redes sociais que começaram a tornar-se cada vez mais populares entre estudantes, pois tinham a capacidade de reunir grupos de pessoas para conversar, compartilhar artefatos digitais, compartilhar ideias e sobretudo se conectar com várias pessoas, entretanto, é possível que dentro dessas redes existam riscos relacionados à privacidade e os desdobramentos desses riscos podem desencadear problemáticas como a vigilância e a cibercriminalidade.

Boyd (2008) destaca que dentro dessas redes a privacidade não é formada simplesmente por números, mas como as pessoas mantêm seus relacionamentos com outras pessoas, portanto, deve considerar o controle sobre as informações, o contexto onde são compartilhadas e quem pode acessá-las. A informação é privada, não por que ninguém a conhece, mas é privada porque o conhecimento é limitado e controlado.

A internet e os seus desdobramentos estão presentes na vida cotidiana das pessoas, desde as atividades simples às mais complexas, isto dificulta delimitações entre o público e privado.

Sobretudo para as gerações mais jovens a grande rede não é um universo isolado, separado no qual são realizadas algumas das funções da vida. A internet não é apenas nosso correio e nosso telefone. Ela é a totalidade do nosso mundo, o lugar onde quase tudo acontece. É lá que se faz amigos, se escolhe livros e filmes, se organiza o ativismo político, e é lá que são criados e armazenados os dados mais particulares de cada um. É na internet que desenvolvemos e expressamos nossa personalidade e individualidade (GREENWALD, 2014, p. 15).

Além disso, os dispositivos de armazenamento e acesso à internet tornaram-se mais baratos, principalmente com o desenvolvimento das TIC. Mai (2016) afirma que a consolidação da internet nas atividades pessoais e profissionais intensificaram e tornaram complexas as delimitações entre o público e o privado. Isto representa a penetrabilidade das TIC no cotidiano das pessoas e, consequentemente, traz implicações sobre as questões de privacidade.

Redes e seus sistemas de informação na internet são desenvolvidos para coletar, armazenar e recuperar dados que são produzidos continuamente pelos usuários seja de forma individual ou junto com outros ou grupos, para tanto são desenvolvidas interfaces para a troca de informações entre os pares de indivíduos, emerge desse contexto as chamadas Redes Sociais Online (BOYD; ELLISON, 2007).

4 SERVIÇO DE REDES SOCIAIS ONLINE

Redes sociais são basicamente formadas por integrantes reunidos em torno de um objetivo ou interesse em comum, seja em ambientes que dependem de contato físico ou ambientes virtuais, seus integrantes mantêm relações que podem ser profissionais, pessoais ou por afinidade de interesses.

Ao longo do tempo, as redes de inter-relacionamento experimentaram diversas formas de operacionalização, desde os tempos como Antiguidade clássica era possível identificar formas de interações semelhantes aos moldes atuais de redes de inter-relacionamento em ambientes virtuais.

Entre os vários fatores que influenciaram a sociedade hodierna, Castells (2002), aponta que a revolução da tecnologia da informação foi preponderante para a formação da sociedade em rede. Isto quer dizer que o processo de transformação tecnológica expande-se por conta da alta capacidade de criação de interfaces no campo tecnológico mediante uma linguagem digital comum na qual a informação é a matéria-prima sendo gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida. Segundo Castells (2002), vive-se no mundo que tornou-se digital.

As transformações que podem ser percebidas nessa sociedade altamente influenciada por recursos tecnológicos são os sistemas de informação que estão presentes nas mais diversas atividades cotidianas. Rodrigues (2017) exemplifica que esses sistemas utilizam-se de recursos computacionais para automatizar tarefas que a princípio são simples, mas que dependem da coleta de um conjunto de dados sobre um indivíduo que são trafegados a um banco de dados por meio da internet, por exemplo, a sugestão de um restaurante a um indivíduo baseado na preferência de amigos em comuns dessa pessoa.

A infraestrutura da internet tornou comum a troca de dados entre dois ou mais sistemas de informação, sendo possível a comunicação entre eles. Para Moura (2009, p. 61), essa troca de dados constitui a interoperabilidade desenvolvida no contexto da internet e possui representação estrutural, semântica e lógica:

[...] a interoperabilidade é considerada como a capacidade de sistemas autônomos (informatizados ou não) comunicarem de modo transparente entre si, devido à adoção de padrões comuns e protocolos que permitem o uso compartilhado de informações.

A internet apresenta-se como o elemento propulsor para o surgimento de sistemas de informação capazes de fornecer suporte às redes de informação e de inter-relacionamento entre indivíduos, grupos e instituições são chamadas de redes sociais online (BOYD; ELLISON, 2007).

Para Recuero (2009, p. 21), estudar sobre redes sociais é buscar a partir da observação de fenômenos verificar padrões, pois a abordagem em rede consiste em:

[...] estudar, por exemplo, a criação das estruturas sociais; suas dinâmicas, tais como a criação de capital social e sua manutenção, a emergência da cooperação e da competição; as funções das estruturas e, mesmo, as diferenças entre os variados grupos e seu impacto nos indivíduos [...] é estudar os padrões de conexões expressos no ciberspaço.

Os Serviços de Redes Sociais Online possuem em comum a possibilidade de oferecer diversos mecanismos de interatividade, recursos, armazenagem e navegação, possibilitando o relacionamento entre indivíduos e grupos independentemente da localização geográfica. São espaços de socialização mediados por tecnologias de informação e comunicação e a quantidade de transações de informações é igual ou superior à quantidade de usuários conectados à rede.

Considerando que a internet tornou a comunicação entre as pessoas de outras regiões do planeta mais rápida e, principalmente, encurtou distâncias territoriais, as redes de interpessoais se tornaram comuns e mais atrativas devido não somente ao encurtamento da distância, mas também pela variedade de recursos interativos que elas apresentam.

Destarte, é importante considerar que a conceituação e definição sobre a forma de interação comunicativa entre usuários em redes mediadas pelas TIC é diversificada. Embora haja consenso que esse relacionamento possui características elementares e a discussão entre os autores está delineada em características particulares de abordagem pragmática.

Boyd e Ellison (2008) definem redes sociais como serviços baseados na internet que permitem aos indivíduos construir um perfil que pode ser público ou semipúblico, articular uma lista de outros usuários que podem estabelecer uma conexão. Segundo os autores, o atrativo dessas redes é a possibilidade de pessoas conhecerem outras, mesmo que sejam pessoas estranhas.

Embora os Serviços de Redes Sociais tenham implementado uma ampla variedade de recursos técnicos, sua espinha dorsal consiste em perfis visíveis que exibem uma lista articulada de amigos que também são usuários do sistema (BOYD; ELLISON, 2008, p. 211, tradução nossa).

Rodrigues (2017) comprehende essas redes como Serviços de Redes Sociais Online (SRSO) que são caracterizadas por agrupamentos de perfis que visualizam e interagem com os conteúdos de outros indivíduos. Também são formados a partir da identificação de relacionamentos em comum entre eles não havendo restrições para que um grupo de indivíduos participem de relações com outros grupos. Portanto, são prioritariamente mantidas e elaboradas por instituições privadas.

Para Rodrigues e Sant'ana (2018, p. 23) os SRSO são serviços que auxiliam processos de comunicação e tem como característica principal:

[...] capacidade de identificação e distinção dos conjuntos de dados de cada participante da rede, incluindo dados relacionados aos seus atributos, as suas características e as suas relações com outros usuários e com demais conteúdos multimídia.

Recuero (2009) explica que as redes sociais possuem elementos característicos que servem de base para que a rede seja percebida e as informações sejam apreendidas, mostra que existem dois fatores desempenhando funções nas redes sociais são os atores e as conexões. Os primeiros são as pessoas envolvidas na rede que atuam interagindo e construindo laços sociais. As conexões são identificadas através da interação e de laços sociais com outros atores, ou seja, é a troca de experiência entre dois ou mais atores. A resultante dessas interações são percebidas devido à possibilidade de manter rastros sociais dos indivíduos (RECUERO, 2009).

Para acessar e utilizar os SRSO os usuários precisam inicialmente aceitar os Termos de Uso e, posteriormente, preencher um formulário com informações pessoais para criar um perfil dentro do serviço, que normalmente incluem descritores como idade, localização, interesses e para que o usuário possa acessar o conteúdo é necessário relacionar um tipo de identificador único, por exemplo, documento de identidade, número de telefone ou endereço de e-mail ao fazer isso a proprietária da rede social terá acesso aos dados pessoais dos usuários (BOYD; ELLISON, 2008; RODRIGUES, 2017).

Existem ações características nos SRSO que permitem a identificação do usuário ao ingressar no serviço, são formas de coleta e identificação dos dados produzidos enquanto o usuário está acessando (*online*) ou até mesmo quando não está utilizando (*offline*), pois ao se identificar a instituição proprietária do SRSO terá acesso aos dados produzidos pelo usuário com alto potencial de identificação, por exemplo, saber o horário de acesso, a localização

geográfica e em alguns casos o tipo de conexão de internet (RODRIGUE, 2017).

Cada SRSO possui particularidades quanto ao público-alvo e diretrizes de acesso, no entanto é possível identificar denominações que são comuns entre as redes como os atributos, o identificador e o referenciado, conforme o Quadro 3.

Quadro 3 - Características presentes em SRSO.

Denominação	Descrição
Atributos	Aquilo que é característico de algo ou de alguém, ou seja, é uma particularidade. Nos SRSO pode ser o e-mail ou o número de telefone.
Identificador	É o que garante a unicidade de cada indivíduo, um documento de identidade na rede, de numeração única e intransferível.
Referenciado	Tipo de usuário que se relaciona com dados, tecnologias e sistemas de informação da rede social online.

Fonte: elaborado pela autora baseado em Rodrigues e Sant'Ana (2018).

Para melhor entendimento este estudo adota o termo “referenciado” para identificar o usuário que utiliza uma rede social e “[...] que é passível de identificação em um contexto pelos seus identificadores e potenciais identificadores” (RODRIGUES, 2017, p. 68). Os SRSO possuem ferramentas de análises estatísticas e com interfaces que possibilitam a visualização e a interatividade com os conteúdos dos usuários. Cada SRSO possui o termo de uso, a política de privacidade e outros documentos que regulamentam a relação entre referenciado e a proprietária do SRSO.

Os Termos de Uso – também denominado como termos do serviço ou termos e condições – são os conjuntos de documentos que contém os direitos e deveres que a instituição e os seus usuários consentiram para a utilização do serviço, mesmo quando o serviço é oferecido aos futuros usuários de forma gratuita, incluindo informações sobre a coleta de dados por agentes externos e a remoção de conteúdos relacionados ao referenciado (LEMLEY, 2012; REIDENBERG, 1998 *apud* RODRIGUES, 2017, p. 57).

De acordo com Rodrigues e Sant'ana (2015), os termos de uso dos SRSO possuem duplo papel: o de pacificador, enquanto elemento que fortalece a percepção de segurança aos usuários, ao estabelecer os limites e as garantias legais sobre o que é realizado com conjuntos de dados pessoais e como elemento de opacidade entre usuários e os serviços sobre as atividades realizadas com os dados pessoais. Além disso, existe a preocupação de como esses dados serão utilizados por esses serviços:

Os Termos de uso destes serviços, de propriedade dos agentes externos, também podem descrever os processos de coleta (ou de compartilhamento) de seus bancos de dados a seus parceiros e outros agentes externos – e estes

outros agentes externos também podem ter seus dados acessíveis por outros entes – criando um efeito em cascata de identificação do referenciado que pode potencializar ações e atividades prejudiciais à privacidade, a partir da singular existência de um dado como o e-mail do referenciado na coleta de dados inicial, da rede social (RODRIGUES, 2017. p. 39).

Ao utilizar os SRSO os referenciados estão sujeitos às condições dos termos de uso. Os conjuntos de dados que são coletados nesses ambientes tem o potencial de identificação de informações pessoais de cada indivíduo. As ações dos referenciados no meio digital podem estar sendo armazenadas e analisadas com ajuda de sistemas automatizados não havendo clareza para qual finalidade.

A coleta dos conjuntos de dados pode ser visualizada no Ciclo de Vida dos Dados (CVD) que compreende quatro fases (Coleta, Armazenamento, Recuperação e Descarte) de operacionalização para contextualizar as análises das estruturas de coleta de dados. Segundo Sant'ana (2016), a utilização de uma delimitação de fases é necessária para distinguir necessidades e competências envolvidas no acesso e uso dos dados.

A primeira fase é a Coleta que representa o planejamento e outras atividades para obtenção dos dados. A segunda fase é o Armazenamento que consiste em atividades relacionadas ao processamento, inserção, manipulação, migração e transmissão de dados. A fase de Recuperação são as atividades que passam a estar disponíveis para consulta e visualização. A última fase é o Descarte que compreende a eliminação de parte dos dados podendo ocorrer em bloco (exclusão de subconjuntos inteiros), horizontal (eliminação de registros) e vertical (eliminação de elementos estruturais) (SANT'ANA, 2016).

Conforme Sant'Ana (2013), nesse contexto existem duas dimensões da privacidade a serem estudadas que são efeitos do uso de TIC: a primeira é os resultados de interações entre redes e usuários na fase de coleta de dados; a segunda é a delimitação sobre o que é realizado com os dados sobre usuários, na fase de armazenamento. Porém, Sant'ana e Rodrigues (2015) advertem que generalizar atividades que são prejudiciais à privacidade dos usuários contida nos SRSO é tema complexo, porque os usuários são informados e devem conceder aceitação aos termos de uso do SRSO antes de acessar pela primeira vez.

A própria revolução tecnológica e a internet facilitaram e disseminaram as possibilidades de criação de bancos de dados e os fluxos de informações, pois todo indivíduo nas mais diversas atividades sociais – contribuinte, paciente, empregado, beneficiário de programas sociais, consumidor, etc. – têm seus dados pessoais coletados e processados

permanentemente, os dados pessoais estão sendo coletados continuamente seja por instituições públicas ou privadas (ZANON, 2013; MAI, 2016).

Mai (2016) afirma que as pessoas relevam informações pessoais consciente ou inconscientemente, voluntária ou não nas suas atividades cotidianas, algumas optam por revelar em *sites* de redes sociais, porém, não podemos presumir que essas pessoas renunciaram ao seu direito de privacidade.

As discussões sobre o consentimento passam por várias questões, pois com a quantidade de informações que as pessoas recebem diariamente pode fazer com que a leitura de documentos que tratam sobre coleta e armazenamento de dados pessoais seja negligenciada pelo indivíduo que utiliza determinados serviços, sobretudo os SRSO.

De acordo com Solove (2013), os problemas relacionados à privacidade tornaram-se complexos, isso desencadeou discussões legislativas sobre proteção de informações pessoais, os debates consistiam sobre o direito de ser notificado sobre acesso, coleta, uso e divulgação de dados pessoais, principalmente sobre o dilema do consentimento.

Para Solove (2013) o dilema do consentimento consiste na dicotomia entre o indivíduo permitir (consentir) a utilização de seus dados pessoais, porém não compreender para qual finalidade serão utilizados ou risco e benefícios da permissão. A abordagem do consentimento para privacidade deixou de ser significativa no ciberespaço, pois mesmo que as pessoas lessem todos os dias às políticas de privacidade dificilmente conseguiriam ter capacidade para avaliar as consequências de concordar com o uso de seus dados pessoais.

Nesse sentido que se tem defendido que a proteção à privacidade, principalmente, sobre os dados pessoais é necessária, pois aparelhos eletrônicos, tecnologias digitais, inteligências artificiais estão presentes nos mais diversos espaços e ações da população.

Negligenciar a regulamentação e as discussões sobre a forma de tratamento e gestão dos dados produzidos por essas atividades põem em risco não só a privacidade, mas também a forma de relacionamento entre indivíduos. Diante do contexto informacional tecnológico no qual a coleta de dados é feita constantemente, surge a necessidade de investigar o comportamento dos indivíduos dessa sociedade exponencialmente ligada às tecnologias digitais.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este capítulo está dividido em três partes. A primeira parte é a Caracterização dos Serviços de Rede Sociais Online que discorre sobre aspectos gerais do Twitter, Facebook e Instagram, o conjunto de documentos disponibilizados, a divisão interna do termo de uso e a identificação de palavras recorrentes no documento.

A segunda parte é denominada de Privacidade nos termos de uso. Propõe-se em explicitar as ações que são realizadas pelo SRSO em obter os dados pessoais de quem utiliza o serviço, por meio de seis categorias. Em seguida, as categorias são reorganizadas em três eixos para observar as combinações entre elas: coleta e finalidade (Eixo 1), compartilhamento e agente externo (Eixo 2), persistência/armazenamento e exclusão (Eixo 3).

Por fim, a terceira etapa é a Ética Informacional nos termos de uso. Descreve quais os elementos identificados nos termos de uso sobre os dados pessoais que permitem aos indivíduos o controle da sua própria informação pessoal, sob as diretrizes da Teoria RALC.

5.1 Caracterização dos Serviços de Redes Sociais Online

Apresenta-se a seguir os aspectos gerais dos SRSO, as características e elementos principais. Importante destacar que o Facebook e o Instagram pertencem ao mesmo grupo³⁰. Isso quer dizer que as diferenças sobre a operacionalização e funcionamento do SRSO são menores e o documento Política de Dados (trata sobre privacidade) é o mesmo para os dois serviços. Desse modo, quando houve diferenças de conteúdo entre o Facebook e o Instagram foi indicado no texto. Vale destacar que nos três serviços o “termo de uso” é chamado de “termo de serviço”. Entretanto, optou-se nesta pesquisa pela utilização do primeiro conjunto de palavras.

Twitter

O Twitter pode ser compreendido como um *microblog* que oferece 280 caracteres para que o usuário comunique o que está acontecendo no momento para outros usuários, essa forma de comunicação é chamada de *tweet*³¹. Basta o usuário escrever e clicar no botão *tweet* para que a mensagem fique disponível. O modo de conexão entre os usuários do Twitter é feito por meio da ação de “seguir” que pode ser uma conta pessoal ou de uma instituição. O

30 Meta Platforms, Inc.

31 *Tweet* é uma mensagem publicada no Twitter que contém texto, fotos, um GIF e/ou um vídeo. Eles aparecem para o remetente na página de perfil e na linha do tempo da página inicial do remetente.

Twitter possui mais de 35 escritórios espalhados pelo mundo, além de estar disponível em 40 idiomas (TWITTER INC., 2020b).

O termo de uso pode ser acessado no próprio *site* da rede social online e reúne outros documentos sobre regras, termo para desenvolvedores e outras informações. A Figura 4 mostra os principais documentos que são mencionados durante a leitura do termo de uso.

Figura 4 – Exposição dos principais documentos do termo de uso do Twitter.



Fonte: Elaborado pela autora.

Os documentos mencionados na Figura 4 possuem finalidades específicas, entretanto são inter-relacionados. O termo de uso versa sobre o acesso e o uso dos serviços oferecidos pelo Twitter. A política de privacidade trata sobre o compartilhamento de informações pessoais. As regras do Twitter e políticas são as netiquetas dos usuários dentro do SRSO. Por fim, o Termo do desenvolvedor regem o acesso e uso do material licenciado, *websites*, *SMS*, *APIs*, notificações por e-mail, aplicativos, botões, anúncios do SRSO e de outros serviços.

Para esta pesquisa analisou-se apenas dois documentos. O primeiro foi o termo de uso que contém informações gerais sobre a operacionalização do SRSO e o tratamento das atividades do usuário. Esse documento se apresenta como uma introdução do serviço oferecido e ao longo do texto outros documentos revelantes são mencionados.

O segundo documento foi a Política de Privacidade que possui informações sobre os processos e procedimentos de utilização dos dados pessoais. O documento foi divido em

capítulos (com finalidade didática) para exploração do material e observar os assuntos que são abordados.

Quadro 4 – Divisão do termo de uso do Twitter.

Capítulos	Subcapítulos
Termo de Serviço	1. Quem pode utilizar os Serviços 2. Privacidade 3. Conteúdo nos Serviços 4. Utilização dos Serviços 5. Limitações de Responsabilidade 6. Geral
Política de Privacidade	1. Informações que Você Compartilha Conosco 2. Informações Adicionais que Recebemos Sobre Você 3. Informações que Compartilhamos e Divulgamos 4. Gerenciando Suas Informações Pessoais Conosco 5. Crianças e Nossos Serviços 6. Nossas Operações Globais e o <i>Privacy Shield</i> , 7. Alterações a Esta Política de Privacidade

Fonte: Twitter Inc. (2020b)

O termo de uso do Twitter possui denominações recorrentes no decorrer do texto que possibilitam perceber os atores que participam do processo de operacionalização do SRSO. Sendo assim, aparecem os termos: Conteúdo, Serviços, Informações Públicas, Dados de Registro, Você, Twitter, Parceiros. Ver o Quadro 5.

Quadro 5 – Denominações recorrentes no termo de uso do Twitter.

Termo	Descrição
Conteúdo	Mídias (textos, links, gráficos, fotos, áudios, vídeos ou outros materiais incorporados são considerados parte do conteúdo) produzidas pelo usuário.
Serviços	Conjunto de operações e materiais que permitem a operacionalização do SRSO.
Informações Públicas	Informações dos usuários que estão disponíveis e visíveis para qualquer outro usuário ou não do SRSO.
Dados de Registro	São informações geradas pelos usuários a partir da visualização do conteúdo ou da interação com Serviços, mesmo se não tiver criado uma conta.
Você	Refere-se a pessoa que aceitou as condições para utilizar os serviços.
Nós/Twitter	O próprio Serviço de Rede Social Online.

Fonte: Twitter Inc. (2020).

Facebook

Em 2021, a empresa Facebook Inc. passou a se chamar Meta Platforms Inc. Embora o nome da empresa tenha mudado, ainda são oferecidos os mesmos produtos, inclusive o aplicativo Facebook. O Facebook objetiva ajudar as pessoas se conectarem com amigos, familiares e outras comunidades que compartilham seus interesses (META, 2022). Ao criar uma conta a pessoa também cria um perfil, esse perfil permite fazer amigos (por meio do envio de convites de amizades) e seguir páginas (ou curtir a página). É possível criar um perfil pessoal ou de uma instituição para veicular conteúdos, experiências e compartilhar mídias.

No Facebook, o termo de uso está disponível para leitura antes da criação da conta. O termo de uso reúne outros documentos que são considerados complementares, tendo em vista que o Facebook faz parte de um conjunto de produtos oferecidos pela empresa Meta Platforms Inc. Esta pesquisa analisou apenas a política de dados dos documentos complementares. Ver a Figura 5.

Figura 5 – Exposição dos principais documentos do termo de uso Facebook.



Fonte: Facebook (2022).

De acordo com a Figura 6 existem outros documentos que descrevem as condições de uso dos produtos oferecidos pelo SRSO. Em síntese, outros termos e políticas que podem ser aplicados a quem desejar utilizar os serviços do Facebook. Ver o quadro 6.

Quadro 6 – Conjunto de documentos do Facebook/Instagram.

Nome do documento	Conteúdo
Padrões da comunidade	Descrevem os padrões sobre o conteúdo publicado no Facebook e a atividade nessa plataforma e em outros produtos da Meta.
Termos de Pagamento da Comunidade	Aplicam-se aos pagamentos feitos nos produtos da Meta ou por meio deles.
Políticas Comerciais	Descrevem as políticas aplicáveis quando o usuário oferece produtos e serviços para venda no Facebook.
Termos Comerciais	São aplicáveis caso usuário também acesse ou use os produtos para qualquer finalidade comercial ou empresarial.
Políticas de Live	Aplicam-se a todo conteúdo transmitido no Facebook Live.
Termos de Autoatendimento de Publicidade	São aplicáveis quando o usuário usa as interfaces de autoatendimento de publicidade para criar, enviar ou veicular publicidade ou outra atividade, conteúdo comercial ou patrocinado.
Políticas de Publicidade	Especificam quais tipos de conteúdo de anúncio os parceiros que anunciam nos produtos da Meta podem publicar.
Termos de Pagamento do Desenvolvedor	Aplicam-se aos desenvolvedores de aplicativos que usam os Pagamentos do Facebook.
Recursos de Marca da Meta	São diretrizes que descrevem as políticas que se aplicam ao uso das marcas comerciais, dos logotipos e das capturas de tela da Meta.
Diretrizes de Música	Descrevem as políticas que se aplicam à publicação ou ao compartilhamento de conteúdo com música nos Produtos da Meta.
Termos da Plataforma da Meta	Descrevem as políticas aplicáveis ao uso da Plataforma.
Políticas de Páginas, Grupos e Eventos do Facebook	São diretrizes aplicáveis se o usuário cria ou administra uma página, um grupo ou um evento do Facebook ou usa essa plataforma para divulgar ou administrar uma promoção.
Política de Cookies	São diretrizes que explicam como são usados para armazenar e receber identificadores e outras informações em computadores, <i>smartphones</i> e outros dispositivos.
Política de Dados	Descreve as informações que tratamos para viabilizar a operação do Facebook, do Instagram, do <i>Messenger</i> e de outros produtos e recursos que a Meta Platforms, Inc.

Fonte: Facebook (2022).

O termo de uso foi dividido em capítulos (com finalidade didática) para exploração do material e, consequentemente, observar os assuntos que são abordados no documento. Ver o Quadro 7.

Quadro 7 – Divisão dos capítulos do termo de uso do Facebook/Instagram.

Capítulo	Descrição
Termos de Uso	1. Os serviços fornecidos
	2. Como nossos serviços são financiados
	3. Seu compromisso com o Facebook e com a nossa comunidade
	4. Disposições adicionais

	5. Outros termos e políticas que podem se aplicar a você
Política de Dados	1. Que tipo de informações coletamos?
	2. Como usamos essas informações?
	3. Como essas informações são compartilhadas?
	4. Como as Empresas da Meta trabalham em conjunto?
	5. Como faço para controlar ou excluir informações sobre mim?

Fonte: Facebook (2022).

Ao longo da leitura do termo de uso aparecem definições de palavras que se repetem durante o texto, assim é possível identificar os atores que participam do processo de operacionalização do SRSO. Sendo assim, aparecem os termos: Conteúdo, Serviços, Produtos, Você, Nós. Ver o Quadro 8.

Quadro 8 – Definições recorrentes no termo de uso do Facebook/Instagram.

Termo	Descrição
Conteúdo	Mídias (textos, links, gráficos, fotos, áudios, vídeos ou outros materiais incorporados são considerados parte do conteúdo) produzidas pelo usuário.
Serviços	Conjunto de operações e materiais que permitem a operacionalização do SRSO.
Produtos ³²	São outras formas de produtos oferecidos pela mesma empresa.
Você	Refere-se a pessoa que aceitou as condições para utilizar os serviços.
Nós	O próprio Serviço de Rede Social Online.

Fonte: Facebook (2022).

Instagram

O termo de uso do Facebook e do Instagram são similares quanto a organização do conteúdo. O Instagram apresenta a missão e os aspectos nos quais o SRSO está comprometido, indica também que o Instagram faz parte dos produtos da empresa Meta Platforms Inc.

A parte inicial do termo de uso do Instagram apresenta a missão do SRSO em fortalecer o relacionamento do usuário com outras pessoas. Destaca-se que a Política de Dados é a mesma para o Instagram e o Facebook. Dessa forma, os documentos complementares do Instagram são: a Política da Plataforma, a Política de Cookies, o Termo de Pagamento da Comunidade e a Política de Proteção de Compras do Instagram. Ver a Figura 6.

³² São eles: Facebook, Meta View, Messenger, Instagram (incluindo aplicativos como o Boomerang), Dispositivos de marca do Portal, Produtos Oculus (quando usados com uma conta do Facebook), Lojas, Spark AR, Audience Network da Meta, Aplicativos do NPE Team, Ferramentas da Meta para Empresas.

Figura 6 – Exposição dos principais documentos do termo de uso do Instagram.



Fonte: Instagram (2022).

A divisão dos capítulos do termo de uso e da política de dados foi a mesma do Facebook. Além disso, as definições de palavras recorrentes na leitura do termo também são as mesmas do Facebook.

5.2 Privacidade nos Termos de Uso

Os resultados são provenientes da análise de seis categorias (Coleta, Finalidade, Compartilhamento, Agente externo, Persistência/Armazenamento e Exclusão) que descrevem as ações realizadas pela detentora do SRSO no que diz respeito ao gerenciamento de dados pessoais.

Coleta

A incidência na categoria Coleta ocorre quando existe a possibilidade de coletar o conjunto de dados que identificam o usuário dentro ou fora do SRSO, independente da sua vontade. Para utilizar os três serviços é necessário o aceite das condições que regem a relação do usuário e da detentora do serviço. O termo de uso é um documento de proteção jurídica do SRSO para esclarecer os detalhes das condições e validar procedimentos.

Nota-se que os usuários estarão sujeito aos processos de coleta de informações ao utilizar o serviço. Nos três termos de uso observou-se que para além da coleta e uso também está incluso a permissão para a transferência dessas informações para outros países.

Você entende que, ao utilizar os Serviços, concorda com a coleta e uso

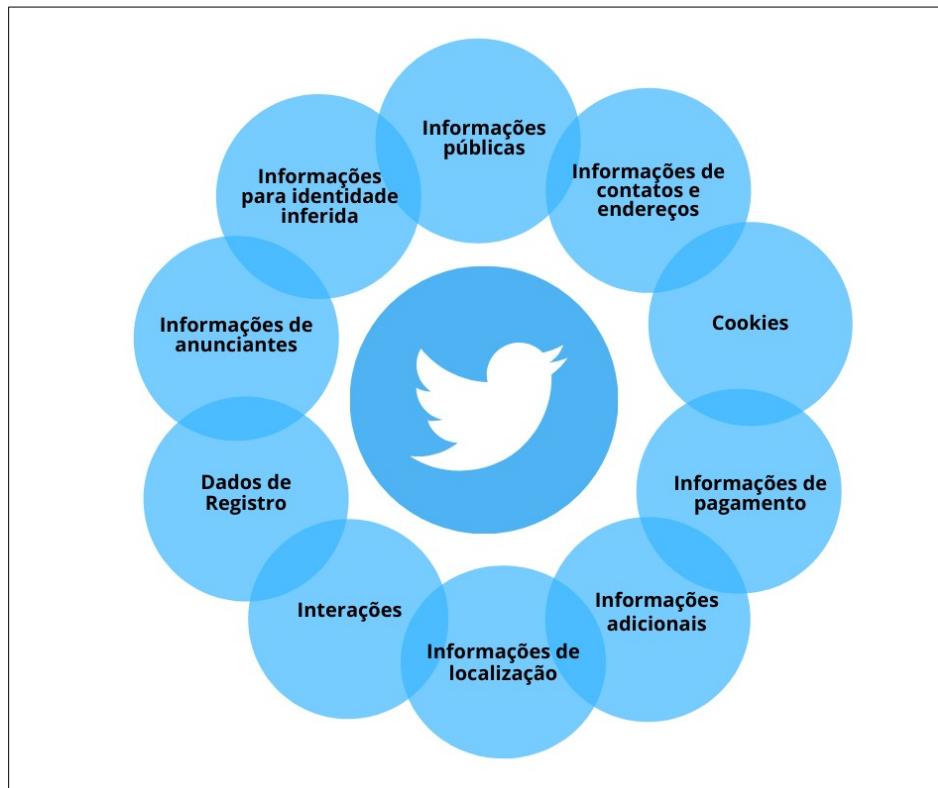
(conforme estabelecido na Política de Privacidade) dessas informações, incluindo a transferência dessas informações para os Estados Unidos, Irlanda e/ou outros países para fins de armazenamento, processamento e uso pelo Twitter e suas afiliadas. (TWITTER, 2020).

Suas informações podem, por exemplo, ser armazenadas e tratadas nos Estados Unidos ou em outros países fora de onde você mora ou transferidas ou transmitidas a esses lugares para os fins descritos nesta política. Essas transferências de dados são necessárias para oferecer os serviços estipulados nos Termos da Meta e nos Termos do Instagram, bem como para operar em todo o mundo e fornecer nossos Produtos a você (FACEBOOK, 2022).

Para operar nosso Serviço global, precisamos armazenar e transferir dados entre nossos sistemas ao redor do mundo, inclusive fora de seu país de residência. O uso dessa infraestrutura global é necessário e essencial para fornecer nosso Serviço (INSTAGRAM, 2022).

No termo de uso existem definições de informações que são obtidas pelos SRSO. Essas informações são importantes para compreender as possíveis formas de coleta. As Figuras 7 e 8 exibem as formas de coleta de informações dos usuários, respectivamente, do Twitter e do Facebook/Instagram.

Figura 7 – Possíveis formas de coleta dos dados pessoais no Twitter.



Fonte: Twitter (2020).

Figura 8 – Possíveis formas de coleta dos dados pessoais no Facebook/Instagram.



Fonte: Facebook/Instagram (2022).

A partir das Figuras 7 e 8 é possível perceber que a coleta tem o propósito de reunir a maior quantidade de informações sobre as atividades dos usuários. Desse modo, cada item representado nas figuras coletam um tipo de informação. Ver Quadro 9.

Quadro 9 – Descrição dos itens que coletam os dados pessoais no Twitter, Facebook e Instagram.

Twitter	
Item	Descrição
Inform. públicas	São aquelas que estão disponíveis para visualização de qualquer outro usuário, como, por exemplo, o perfil, fuso horário, idioma, data de criação da conta, informações sobre <i>tweet</i> (data, horário e aplicativo e versão do Twitter), listas criadas, pessoas que segue e quem segue de volta e os <i>tweets</i> que curtiu ou um <i>retweet</i> .
Inform. de contatos e endereços	E-mail, número de telefone e lista de contatos.
Cookies	Monitorar padrões de uso agregados, personalizar e operar serviços, fornecer segurança de conta, personalizar o conteúdo e lembrar preferências de idioma.
Inform. de pagamento	Número de cartão de crédito ou débito, data de validade do cartão, código de validação e endereço de faturamento.

Inform. adicionais	Utilização de outros serviços do Twitter, registro e localização atual, endereço IP, configurações do dispositivo.
Inform. de localização	Locais onde utiliza e utilizou o Twitter.
Interações	Curtir, compartilhar, responder ou se envolver com um anúncio dentro do Twitter, o anunciante obtém informações dessas interações.
Dados de Registro	Endereço IP, tipo de navegador, sistema operacional, página da Web de origem, páginas da Web visitadas, localização, sua operadora de telefonia celular, informações de dispositivo (inclusive IDs de dispositivo e aplicativos), termos de pesquisa (incluindo aqueles que não foram enviados como consultas) e informações de cookies. Clica, visualiza e interage com links nos serviços do Twitter, instala outro aplicativo por meio do Twitter.
Inform. de anunciantes	Informações como ID do cookie do navegador, ID do dispositivo móvel ou hash criptográfico de um endereço de e-mail, assim como dados demográficos ou de interesse e conteúdo visualizado ou ações tomadas em um site ou aplicativo. Informações de publicação cruzada ou autenticação entre serviços.
Inform. para identidade inferida	Registro do navegador ou dispositivo ao entrar na conta .
Facebook/Instagram	
Redes e conexões	Coleta informações sobre as pessoas, as contas, os grupos e as Páginas do Facebook com os quais o usuário se conecta e sobre como ele interage com os Produtos. Como e com quem o usuário mais se comunica ou os grupos dos quais ele faz parte.
Inform. de Uso	Coleta informações sobre como o usuário usa os Produtos, como e o tipo de conteúdo que visualiza ou com o qual se envolve; os recursos que usa; as ações que realiza; as pessoas ou contas com que você interage; e o tempo, frequência e duração das suas atividades.
Inform. de parceiros	Anunciantes, desenvolvedores de aplicativos e <i>publishers</i> podem enviar informações dos usuários pelas Ferramentas da Meta para Empresas
Inform. do dispositivo	Coleta informações de computadores, telefones, TVs conectadas e outros dispositivos conectados à web que o usuário usa e que se integram aos Produtos, além de combinar essas informações dos diferentes dispositivos que ele usa.
Cookies	Dados de cookies armazenados no dispositivo, inclusive configurações e IDs de cookies.
Informações e conteúdos	Conteúdo, comunicações e outras informações que fornece quando usa os produtos.

Fonte: Twitter (2020), Facebook/Instagram (2022).

Foi observado que nos três SRSO ocorrem processos de coleta independente da vontade do usuário. Assim, foi possível distinguir dois processos de coleta. A primeira forma é a obtenção das informações quando o usuário não utiliza ou está fora do SRSO. No Twitter, ocorre por meio das informações adicionais, informações de localização, cookies, dados de registro, anunciantes e parceiros, terceiros e afiliadas. No Facebook/Instagram ocorrem mediante informações e conteúdos, informações dos dispositivos, cookies.

O segundo modo de obtenção das informações é realizado dentro do SRSO, isto é, quando o usuário está utilizando os serviços. Esse processo ocorre em informações que são oriundas das atividades dos usuários, desde as curtidas, os comentários e os compartilhamentos até transações financeiras.

De forma geral, dados sensíveis não recebem tratamento diferenciado. O termo de uso do Facebook/Instagram menciona apenas os “dados com proteção especial” e podem ser opcionais o seu fornecimento.

Dados com proteções especiais: é possível optar por fornecer informações nos campos de perfil ou nos Acontecimentos do Facebook sobre a 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 (FACEBOOK, 2022).

Finalidade

Ocorre quando as ações que armazenam o conjunto de dados pessoais possui uma finalidade expressa no parágrafo. De modo geral, os processos de coleta dos SRSO possuem duas principais finalidades. A primeira é para melhoria, personalização e mensuração dos anúncios pagos veiculados nos SRSO, pois existem grupos e pessoas que podem ser potenciais consumidores.

Em consideração ao Twitter por conceder a você acesso e uso dos Serviços, você **concorda** que o Twitter e seus provedores de terceiros e parceiros **podem colocar anúncios** nos Serviços ou em conexão com a exibição do Conteúdo ou de informações dos Serviços, enviados por você ou por outras pessoas (TWITTER, 2020, grifo nosso).

Em **vez de pagar** pelo uso do Facebook e de outros produtos e serviços que oferecemos, acessando os Produtos do Facebook cobertos por estes Termos, você **concorda que podemos lhe mostrar anúncios** que empresas e organizações **nos pagam** para promover dentro e fora dos Produtos das Empresas do Facebook. Usamos seus dados pessoais, como informações sobre suas atividades e interesses, para lhe mostrar anúncios mais relevantes (FACEBOOK, 2022, grifo nosso).

Em vez de pagar pelo uso do Instagram, usando o Serviço previsto nestes Termos, você reconhece que podemos mostrar anúncios a você que empresas e organizações nos pagam para promover dentro e fora dos Produtos das Empresas da Meta. Usamos seus dados pessoais, como informações sobre suas atividades e interesses, para mostrar a você anúncios mais relevantes (INSTAGRAM, 2022, grifo nosso).

Quanto mais informações sobre as preferências do público-alvo melhores são as chances de direcionar propagandas assertivas. O segundo propósito para obtenção dos dados pessoais tem finalidade de melhorar progressivamente os serviços ofertados pelos SRSO. Por exemplo, durante a leitura do termo de uso é comum as expressões “para operar nossos produtos”, “personalizar suas preferências e configurar sua conta”, “habilitar recursos e melhorar o desempenho”.

No termo de uso do Facebook e do Instagram existe uma particularidade. Os dois SRSO fazem parte dos produtos da empresa Meta Platforms Inc. e a finalidade de obtenção dos dados segue para a progressiva integralização sobre as atividades dos usuários nos outros produtos da empresa.

Persistência/Armazenamento

Ocorre quando existe a possibilidade de que o conjunto de dados dos referenciados possam ser armazenados e utilizados em novos processos de análises por meio da interação com outras bases de dados. De acordo com os termos de uso, ao utilizar os serviços o usuário está sujeito a uma “licença mundial” que permite ao SRSO realizar uma série de ações com o conteúdo compartilhado na plataforma.

Assim, dificulta o processo de exclusão caso o usuário decida apagar tal conteúdo. As ações que são comuns nos três serviços são “para utilizar, copiar, reproduzir, processar, adaptar, modificar, publicar, transmitir, exibir e distribuir esse Conteúdo”. Além disso, o aceite aos termos de uso permite a transferência das informações para outro país para fins de armazenamento e uso.

Agente externo

Ocorre quando o SRSO possibilita o compartilhamento de dados a agentes externos como os provedores, parceiros e anunciantes para direcionar marketing. Os agentes externos podem ser de dois tipos: os parceiros do SRSO (são as afiliadas e outros produtos) e aqueles que pagam para que o SRSO mostre anúncios para grupos de possíveis interessados.

Também oferecemos aos anunciantes relatórios sobre o desempenho dos anúncios para ajudá-los a entender como as pessoas estão interagindo com

o conteúdo dentro e fora do Facebook. Por exemplo, fornecemos dados demográficos gerais e informações sobre interesses aos anunciantes. (FACEBOOK, 2022).

Os SRSO também podem receber informações dos agentes externos, mas a forma de obtenção dessas informações não faz parte da política de privacidade da detentora do SRSO. Cabe ao agente externo descrever e disponibilizar o conteúdo do termo de uso.

Esses parceiros disponibilizam informações sobre as atividades que você realiza fora dos nossos Produtos, inclusive aquelas sobre o dispositivo usado, os sites acessados, as compras feitas, os anúncios vistos e o modo como você usa os serviços deles, independentemente de ter ou não uma conta ou de estar conectado aos nossos Produtos (FACEBOOK, 2002).

Alguns de nossos parceiros de publicidade, especialmente nossos anunciantes, também nos permitem coletar informações similares diretamente de seu site ou aplicativo ao integrar nossa tecnologia de publicidade (TWITTER, 2020).

Por exemplo, existem outros serviços oferecidos que permitem experiências fora do Twitter, esses agentes externos fornecem serviços de acordo com seus próprios termos e políticas de privacidade individuais.

Compartilhamento

O Compartilhamento ocorre quando os usuários possam acrescentar ou limitar informações pessoais por meio das configurações do SRSO. Por exemplo, informações de contato, como endereço de e-mail ou número de telefone, podem ser alteradas nas configurações da conta.

As ações que possuem discricionariedade do usuário são aquelas descritas no termo de uso como “sujeito as suas configurações”, sendo necessário alterá-las nas configurações do SRSO para permitir ou para retirar o acesso. Por exemplo, as informações de pagamento, vinculação entre serviços fora dos SRSO, uso de diferentes navegadores para acessar a conta e o fornecimento de dados de contato são informações que estão sujeita às configurações.

Existem também as informações que são compartilhas pela detentora do SRSO, como, por exemplo, as interações com os anúncios e as informações de localização que podem estar sujeitas as configurações. Quando tomadas isoladas podem não apresentar características de informações privadas, porém se vinculadas ou processadas em outros contextos pode revelar novos fatos ou novas informações.

Exclusão

Por fim, a Exclusão ocorre quando é descrito no trecho que se insere os processos de

remoção de conteúdo ou a exclusão de conta. Nos termos de uso, o procedimento de exclusão pode ocorrer quando o usuário violar as condições do termo. Nesse caso, o SRSO tem a prerrogativa de excluir a conta e o conteúdo que considera inapropriado ou viola direitos autorais.

No Twitter o apagamento de dados de registro ocorre após 18 meses e os dados do Twitter para web ocorrem após 30 dias. Ainda é possível desativar a conta sem solicitar a exclusão. A conta permanece inativa “quando desativada, sua conta do Twitter, incluindo seu nome de exibição, nome de usuário e perfil público, não serão mais visíveis no Twitter.com, Twitter para iOS e Twitter para Android”.

É possível apagar, retificar e corrigir informações nos três serviços, inclusive baixar uma cópia antes da exclusão.

Armazenamos dados até que eles não sejam mais necessários para o fornecimento dos nossos serviços e Produtos da Meta ou até que sua conta seja excluída, o que ocorrer primeiro. Essa é uma determinação que varia de acordo com cada caso e depende da natureza dos dados, do motivo pelo qual eles são coletados e tratados, e das necessidades de retenção operacional ou legal (FACEBOOK, 2022).

De acordo com os termos de uso quando o usuário exclui a conta o mesmo é feito com o conteúdo que foi publicado “portanto, não será possível recuperar essas informações. As informações que outras pessoas compartilharam sobre você não fazem parte da sua conta e não serão excluídas”. Nota-se que em caso de compartilhamento do conteúdo o SRSO não se responsabiliza pelo apagamento.

Eixo 1: Coleta e Finalidade

A operacionalização dos serviços depende da agregação do conjunto de dados, seja para a própria detentora do SRSO ou para os agentes externos. O procedimento de coleta dos dados pessoais está associado a uma linha específica de convencer o usuário que a obtenção dos dados é para seu próprio benefício. Assim, foi comum encontrar nos parágrafos trechos como “melhorar o conteúdo que mostramos a você”, “personalizar a sua experiência”, “tornar anúncios relevantes”, “tornar sua experiência única”. Quando os SRSO usam tal justificativa de convencimento para obtenção dos dados, cria-se uma imagem positiva de si. Afasta-se a percepção que são empresas multinacionais que objetivam o lucro e o que possibilita o financiamento dos serviços é a coleta de dados pessoais.

Usamos as informações que temos (inclusive sua atividade fora dos nossos

Produtos, como os sites acessados e os anúncios vistos) para ajudar os anunciantes e outros parceiros a mensurar a eficácia e a distribuição dos anúncios e serviços deles e também para entender os tipos de pessoas que usam tais serviços e como elas interagem com os respectivos sites, aplicativos e serviços (FACEBOOK, 2022).

A receita de publicidade nos permite prestar suporte e melhorar nossos serviços. Nós podemos utilizar as informações descritas nesta Política de Privacidade para ajudar a tornar nossa publicidade mais relevante para você, para medir sua eficácia e para ajudar a reconhecer seus dispositivos para podermos fornecer anúncios a você dentro e fora do Twitter (TWITTER, 2020).

Observa-se que a principal finalidade de individualização do usuário é para compor grupos de perfis que tenham preferências e tendências consumeristas similares para que o direcionamento de anúncios seja assertivo. A oferta de serviços e produtos isenta o usuário de um valor monetário em troca ele deve fornecer informações pessoais que permite o SRSO viabilizar publicidade para perfis específicos.

Eixo 2: Compartilhamento e Agentes externos

Todos os serviços são oferecidos de maneira gratuita, porém quando o usuário aceita o termo de uso, obrigatoriamente, o usuário “compensa” o SRSO permitindo a coleta de dados pessoais. A melhor maneira de retribuir a prestação do serviço gratuito é fornecer informações pessoais e permitir a coleta das atividades realizadas dentro e fora do SRSO. É por meio da obtenção dessas informações (fornecidas voluntariamente ou não) que agentes externos pagam para que seu conteúdo midiático seja veiculado nos SRSO.

Por exemplo, uma empresa de produtos cosméticos deseja aumentar a clientela e as chances de vendas, possui como público-alvo mulheres de pele oleosa na faixa de 20 a 30 anos. Essa empresa pode pagar para que seu conteúdo publicitário seja veiculado nos SRSO quando houver buscas pelo nome do produto ou gênero, para o grupo feminino de faixa etária até 30 anos, quando alguém curtir ou comentar em uma publicação que tem conteúdo pago e assim por diante.

A divulgação dos dados pessoais do usuário pode ocorrer com consentimento ou de acordo com orientações de configurações da conta. Por exemplo, quando o usuário “autoriza que um cliente *Web* ou aplicativo de terceiros acesse a sua conta, quando existe a permissão de compartilhar o *feedback* com uma empresa” porém não está explícito quais são de fato as informações compartilhadas.

Eixo 3: Persistência/Armazenamento e Exclusão

Ausência de limites sobre o que pode processado a parti dos dados obtidos é uma das problemáticas que podem ocorrer dessa agregação de dados. As informações obtidas pelos dados de registro no Twitter podem ter alta capacidade de gerar novas informações sobre um público específico. Amplia-se a capacidade de saber sobre suas preferências consumeristas, mas também a posição política, religião, faixa etária, gênero. No Facebook são mencionados os dados com proteções especiais, porém não está explícito se o SRSO possui um tratamento diferenciado.

Dados com proteções especiais: é possível optar por fornecer informações nos campos de perfil ou nos Acontecimentos do Facebook sobre a 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 (FACEBOOK, 2020).

Os dados dos usuários podem ser coletados dentro e fora do SRSO. Em uma situação que o usuário deseja desativar a conta não há garantias ou a menção no termo de uso de que os processos de coleta de dados (por agentes externos e pelo SRSO) não continuarão sendo realizados mesmo após a exclusão ou desativação da conta.

5.3 Ética Informacional nos Termos de Uso

A Teoria RALC incorpora a noção de controle por compreender que no contexto informacional as políticas de privacidade oferecem aos indivíduos um controle das suas informações ainda que limitado. Isso possibilita que o indivíduo saiba onde e como as suas informações estão sendo utilizadas. Assim, este subcapítulo discute quais os elementos identificados nos termos de uso sobre os dados pessoais permitem aos indivíduos o controle da sua própria informação pessoal, sob as diretrizes da Teoria RALC.

Escolha

A categoria escolha refere-se à necessidade que as pessoas têm de possuir algum controle na escolha de situações que ofereçam a outros exatamente o nível de acesso que elas desejam (da privacidade total à publicidade total). Nos termos de uso a possibilidade escolha estão nos trechos em que o SRSO esclarece que a coleta de determinadas informações estão sujeitas às configurações da conta e, portanto, o usuário deve ajustar conforme a sua necessidade ou comodidade.

No Twitter os ajustes de configurações podem ser aplicados quando o usuário deseja restringir a visualização do conteúdo que ele compartilha com outros usuários (Ver Quadro

10). As informações de contato como o e-mail e o número de telefone são requeridas pelo SRSO para autenticação da conta. O usuário poderá fornecer um e-mail e o número de telefone poderá ser opcional. As informações de pagamento serão requeridas para os casos de compras, para isso o usuário deverá fornecer, por exemplo, o número do cartão de crédito ou débito, endereço para faturamento.

Outra possibilidade de escolha é a associação de navegadores ou dispositivos para entrar no SRSO. O objetivo de associar esses dispositivos é para facilitar o acesso à plataforma e aumenta a segurança. No Twitter, quando o usuário fornece outras informações isso contribui para informações de identidade inferida. No caso dos serviços Facebook e Instagram os usuários podem optar em fornecer os “dados com proteções especiais” que são considerados em alguns países informações protegidas por lei. Os demais ajustes de configurações, como, por exemplo, informações de contato e de localização contribuem para melhoria dos produtos da empresa Meta Platforms Inc.

Quadro 10 – Controles que o usuário possui sobre a conta no Twitter.

#	Configurações de privacidade e segurança deixam você decidir
1	Se os seus Tweets estão disponíveis publicamente no Twitter.
2	Se outras pessoas podem marcar você em uma foto.
3	Se você pode receber Mensagens Diretas de qualquer pessoa no Twitter ou somente de seus seguidores.
4	Se outras pessoas podem encontrá-lo com base no seu e-mail ou número de telefone.
5	Se você carrega seu catálogo de endereços no Twitter para armazenamento e uso.
6	Quando e onde você pode ver conteúdo confidencial no Twitter.
7	Se você deseja bloquear ou silenciar outras contas do Twitter.

Fonte: Twitter (2020).

Consentimento

Trata-se da possibilidade que o indivíduo tem de gerenciar sua privacidade, seja afirmado, seja renunciando ao direito de restringir o acesso às suas informações pessoais para outros indivíduos. Os termos de uso descrevem formas para que o usuário possa restringir ou conceder acesso a informações pessoais. Entretanto, a possibilidade de restrição está limitada a outros usuários e em algumas situações a agentes externos.

É possível perceber que o próprio aceite aos termo de uso concede permissões prévias ao SRSO. Existe no termo de uso a concessão de uma “licença mundial” para que o conteúdo publicado e compartilhado nos serviços seja passível de modificações.

Ao enviar, publicar ou exibir Conteúdo nos Serviços ou por meio deles, você nos outorga uma licença mundial gratuita, não exclusiva (com direito a

sublicenciar) para utilizar, copiar, reproduzir, processar, adaptar, modificar, publicar, transmitir, exibir e distribuir esse Conteúdo em qualquer e todos os tipos de mídia ou métodos de distribuição já disponíveis ou que venham a ser desenvolvidos (para maior clareza, esses direitos incluem, por exemplo, curadoria, transformação, e tradução) (TWITTER, 2020).

Além disso, nos três termos de uso é possível que os SRSO possam armazenar, usar e transferir os dados pessoais obtidos para tratamento em outros países. Essas condições estão expressas no documento como uma das condições para utilizar os serviços. Nesse caso, apesar de existir formas de restringir o acesso as informações por meio das configurações da conta, é preciso consentir com a transferência das informações para fins de processamento e armazenamento.

As configurações não são escolhidas ao ingressar no SRSO, sendo necessário que o usuário às configure para restringir o acesso de outros usuários, isso quer dizer que as informações de contato e o catálogo de endereço estarão disponíveis, assim como as informações adicionais que são geradas a partir da criação da conta. O Quadro 11 apresenta as forma de configurações da conta no Twitter.

Quadro 11 – Configurações que o usuário possui sobre a sua conta no Twitter.

#	Configurações de personalização e dados do Twitter permitem que você possa decidir
1	Se lhe mostraremos publicidade com base em interesses dentro e fora do Twitter.
2	Como personalizamos com base em sua identidade inferida.
3	Se coletamos e usamos sua localização exata.
4	Se personalizamos sua experiência com base em onde você esteve
5	Se acompanhamos os sites em que você vê o conteúdo do Twitter.
6	Anunciantes que incluíram você em públicos-alvo personalizados para exibir anúncios.
7	Dados demográficos e dados de interesse sobre a sua conta de nossos parceiros de publicidade
8	Informações que o Twitter inferiu sobre você, como sua faixa etária, sexo, idiomas e interesses

Fonte: Twitter (2020).

Correção

Para o gerenciamento da privacidade os indivíduos devem ser capazes de acessar suas informações e, se necessário, alterá-las. Os termos de uso apresentaram formas de correção, alteração e exclusão das informações. Além disso, é possível que os usuários possam ter acesso a uma cópia dos dados obtidos pelo SRSO antes de excluir a conta ou desativar.

Concedemos a você a capacidade de acessar, retificar, portar e apagar seus dados. Saiba mais nas configurações do Facebook e nas do Instagram. As informações que recebemos sobre você (incluindo dados de transações financeiras relacionadas a compras feitas nos nossos Produtos) podem ser acessadas e preservadas por um período maior caso sejam objeto de uma requisição ou obrigação legal, investigação governamental, investigações de

possíveis violações dos nossos termos ou políticas ou para evitar danos. Também retemos informações de contas desativadas devido a violações dos nossos termos por, no mínimo, um ano para impedir a recorrência de abusos ou outras violações dos termos (FACEBOOK, 2022).

Coleta e Uso

A Coleta se refere a necessidade do usuário ser informado sobre as técnicas de coleta/mineração de dados, sobre os tipos de dado que estão sendo coletados. No Twitter, são três formas que isso pode ocorrer: por meio das informações que são compartilhadas com o SRSO, informações adicionais e informações que são compartilhadas/divulgadas. No Facebook/Instagram as informações são obtidas por meio de redes e conexões, informações de uso, informações do dispositivo e informações de parceiros.

Os três termos descrevem como essas informações são obtidas. Além disso, são indicados nos documentos que os sistemas dos SRSO poderão processar as informações, podem ser utilizados cookies e a coleta pode ser realizada em *sites* parceiros. Quanto ao Uso que se refere como os SRSO usam tais informações em transações comerciais, os termos de uso não descrevem com o mesmo detalhamento.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se nesta pesquisa analisar os elementos de privacidade nos termos de uso dos SRSO do Twitter, Facebook e Instagram e relacioná-los com os elementos que definem as propriedades da Ética Informacional. Ao longo do percurso investigativo observou-se que as questões de privacidade envolvem aspectos sociais e culturais para concepção de definição, proteção e limite.

As interações sociais estão condicionadas a princípios morais que envolvem a cultura. Assim, a concepção de privacidade pode ter contornos distintos que depende do contexto social dos indivíduos. Nesse sentido, a definição de privacidade, as formas de protegê-la e os limites entre o público e privado podem mudar ao longo do tempo. Nesta pesquisa, o marco temporal para se estudar a privacidade é a sociedade em rede, conforme Castells (2002), é uma sociedade que está envolvida com as TIC nas diferentes esferas da vida humana.

Neste cenário, os problemas tradicionais da privacidade são reformulados devido ao aparecimento de novos mecanismos que podem dificultar a proteção. Torna-se complexo estabelecer limites, pois ocorre um estreitamento sobre o que se considera público e privado. Essa dificuldade de determinar espaços públicos e privados no ciberespaço é potencializado devido às TIC, pois seus desdobramentos impactam na vida cotidiana e geram novas possibilidades de agir.

Nesse sentido, a Ética informacional foi importante para compreender as nuances da privacidade contidas nos termos de uso dos SRSO selecionados. Principalmente, porque a Ética Informacional é uma área de investigação em constituição. Possui interesse na compreensão e na reflexão das questões éticas relacionadas com a inserção das tecnologias de informação e comunicação na sociedade e como impactam nas atividades cotidianas. As novas possibilidades da ação moral dos indivíduos dentro da sociedade estão nos debates da área. Entre as pautas investigativas da Ética Informacional estão os problemas de privacidade. Assim, proteção e limite da privacidade no contexto da sociedade em rede torna-se um tema recorrente devido a maior possibilidade de processamento e disseminação de informações pessoais.

Os SRSO oferecem a possibilidade das pessoas constituírem uma forma de interação social que independe de convívio presencial: a relação virtual. Entretanto, essa oportunidade de relacionamento tem um custo – não financeiro – de aceitação. Nos três termos de uso

analizados o fornecimento dos serviços é gratuito com apenas uma ressalva: as pessoas que desejam criar uma conta e utilizar as funcionalidades do serviço precisam, obrigatoriamente, permitir que suas informações pessoais sejam utilizadas pelo SRSO.

Inicialmente, o custo para usufruir os serviços fica condicionado a aceitação do termo de uso. Durante a leitura do documento é possível perceber que, segundo a detentora do serviço, a finalidade de obtenção dos dados pessoais objetiva reverter em benefícios ao usuário e ao SRSO. Entretanto, destaca-se que os serviços prestados de forma gratuita pertencem a empresas multinacionais que objetivam o lucro.

A forma de financiamento é por meio do pagamento de publicidade que são veiculadas na plataforma. O direcionamento de publicidade não acontece de forma aleatória, são direcionadas a grupos específicos. Isso é possível porque os SRSO possuem, conforme o termo de uso, permissão para coletar e usar as informações pessoais dos usuários para viabilizar marketing, assim, é possível conhecer diferentes necessidades consumeristas.

Percebe-se, portanto, que a gratuidade dos serviços não pode ser uma questão ignorada, uma vez que a forma de obtenção de lucro dos serviços é a exploração dos dados pessoais. Os SRSO, por meio dos termos de uso, adotam uma linha específica de vincular a coleta à melhoria dos serviços que reverbera em benefícios ao usuário. Assim, os serviços são oferecidos sobre a justificativa de serem gratuitos, mas que exploram seus usuários por meio de processos de coleta de dados, independentemente, de está utilizando ou não o serviço.

O processo de coleta é tão importante para esses serviços que foi possível identificar que a detentora coleta informações dos usuários em três situações: quando se utiliza os serviços (todas as atividades realizadas são passíveis de coleta, como, por exemplo, as interações de curtir, compartilhar, reagir com um anúncio, etc.), quando o usuário navega na internet (informações de localização, páginas visitadas, sites de compras, etc.) e por parceiros e afiliadas (esses agentes externos fornecem informações das atividades dos usuários) essa tríade transparece como uma ação de vigilância sobre os usuários.

Em serviços como Facebook e Instagram, que são de uma mesma empresa, a coleta possibilita a agregação de informações cada vez maiores, pois os produtos da empresa podem fazer o intercambio dessas informações com outros produtos da empresa. São coletadas informações em detalhes, como, por exemplo, as informações do dispositivo como o sistema operacional, as versões do *hardware* e do *software*, o nível da bateria, a força do sinal, o espaço de armazenamento disponível. Informações de redes e conexões, como, por exemplo,

informações como o nome da sua operadora móvel, provedor de serviço de internet, idioma, fuso horário, número do celular, endereço IP. Informações de uso, o tipo de conteúdo que você visualiza, o qual se envolve, os recursos que você usa, as ações que você realiza, as pessoas ou contas com que você interage, o tempo, a frequência e a duração das suas atividades.

Sendo assim, a privacidade dos usuários tem o potencial de ser prejudicado quando não há possibilidade de restringir o acesso a certas informações. Sendo necessário investigar formas alternativas de limitar coleta de dados ou fornecer ao usuário condições para saber como seus dados pessoais estão sendo utilizados.

De acordo com a teoria RALC, a privacidade de uma pessoa é uma situação (um estado de coisas que são consideradas normalmente como privadas) em relação a outros indivíduos e esta situação tem privacidade quando está protegido de intromissões e invasões. Existem duas situações consideradas privadas: a naturalmente e normativamente. Nos termos de uso foi observado que estamos diante de uma situação normativamente privada, isso quer dizer que existem normas que devem orientar as condições de proteção.

A concepção de proteção da privacidade sob o viés da RALC é por meio do estabelecimento de zonas para restringir o acesso – não em termo de controle absoluto das informações pessoais. Nesse caso, os SRSO oferecem zonas para restringir acessos, geralmente, estão descritas como “sujeito as suas configurações”. Entretanto, essas zonas têm aplicabilidade efetiva quando impostas a outros usuários do serviço. Quanto à limitação de zonas para agentes externos, as configurações da conta permitem restringir a veiculação de propagandas, mas não sobre a coleta de outras informações (por exemplo as informações adicionais no Twitter). Sobre o estabelecimento de zonas para a detentora, não foi possível identificar de forma explícita quais são as zonas que o usuário pode aplicar a detentora.

Devido ao tempo de uso associado e ao volume informacional surgem problemáticas sobre a incorporação dos SRSO nas atividades cotidianas. A questão da privacidade e consentimento da utilização dos dados pessoais abrem novas possibilidades de comportamentos e pode modificar a concepção sobre o que se considera “certo” e “errado” no ciberespaço, sobretudo dentro dos serviços.

Portanto, espera-se que novas pesquisas possam ser desenvolvidas sobre privacidade e SRSO buscando compreender a relevância da proteção a informação pessoal, o papel estratégico desses serviços na constituição da personalidade e o direito à privacidade.

REFERÊNCIAS

- ADAMS, F. The Informational turn in philosophy. *Minds and Machines*, **Neward**, v. 13, n. 4, p. 471-501, nov. 2003.
- ADAMS, F.; QUILICI GONZALEZ, M. E.; MORAES, J. A. A virada Informacional na Filosofia: sessenta anos depois. In: QUILICI GONZALEZ, M. E; KERR, D. M.; MORAES, J. A. (orgs). **Informação e ação: Estudos interdisciplinares**, São Paulo: EdUsp, 2013.
- ALEXA. **The top 500 sites on the web**. Estados Unidos da América: Amazon, 2016.
- ALLEN, K. What is an ethical dilemma. **The New Social Worker**. v. 2, n. 19, mar. 2012. Disponível
em:https://www.socialworker.com/feature-articles/ethics-articles/What_Is_an_Ethical_Dilemma%3F/. Acesso em: 15 maio 2021.
- ALMADA, L. F.; MORAES, J. A. Uma análise filosófica sobre o problema da privacidade informacional e suas implicações legais. **Perspectivas em Ciências Tecnológicas**, v. 4, p. 9-33, 2015. Disponível
em:https://www.researchgate.net/publication/320930300_Uma_analise_filosofica_sobre_o_problema_da_privacidade_informacional_e_suas_implementacoes_legais. Acesso em: 23 maio 2021.
- ALMEIDA, J. B. **Manual de direito do consumidor**. 6 ed. São Paulo: Saraiva, 2015.
- AMITRANO, G. Entre a dominação e a resistência: as ambiguidades da informação na sociedade espetacularizada do século XXI. MORAES, J. A; RODRIGUES, F. A.; PANTALEÃO, N. C. A. (orgs). **Tecnologia e Sociedade: desafios contemporâneos**. São Paulo: FiloCzar, 2019.
- ANDRADE, M. D. Tratamento jurídico das criptomoedas: a dinâmica dos bitcoins e o crime de lavagem de dinheiro. **Rev. Bras. Polít. Públicas**, Brasília, v. 7, nº 3, 2017 p. 43-59. Disponível em:<https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/RBPP/article/viewFile/4897/3645>. Acesso em: 17 maio 2021.
- BENTHAM, J. An introduction to the principles of morals and legislation. **Library of Economics and Liberty**. 1907. Disponível em:
<https://www.econlib.org/library/Bentham/bnhtPML18.htm>. Acesso em: 06 jan. 2022.
- BOYD, D. Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, v. 14, n. 1, p. 13–20, 1 fev. 2008.
- BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.

Journal of Computer-Mediated Communication, v. 13, n. 1, p. 210–230, out. 2007.

BORNHOLDT, S.; SCHUSTER, H. G. **Handbook of graphs and networks** : from the genome to the internet. 1 ed. New York: Wiley, 2003.

BLUM, R. M. S. Aspectos jurídicos da internet das coisas. **Revista de Direito e as Novas Tecnologias**, v. 2, jan./mar., 2019.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [1988]. Disponível em:http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 17 maio 2021.

BRASIL. **Lei 12.965 de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil, [2014]. Disponível em:http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 12 maio 2021.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança pública. **Anteprojeto do Marco Civil da Internet**, Brasília, DF: Ministério da Justiça, 2011. Disponível em:<https://www.justica.gov.br/seus-direitos/elaboracao-legislativa/participacao-social/protecao-de-dados-pessoais/protecao-de-dados-pessoais>. Acesso em: 17 maio 2021.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, [1990]. Disponível em:http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 17 maio 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, [2018]. Disponível em:http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 17 maio 2021.

MIRAGEM, Bruno. Curso de direito do consumidor. 8. ed. São Paulo: RT, 2019

BROENS, M. C.; MORAES, J. A.; CORDERO, A, F. Technology and society: the impacts of the internet of things on individual's daily life. In: ADAMS, F.; PESSOA, Jr., O.; KOGLER Jr., J. E. (eds). **Cognitive science**: recent advances and recurring problems. Wilmington (DE): Vernon Press, p. 151-162, 2017. Disponível em:<https://vernonpress.com/book/136>. Acesso em: 17 maio 2021.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. 6 ed. rev. e ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CASTRO, C. S. **Direito da Informática, Privacidade e Dados Pessoais**. Coimbra: Almedina, 2005.

CAPURRO, R. **Privacy. An intercultural perspective**. In: Ethics and Information

Technology, v. 7, p. 37- 43, 2005. Disponível em:<http://www.capurro.de/privacy.html>. Acesso em: 02 jul. 2020.

CAPURRO, R. *et al.* O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, nov. 2007. Disponível em:
<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/54>. Acesso em: 21 maio 2021.

CAPURRO, R. Desafios teóricos y prácticos de la ética intercultural de la información. In: **I Simpósio Brasileiro de Ética da Informação**, 2010, João Pessoa: Idea, p. 11-51, 2010.

CAPURRO, R. Precisamos questionar universalismos tecnocráticos e ambições monopolistas. In: **Ética, Mídia e Tecnologia**: entrevistas internacionais. Florianópolis: POSJOR/UFSC, 2017. Disponível em:<https://objethos.wordpress.com/2017/10/11/um-livro-nos-8-anos-do-objethos/>. Acesso em: 21 maio 2021.

CLARKE, R. Internet privacy concerns confirm the case for intervention. **Communications of the Association for Computing Machinery**, v. 42, n. 2, p. 60-67, 1999.

COSTA, R. R. S.; PENDIUK, F. Direito digital: o marco civil brasileiro da internet e as inovações jurídicas no ciberespaço. **FESPPR Pública**, v. 2, n. 1, p. 21, 2018. Disponível em: <http://publica.fesppr.br/index.php/publica/article/view/129/38>. Acesso em: 12 maio 2021.

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da Informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998.

DONEDA, D. Da privacidade à proteção de dados pessoais. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

DURKHEIM, Émile. **Educação e Sociologia**. São Paulo: Melhoramentos, 1978.

FACEBOOK INC. **Termos de Serviço**. Facebook Inc., , 2020a. Disponível em:https://www.facebook.com/legal/terms/plain_text_terms. Acesso em: 06 ago. 2021.

FERRAZ JÚNIOR, T. S. Sigilo de dados: o direito à privacidade e os limites à função fiscalizadora do Estado. **Revista da Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo**, v. 88, p. 439-459, 1993. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rfdusp/article/view/67231>. Acesso em: 3 mar. 2021.

FIUZA, C.; ROBERTO, G. B. S. **Contratos de adesão**. Belo Horizonte: Mandamentos, 2002.

FLORIDI, L. What is the philosophy of information. **Metaphilosophy**. v. 33, n. 1-2, p. 123-145, 2002. Disponível em:<https://doi.org/10.1111/1467-9973.00221>. Acesso em: 16 maio 2021.

FLORIDI, L. **The Onlife Manifesto**: Being Human in a Hyperconnected Era, Springer, 2015. Disponível em: <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/28025>. Acesso em: 17 maio 2021.

FLORIDI, L. **The Fourth Revolution**: How the Infosphere is Reshaping Human Reality. OUP Oxford, 2014.

GREENWALD, G. **Sem lugar para se esconder**. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.

INSTAGRAM INC. **Termos de Uso**. Instagram Inc. 2020a. Disponível em:<https://pt-br.facebook.com/help/instagram/581066165581870>. Acesso em: 06 ago. 2020.

JESUS, D. **Marco Civil da Internet: comentários à Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014**. São Paulo: Saraiva, 2014.

JESUS, D.; MILAGRE, J. A. **Manual de crimes informáticos**. São Paulo: Saraiva, 2016.

JORENTE, M. J. V.; SANTOS, P. L. V. A. C.; VIDOTTI, S. A. B. G. Quando as Webs se encontram: social e semântica - promessa de uma visão realizada? **Informação & Informação**, v. 14, n. 1 esp, p. 1-24, dez. 2009. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/2215/3209>. Acesso em: 02 jul. 2020.

KANT, I. **Crítica da razão pura**. 4 ed. São Paulo: Vozes, 2015.

LANIER, J. **Ten arguments for deleting your social media accounts right now**. 1. ed. New York: Henry Holt and Company, 2018.

LE COADIC, Yves-François. **A Ciência da informação**, 2. ed. Brasília, DF: Briquet de Lemos/Livros, 2004.

LEONARDI, M. **Tutela e privacidade na internet**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LEMLEY, M. A. Intellectual Property and Shrinkwrap Licenses. **SSRN Electronic Journal**, p. 1239–1294, 2012.

LINKEDIN INC. **Contrato do Usuário**. LinkedIn Inc. 2020a. Disponível em:<https://br.linkedin.com/legal/user-agreement>. Acesso em: 06 ago. 2021.

MADALENA, J. Regulação das fronteiras da internet: um primeiro passo para uma Teoria Geral do Direito Digital. **Revista dos Tribunais**, v. 974, p. 81 - 110, dez. 2016. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12178/113879>. Acesso em: 13 maio 2021.

MAI, J.-E. Big data privacy: The datafication of personal information. **The Information**

Society. v. 32, n. 3, p. 192–199, 26 maio 2016.

MARQUES, C. L. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor:** o novo regime das relações contratuais, 4 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, v. 1, n. 30, p. 71-81, 2001. Disponível em:https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652001000100009&script=sci_abstract&tlang=pt. Acesso em:17 maio 2021.

MONTEIRO, S. D. O ciberespaço: o termo, a definição e o conceito. **DataGramZero**, v. 8, n. 3, 2007. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/6089>. Acesso em: 31 jan. 2022.

MOOR, J. H. The ethics of privacy protection. **Library Trends**, v. 39, n. 1-2, p. 69-82, 1990. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/32961262_The_Ethics_of_Privacy_Protection. Acesso em: 02 jul. 2021.

MOOR, J. H. Towards a theory of privacy in the information age. **Computers and Society**, v. 27, n. 3, p. 27–32, 1997. Disponível em:<https://www.site.uottawa.ca/~stan/csi2911/moor2.pdf>. Acesso em: 02 jul. 2021.

MORAES, J. A. **Implicações éticas da “virada informacional na filosofia”**. Uberlândia: EDUFU, 2014.

MORAES, J. A. **O Paradigma da Complexidade e a Ética Informacional**. Tese (Doutorado em Filosofia) Programa de Pós-graduação em Filosofia. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas - Unicamp. 2018. Disponível em:http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/331240/1/Moraes_JoaoAntonioDe_D.pdf. Acesso em: 17 maio 2021.

MORAES, J. A.; BROENS, M. C.; D'OTTAVIANO, I. M. L. Sobre a Ética Informacional. In: MORAES, J. A; RODRIGUES, F. A.; PANTALEÃO, N. C. A. (orgs). **Tecnologia e Sociedade:** desafios contemporâneos. São Paulo: FiloCzar, 2019.

MORAES, J. A. Cliques da vigilância. São Paulo: **Filosofia Ciência & Vida**, jan., 2013. Disponível em:<https://www.researchgate.net/publication/320930766>. Acesso em: 30 jun. 2020.

MORAES, J. A.; TESTA, R. R. A sociedade contemporânea à luz da ética informacional. **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**, v. 42, n. 3, p. 56-96, 15 dez. 2020. Disponível em:<https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciHumanSocSci/article/view/56496>. Acesso em: 17 maio 2021.

MOURA, M. A. Informação, ferramentas ontológicas e redes sociais ad hoc: a interoperabilidade na construção de tesouros e ontologias. **Informação & Sociedade:** Estudos, v. 19, n. 1, 2009. Disponível em:<http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/91856>. Acesso em: 12 abr. 2021.

PARLAMENTO Europeu. **Directiva 95/46/Ce do Parlamento Europeu e do Conselho:** relativa à protecção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados, [1995]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:31995L0046&from=PT>. Acesso em: 17 maio 2021.

PAMPLONA FILHO, R.; GAGLIANO, P. S. **Novo Curso de Direito Civil:** Contratos Teoria Geral. 13 ed. v. 4, 2017.

PEIXOTO, E. L. C.; EHRHARDT JÚNIOR, M. Breves notas sobre a ressignificação da privacidade. **Revista Brasileira de Direito Civil – RBDCivil.** Belo Horizonte, v. 16, p. 35-56, abr./jun. 2018. Disponível em:<https://rbdcivil.ibdcivil.org.br/rbdc/article/view/230>. Acesso em: 17 maio 2021.

PINHEIRO, P. P. **Direito Digital.** 7 ed. São Paulo: SaraivaJur, 2021.

QUILICI GONZALEZ, M. E.; BROENS, M. C.; MORAES, J. A. A virada informacional na Filosofia: alguma novidade no estudo da mente? **Revista de Filosofia Aurora,** v. 22, n. 30, p. 137-151, maio 2010. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.7213/rfa.v22i30.2230>. Acesso em: 16 maio 2021.

RACHELS, J. **A coisa certa a fazer: leituras básicas sobre filosofia moral.** Tradução: Delamar José Volpato Dutra. 6 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODOTÀ, S. **A vida na sociedade da vigilância:** a privacidade hoje. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

RODRIGUES, F. A. **Coleta de dados em redes sociais:** privacidade de dados pessoais no acesso via Application Programming Interface. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Universidade Estadual Paulista – UNESP. 2017. Disponível em:<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/149768>. Acesso em:18 jun 2020.

RODRIGUES, F. A.; SANT'ANA, R. C. G. **Uso de taxonomía sobre privacidade para identificação de atividades encontradas em termos de uso de redes sociais.** In: XII Congreso ISKO España y II Congreso ISKO España-Portugal,

19-20 de noviembre, 2015, Organización del conocimiento para sistemas de información abiertos. Murcia: Universidad de Murcia. Disponible em:
<http://www.iskoiberico.org/congresos/murcia-2015/>.
 Acesso em:02 jun 2020.

RODRIGUES, F. A.; SANT'ANA, R. C. G. Contextualização de conceitos teóricos no processo de coleta de dados de Redes Sociais Online. **Informação & Tecnologia**, v. 5, n. 1, p. 18-36, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/110391>. Acesso em: 17 maio 2021.

ROSENVALD, F. B. N.; FARIAS, C. C. **Manual de direito civil: volume único**. 4 ed. Salvador: JusPODIVM, 2019.

SANTELLA, L, et all. Desvelando a Internet das Coisas. **Revista GEMInIS**, v. 4, n. 2, p. 19-32, 16 dez. 2013. Disponível
[em:https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/141](https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/141). Acesso em: 25 ago 2020.

SANT'ANA, R. C. G. Ciclo de vida dos dados: uma perspectiva a partir da ciência da informação. **Informação & Informação**, v. 21, n. 2, p. 116–142, dez. 2016. Disponível
[em:http://dx.doi.org/10.5433/1981-8920.2016v21n2p116](http://dx.doi.org/10.5433/1981-8920.2016v21n2p116). Acesso em: 15 abr. 2021.

SANTOS, B. P. et al. **Internet das coisas:** da teoria à prática. 2016. Disponível
[em:https://homepages.dcc.ufmg.br/~mmvieira/cc/papers/internet-das-coisas.pdf](https://homepages.dcc.ufmg.br/~mmvieira/cc/papers/internet-das-coisas.pdf). Acesso em: 01 jan. 2022.

SANTOS, M. C. C. L.; ARAÚJO, M. O tempo e o espaço. Fragmentos do marco civil da internet: paradigmas de proteção da dignidade humana. **Rev. Bras. Polít. Públicas**, Brasília, v. 7, n. 3, p. 159-183, 2017. Disponível em:
<https://www.publicacoes.uniceub.br/RBPP/article/view/4947>. Acesso em: 17 maio 2021.

SANTOS, P. L. V. C.; SANT'ANA, R. C. G. Dado e Granularidade na perspectiva da Informação e Tecnologia: uma interpretação pela Ciência da Informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 42, p. 199-209, 2013. Disponível em:
<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1382>. Acesso em: 17 maio 2021.

SANTOS, T. F. B. A inteligência artificial e robôs no Direito: personalidade e responsabilidade civil na robótica. **RCBSSP Revista Científica**, v. 1, n. 2, ago/dez 2020. Disponível
[em:https://www.revistacientificabssp.com.br/article/604bacc6a953954bed4e28d2/pdf/rcbssp-1-2-604bacc6a953954bed4e28d2.pdf](https://www.revistacientificabssp.com.br/article/604bacc6a953954bed4e28d2/pdf/rcbssp-1-2-604bacc6a953954bed4e28d2.pdf). Acesso em: 14 maio 2021.

SARACEVIC, Tefko. Information Science: origin, evolution and relations. In: VAKKARI, Pertti, CRONIN, Blaise, ed. **Conceptions of Library and Information Science; historical, empirical and theoretical perspectives**. Proceedings of the International Conference for the celebration of the 20th anniversary of the Department of Information Studies, University of Tampere, Finland, 26-28, 1991.

SHANNON, C.; WEAVER, W. A mathematical theory of communication. Urbana: University of Illinois Press, 1998.

SILVA, J. A. **Curso de direito constitucional positivo**. 34 ed. São Paulo: Malheiros, 2011.

SILBERSCHATZ, A.; KORTH, H. F.; SUDARSHAN, S. **Database system concepts**. 6th edition ed. New York, United States of America: McGraw-Hill, 2011.

SOLOVE, D. J. **Understanding privacy**. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 2008.

SOLOVE, D. J. Privacy self-management and the consent dilemma. *Harvard Law Review*, n. 126, p. 1880–1903, 2012. Disponível em: <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/hlr126&div=87&id=&page=>. Acesso em: 17 maio 2021.

STATISTA. **Number of social media users worldwide from 2010 to 2020 (in billions)**: Social Media & User-Generated Content. [s.l.] Statista, 2017. Disponível em:<https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>. Acesso em: 16 jul. 2020.

STATISTA. **Global digital population as of January 2021(in billions)**. [s.l.] Statista, 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>. Acesso em: 17 maio 2021.

TAVANI, H.; MOOR, J. H. Privacy protection, control of information, and privacyenhancing technologies. *Computers and Society*, v. 31, n. 1, p. 6-11, 2001.

TIMMONS, M. **Moral Theory**: an introduction. 2 ed. New York: Rowman & Littlefield Publishers, Inc. 2013.

TWITTER INC. **Termos de serviço**. Twitter Inc., 18 de junho de 2020a. Disponível em: <https://twitter.com/pt/tos>. Acesso em: 07 jul. 2021.

TWITTER INC. **Global Impact Report**. Twitter Inc., 2020b. Disponível em: <https://about.twitter.com/en/who-we-are/our-company>. Acesso em: 07 jul. 2021.

TURING, A. M. Computing machinery and intelligence. *Mind*, v. 59, p. 433-460, 1950.

VENOSA, S. S. **Direito civil.** 16 ed. São Paulo, Atlas, 2016.

VIANA, S. D. Contrato de adesão. **Revista Tribunal Regional Federal da 1ª Região.** Brasília, v. 25 n. 11/12 nov./dez. 2013. Disponível em:<https://portal.trf1.jus.br/portaltrf1/comunicacao-social/imprensa/primeira-regiao-em-revista/primeira-regiao-em-revista.htm>. Acesso em: 14 maio 2021.

WARREN, S. D.; BRANDEIS, L. D. The right to privacy. **Harvard law review**, v. 4, n. 5, p. 193–220, 15 dez. 1890. Disponível em:<https://www.cs.cornell.edu/~shmat/courses/cs5436/warren-brandeis.pdf>. Acesso em: 17 maio 2021.

WEISER, M. The computer for the 2st century. **Scientific American**, v. 3, n. 265, p. 94-105.

WIENER, N. **Cybernetics**. 2 ed. Cambridge: MIT Press, 1948.

ZACK, M. Management codified knowledge. **Sloan Management Review**, v.40, n.4, summer, 1999. Disponível em: <http://web.nchu.edu.tw/pweb/users/arborfish/lesson/8948.pdf>. Acesso em: 17 maio 2021.

ZANON, J. C. **Direito à proteção dos dados pessoais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

ANEXO I – TERMO DE USO DO TWITTER



Acordo do Usuário do Twitter



Termos de Serviço do Twitter

O Acordo do Usuário do Twitter compreende estes [Termos de Serviço](#), nossa [Política de Privacidade](#), as [Regras do Twitter](#) e [políticas](#) e todas as políticas incorporadas.



Estes Termos de Serviço (“**Termos**”) regem seu acesso e uso de nossos serviços, incluindo nossos vários sites, SMS, APIs, notificações por e-mail, aplicativos, botões, widgets, anúncios, serviços comerciais, e [nossos outros serviços cobertos](https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/twitter-services-and-corporate-affiliates) (<https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/twitter-services-and-corporate-affiliates>) que estão vinculados a estes Termos (coletivamente, os “**Serviços**”), e quaisquer informações, textos, links, gráficos, fotos, áudios, vídeos ou outros materiais ou disposição de materiais enviados, baixados ou exibidos nos Serviços (coletivamente denominados como “**Conteúdo**”). Ao utilizar os Serviços, você concorda em estar sujeito a estes Termos.

1 Quem pode utilizar os Serviços

Você pode utilizar os Serviços somente se concordar em celebrar um contrato vinculante com o Twitter e não for uma pessoa impedida de receber serviços sob as leis da jurisdição aplicável. Em qualquer hipótese, você deve ter no mínimo 13 anos de idade, ou no caso do Periscope 16 anos de idade, para utilizar os Serviços. Se estiver aceitando estes Termos e utilizando os Serviços em nome de uma empresa, organização, governo ou outra entidade legal, você declara e garante que está autorizado a realizar tal ação e que tem poderes para vincular referida entidade a estes Termos, hipótese em que as palavras “você” e “seu” conforme utilizadas nestes Termos farão referência a tal entidade.

2 Privacidade

Nossa [Política de Privacidade](https://www.twitter.com/privacy) (<https://www.twitter.com/privacy>) descreve como manuseamos as informações fornecidas ao utilizar nossos Serviços. Você entende que, ao utilizar os Serviços, concorda com a coleta e uso (conforme estabelecido na Política de Privacidade) dessas informações, incluindo a transferência dessas informações para os Estados Unidos, Irlanda e/ou outros países para fins de armazenamento, processamento e uso pelo Twitter e suas afiliadas.



3 Conteúdo nos Serviços

Você é responsável por seu uso dos Serviços e por qualquer Conteúdo fornecido, incluindo a conformidade com leis, regras e regulamentos aplicáveis. Você só deve fornecer Conteúdo com o qual esteja confortável em compartilhar com outras pessoas.

Qualquer uso ou confiança em qualquer Conteúdo ou materiais publicados pelos Serviços ou obtidos por você pelos Serviços é de sua inteira responsabilidade. Não aprovamos, apoiamos, declaramos nem garantimos a integridade, veracidade, exatidão ou confiabilidade de qualquer Conteúdo ou comunicado publicado pelos Serviços, tampouco endossamos opiniões expressas por eles. Você comprehende que, ao utilizar os Serviços, pode estar exposto a Conteúdo ofensivo, prejudicial, impreciso, inadequado ou, em alguns casos, a publicações identificadas de modo indevido ou fraudulentas. Todo o Conteúdo é de responsabilidade exclusiva da pessoa que o criar. Não podemos monitorar ou controlar o Conteúdo postado pelos Serviços, e não podemos nos responsabilizar por tal Conteúdo.

Reservamo-nos ao direito de remover o Conteúdo que viole o Acordo do Usuário, incluindo, por exemplo, violações de direitos autorais ou de marcas comerciais ou outra apropriação indébita de propriedade intelectual, falsidade ideológica, conduta ilegal ou assédio. Constam informações relacionadas às políticas específicas e ao processo para denunciar ou reclamar quanto a violação em nossa central de ajuda (<https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/twitter-report-violation#specific-violations>) e em <https://help.twitter.com/pt/managing-your-account/suspended-twitter-accounts>).

Se você acha que seu Conteúdo foi copiado de maneira que constitui violação de direitos autorais, informe a situação acessando nosso formulário de Direitos Autorais (<https://help.twitter.com/forms/dmca>) ou contate nosso agente designado de direitos autorais em:

Twitter, Inc.
Attn: Copyright Agent
1355 Market Street, Suite 900
San Francisco, CA 94103
Denúncias: <https://help.twitter.com/forms/dmca>
E-mail: copyright@twitter.com
(para conteúdo no Twitter)



Twitter, Inc.
Attn: Copyright Agent - Periscope
1355 Market Street, Suite 900
San Francisco, CA 94103
Denúncias: <https://help.twitter.com/forms/dmca>
E-mail: copyright@pscptv
(para conteúdo no Periscope)

Seus Direitos e a Concessão de Direitos sobre o Conteúdo

Você manterá seus direitos sobre qualquer Conteúdo que enviar, publicar ou exibir nos Serviços ou por meio deles. O que for seu será seu; você é o proprietário do seu Conteúdo (e seus áudios, fotos e vídeos incorporados são considerados parte do Conteúdo).

Ao enviar, publicar ou exibir Conteúdo nos Serviços ou por meio deles, você nos outorga uma licença mundial gratuita, não exclusiva (com direito a sublicenciar) para utilizar, copiar, reproduzir, processar, adaptar, modificar, publicar, transmitir, exibir e distribuir esse Conteúdo em qualquer e todos os tipos de mídia ou métodos de distribuição já disponíveis ou que venham a ser desenvolvidos (para maior clareza, esses direitos incluem, por exemplo, curadoria, transformação, e tradução). Esta licença nos autoriza a tornar seu Conteúdo disponível para o restante do mundo e permite que outros usuários façam o mesmo. Você concorda que esta licença outorga ao Twitter o direito de fornecer, promover e melhorar os Serviços, além de tornar o Conteúdo enviado para ou por meio dos Serviços disponível a outras empresas, organizações ou pessoas que são parceiras do Twitter para fins de distribuição, Retweet, transmissão, divulgação ou publicação dele em outros tipos de mídia e serviços, sujeitando-se aos nossos termos e condições de utilização de Conteúdo. Tais usos adicionais por parte do Twitter ou de outras empresas, organizações ou indivíduos parceiros do Twitter ocorre sem que lhe seja devida qualquer remuneração pelo Conteúdo que você enviar, publicar, transmitir ou, de outra maneira, disponibilizar por meio dos Serviços uma vez que o uso dos Serviços por você é acordado como compensação suficiente pelo Conteúdo e pela concessão de direitos aqui contidos.

O Twitter tem um conjunto de regras em constante evolução relacionadas à forma como os parceiros do ecossistema podem interagir com o seu Conteúdo nos Serviços do Twitter. Tais regras existem para possibilitar a existência de um ecossistema aberto, levando em consideração os seus direitos. Você entende que podemos modificar ou adaptar seu Conteúdo, uma vez que ele tenha sido distribuído, publicado ou transmitido pelo Twitter ou nossos parceiros e/ou fazer alterações em seu Conteúdo para adaptá-lo a diferentes tipos de mídia.



Você declara e garante que possui ou que obteve todos os direitos, licenças, consentimentos, permissões, poderes e/ou autorizações necessários para outorgar os direitos aqui citados para qualquer Conteúdo enviado, postado ou exibido por você nos Serviços ou por meio deles. Você concorda que o Conteúdo não conterá materiais protegidos por direitos autorais ou outros direitos exclusivos a menos que você tenha a permissão necessária ou seja de outra forma legalmente autorizado a postar o material e a conceder ao Twitter a licença descrita acima.

4 Utilização dos Serviços

Revise as [Regras do Twitter e políticas](#) (e para o Periscope, as Diretrizes de Comunidade do Periscope em <https://pscp.tv/content>), que fazem parte do Acordo do Usuário e descrevem o que é proibido nos Serviços. Você pode utilizar os Serviços somente em conformidade com estes Termos e todas as leis, regras e regulamentos aplicáveis.

Nossos Serviços evoluem constantemente. Sendo assim, os Serviços podem ser alterados de tempos em tempos, a nosso exclusivo critério. Podemos interromper (permanente ou temporariamente) o fornecimento dos Serviços ou quaisquer recursos nos Serviços para você ou usuários em geral. Também podemos manter o direito de criar limites de uso e armazenamento, a nosso exclusivo critério e a qualquer momento. Nós também podemos remover ou recusar a distribuição de qualquer Conteúdo nos Serviços, limitar a distribuição ou visibilidade de qualquer Conteúdo no serviço, suspender ou encerrar contas de usuários e recuperar nomes de usuários sem responsabilidade perante você.

Em consideração ao Twitter por conceder a você acesso e uso dos Serviços, você concorda que o Twitter e seus provedores de terceiros e parceiros podem colocar anúncios nos Serviços ou em conexão com a exibição do Conteúdo ou de informações dos Serviços, enviados por você ou por outras pessoas. Você também concorda em não fazer uso indevido de nossos Serviços, por exemplo, interferindo ou acessando-os por meio de um método que não seja a interface e as instruções fornecidas pelo Twitter. Você não pode realizar nenhuma das seguintes ações ao acessar ou utilizar os Serviços: (i) acessar, adulterar ou utilizar áreas não públicas dos Serviços, os sistemas de computadores do Twitter ou os sistemas de entrega técnica dos fornecedores do Twitter; (ii) sondar, examinar ou testar as vulnerabilidades de qualquer sistema ou rede, ou violar ou neutralizar qualquer medida de segurança ou autenticação; (iii) acessar ou pesquisar, ou tentar acessar ou pesquisar os Serviços por quaisquer meios (automatizados ou de qualquer outra maneira) de outra forma que não por meio das interfaces publicadas e atualizadas disponibilizadas pelo Twitter (e sujeito aos respectivos termos e condições), exceto quando você tenha sido especificamente autorizado a realizar esses atos por meio de um acordo separado com o Twitter (OBS.: o crawling ou recurso a indexadores automáticos nos Serviços é admissível desde que efetuado de acordo com os



termos e condições constantes do arquivo robots.txt; não obstante, é expressamente proibido o scraping dos Serviços sem o consentimento prévio do Twitter); (iv) forjar o cabeçalho de qualquer pacote TCP/IP ou qualquer parte da informação constante do cabeçalho de qualquer e-mail ou publicação, assim como utilizar os Serviços de qualquer forma para enviar informação identificadora de origem alterada, enganosa ou falsa; ou (v) interferir ou prejudicar, (ou tentar assim o fazer), o acesso de qualquer usuário, prestador de serviços de hosting (armazenagem principal ou em servidor) ou de rede, incluindo, sem limitação, por meio de atos como o envio de vírus, overloading (sobrecarga), flooding, envio de spam (comunicações não solicitadas) e-mail-bombing direcionados aos Serviços, ou por meio do uso de scripts para a criação de Conteúdo de maneira que interfira com os Serviços ou crie uma carga excessiva neles. Também nos reservamos o direito de acessar, ler, preservar e divulgar quaisquer informações que acreditarmos ser razoavelmente necessárias para (i) satisfazer solicitação governamental de qualquer lei, regulamento ou processo jurídico aplicável, (ii) cumprir os Termos, incluindo a investigação de possíveis violações deste Acordo, (iii) detectar, prevenir ou, de outra forma lidar com fraude, segurança ou problemas técnicos, (iv) responder solicitações de suporte do usuário, ou (v) proteger os direitos, propriedade ou segurança do Twitter, de seus usuários e do público. O Twitter não divulga informações pessoais a terceiros, exceto de acordo com nossa [Política de Privacidade](https://twitter.com/privacy). (<https://twitter.com/privacy>)

Se você utilizar recursos de desenvolvedor dos Serviços, incluindo – sem limitação – [Twitter para Sites](https://developer.twitter.com/docs/twitter-for-websites/overview) (<https://developer.twitter.com/docs/twitter-for-websites/overview>), [Cartões do Twitter](https://developer.twitter.com/docs/tweets/optimize-with-cards/guides/getting-started) (<https://developer.twitter.com/docs/tweets/optimize-with-cards/guides/getting-started>), [API Pública](https://developer.twitter.com/en/docs) (<https://developer.twitter.com/en/docs>) ou [Iniciar Sessão com Twitter](https://developer.twitter.com/docs/basics/authentication/guides/log-in-with-twitter) (<https://developer.twitter.com/docs/basics/authentication/guides/log-in-with-twitter>), você concorda com nosso [Acordo do Desenvolvedor](https://developer.twitter.com/en/developer-terms/agreement) (<https://developer.twitter.com/en/developer-terms/agreement>) e [Política do Desenvolvedor](https://developer.twitter.com/en/developer-terms/policy) (<https://developer.twitter.com/en/developer-terms/policy>).

Se quiser reproduzir, modificar, criar trabalhos derivados, distribuir, vender, transferir, exibir publicamente, apresentar publicamente, transmitir ou, de outra forma, utilizar os Serviços, você deve utilizar as interfaces e instruções fornecidas, exceto se permitido pelos Serviços do Twitter, estes Termos ou os termos fornecidos em <https://developer.twitter.com/en/developer-terms>. Se você é um pesquisador de segurança, você deve cumprir as regras do Programa de Relatórios de Vulnerabilidade do Twitter (<https://hackerone.com/twitter>). Os requisitos estabelecidos no parágrafo anterior podem não se aplicar aos participantes do Programa de Relatórios de Vulnerabilidade do Twitter.

Se você utilizar os recursos de publicidade dos Serviços, deve concordar com nosso [Acordo de Serviços Mestre do Twitter](https://ads.twitter.com/terms) (<https://ads.twitter.com/terms>).

Se você utilizar Moedas ou Estrelas Super Hearts no Periscope, você deve concordar com nossos [Termos Super Hearts](https://legal.twitter.com/periscope/super/terms.html) (<https://legal.twitter.com/periscope/super/terms.html>).



Sua conta

Você pode precisar criar uma conta para utilizar alguns de nossos Serviços. Você é responsável por proteger sua conta, portanto, use uma senha forte e limite seu uso para esta conta. Nós não podemos ser e não seremos responsáveis por qualquer perda ou dano resultante do seu não cumprimento com o descrito acima.

Você pode controlar a maioria das comunicações a partir dos Serviços. Talvez o Twitter precise enviar a você certas comunicações, como anúncios de serviços e mensagens administrativas. Essas comunicações são consideradas parte dos Serviços e da sua conta, e você não conseguirá cancelar o recebimento delas. Se você adicionou seu número de telefone em sua conta e posteriormente mudar ou desativar esse número de telefone, será necessário atualizar suas informações da conta para ajudar a evitar que o Twitter entre em contato com qualquer pessoa que compre seu número antigo.

Sua licença para utilizar os Serviços

O Twitter oferece a você uma licença pessoal, mundial, gratuita, não atribuível e não exclusiva, para utilizar o software fornecido a você como parte dos Serviços. Essa licença possui a finalidade exclusiva de permitir que você utilize e aproveite o benefício dos Serviços, conforme descrito pelo Twitter, na maneira permitida por estes Termos.

Os Serviços são protegidos por direitos autorais, marcas registradas e outras leis dos Estados Unidos e de outros países. Nada nos Termos outorga a você o direito de utilizar o nome do Twitter ou quaisquer marcas registradas, logotipos, nomes de domínio, outras características distintivas de sua marca, e outros direitos de propriedade. Todos os direitos, títulos e interesses sobre e relacionados aos Serviços (exceto aqueles relacionados ao Conteúdo fornecido pelos usuários) são e continuarão sendo propriedade exclusiva do Twitter e de seus licenciadores. Quaisquer feedback, comentários ou sugestões fornecidos com relação ao Twitter ou os Serviços são totalmente voluntários e poderão ser utilizados como feedback, comentários ou sugestões de acordo com nossa conveniência e sem que haja qualquer obrigação perante você.

Cessação destes Termos

Você poderá cessar seu acordo legal com o Twitter a qualquer momento desativando suas contas e descontinuando o uso dos Serviços. Consulte <https://help.twitter.com/pt/managing-your-account/how-to-deactivate-twitter-account>



(e para o Periscope, <https://help.pscp.tv/customer/portal/articles/2460220>) para obter instruções sobre como desativar sua conta e a Política de Privacidade para mais informações sobre o que acontece com suas informações.

Poderemos suspender ou encerrar sua conta ou parar de fornecer a você toda ou qualquer parte dos Serviços a qualquer momento e por qualquer motivo, inclusive – sem limitação – se tivermos motivo para acreditar que: (i) você violou estes Termos, as Regras e Políticas do Twitter (<https://help.twitter.com/rules-and-policies#twitter-rules>) ou as [Diretrizes de Comunidade do Periscope](#); (ii) você representa um risco ou possível risco jurídico para nós; (iii) sua conta deva ser removida devido a conduta ilegal; (iv) sua conta deva ser removida devido a inatividade prolongada; ou (v) o fornecimento dos nossos Serviços a você não é mais viável comercialmente. Nós realizaremos esforços razoáveis para notificá-lo por e-mail pelo endereço associado à sua conta ou na próxima ocasião em que você tentar acessar sua conta, dependendo das circunstâncias. Em todas as hipóteses acima, terminará a vigência dos Termos, inclusive, sem limitação, sua licença de uso dos Serviços, com exceção das seguintes cláusulas, que permanecerão em vigor: II, III, V, e VI. Se você achar que sua conta foi excluída por engano, você poderá fazer uma reclamação seguindo os passos descritos na central de ajuda (<https://help.twitter.com/forms/general?subtopic=suspended>). Se você acredita que sua conta foi encerrada por engano, pode registrar uma apelação seguindo as etapas em nossa Central de Ajuda (<https://help.twitter.com/forms/general?subtopic=suspended>). Para evitar dúvidas, estes Termos sobrevivem à desativação ou encerramento da sua conta.

5 Isenções e Limitações de Responsabilidade

Os Serviços estão disponíveis “COMO ESTÃO”

Se você mora fora da União Europeia, dos Países da Associação Europeia de Livre Comércio ou Reino Unidos, inclusive se você mora nos Estados Unidos, você concorda que o seu acesso e uso dos Serviços ou de qualquer Conteúdo é por sua conta e risco. Você entende e concorda que os Serviços são fornecidos a você “COMO ESTÃO” e “COMO DISPONÍVEIS”. As “Entidades do Twitter” se referem ao Twitter, suas matrizes, afiliadas, empresas relacionadas, executivos, diretores, funcionários, agentes, representantes, parceiros e licenciadores. Sem limitar o acima exposto, na extensão máxima permitida pela lei aplicável, AS ENTIDADES DO TWITTER REJEITAM TODAS AS GARANTIAS E CONDIÇÕES,



EXPRESSAS OU IMPLÍCITAS, DE COMERCIABILIDADE, ADEQUAÇÃO A UMA FINALIDADE ESPECÍFICA OU NÃO VIOLAÇÃO. As Entidades do Twitter não dão garantia ou representação e se eximem de toda e qualquer responsabilidade por: (i) integridade, precisão, disponibilidade, pontualidade, segurança ou confiabilidade dos Serviços ou de qualquer Conteúdo; (ii) qualquer dano ao sistema do seu computador, perda de dados ou outro dano resultante do seu acesso ou uso dos Serviços ou de qualquer Conteúdo; (iii) a exclusão ou a falha em armazenar ou transmitir qualquer Conteúdo e outras comunicações mantidas pelos Serviços; e (iv) se os Serviços atenderão aos seus requisitos ou estarão disponíveis de forma ininterrupta, segura ou sem erros. Nenhum conselho ou informação, oral ou escrita, obtida das Entidades do Twitter ou através dos Serviços, criará qualquer garantia ou representação não expressamente feita aqui.

Limitação de Responsabilidade

Se você mora fora da União Europeia, dos Países da Associação Europeia de Livre Comércio ou Reino Unido, inclusive se você mora nos Estados Unidos, VOCÊ CONCORDA QUE ATÉ O MÁXIMO PERMITIDO PELA LEI APLICÁVEL, AS ENTIDADES DO TWITTER NÃO SERÃO RESPONSÁVEIS POR QUAISQUER DANOS INDIRETOS, INCIDENTAIS, ESPECIAIS, CONSEQUENCIAIS OU PUNITIVOS, OU QUALQUER PERDA DE LUCROS OU RECEITAS, SEJA OCORRIDA DIRETAMENTE OU INDIRETAMENTE, OU QUALQUER PERDA DE DADOS, USO, BENEVOLÊNCIA OU OUTRAS PERDAS INTANGÍVEIS, RESULTANTES DE (i) SEU ACESSO AO OU USO DOS OU INABILIDADE DE ACESSAR OU USAR OS SERVIÇOS; (ii) QUALQUER CONDUTA OU CONTEÚDO DE TERCEIROS NOS SERVIÇOS, INCLUINDO SEM LIMITAÇÃO, QUALQUER CONDUTA DIFAMATÓRIA, OFENSIVA OU ILEGAL DE OUTROS USUÁRIOS OU TERCEIROS; (iii) QUALQUER CONTEÚDO OBTIDO PELOS SERVIÇOS; OU (iv) ACESSO, USO OU ALTERAÇÃO NÃO AUTORIZADOS DE SUAS TRANSMISSÕES OU CONTEÚDO. EM NENHUM CASO A RESPONSABILIDADE AGREGADA DAS ENTIDADES DO TWITTER EXCEDERÁ O VALOR DE CEM DÓLARES AMERICANOS (US \$ 100,00) OU O VALOR PAGO AO TWITTER, SE FOR O CASO, NOS ÚLTIMOS SEIS MESES PELOS SERVIÇOS DANDO ORIGEM À REIVINDICAÇÃO. AS LIMITAÇÕES DESTA SUBSEÇÃO SE APLICARÃO A QUALQUER HIPÓTESE DE RESPONSABILIDADE, SEJA BASEADA EM GARANTIA, CONTRATO, ESTATUTO, DANO (INCLUINDO NEGLIGÊNCIA) OU DE OUTRO MODO, E INDEPENDENTEMENTE DE AS ENTIDADES DO TWITTER TEREM SIDO INFORMADAS DA POSSIBILIDADE DE QUALQUER DANO, E MESMO SE UM RECURSO ESTABELECIDO NESTE TERMO TENHA FALHADO EM SEU OBJETIVO ESSENCIAL.



Se você mora na União Europeia em Paises da Associação Europeia de Livre Comércio ou Reino Unido, você concorda que usando os Serviços do Twitter, seus pais, afiliados, empresas relacionadas, executivos, diretores, funcionários, representantes de agentes, parceiros e licenciadores, a responsabilidade é limitada à extensão máxima permitida no seu país de residência.

6 Geral

Poderemos revisar estes Termos de tempos em tempos. As modificações não serão retroativas, e a versão mais atualizada dos Termos, que estará sempre em twitter.com/tos, regerá nossa relação com você. Exceto no caso de alterações quanto a novas funções ou que sejam feitas para atender a demandas legal, você será notificado com 30 dias de antecedência à vigência quanto ao caso de alterações a esses Termos que afetem direitos ou obrigações de qualquer parte deste Termos, por exemplo, através de notificação pelo serviço ou por um e-mail enviado à conta de e-mail associada à sua conta. Ao continuar a acessar ou utilizar os Serviços após a data de entrada em vigor das revisões, você aceita sujeitar-se à versão alterada dos Termos.

Se você mora fora da União Europeia, dos Paises da Associação Europeia de Livre Comércio ou Reino Unido, inclusive se você mora nos Estados Unidos, as leis do Estado da Califórnia, excluindo suas disposições legais, regerão estes termos qualquer disputa que surgir entre você e o Twitter. Todas as disputas relacionadas a esses termos ou Serviços serão apresentadas exclusivamente nos tribunais federais ou estaduais localizados no Condado de São Francisco, Califórnia, Estados Unidos, e você concorda com a jurisdição pessoal e renuncia a qualquer objeção quanto a um fórum inconveniente.

Se você é uma entidade do governo federal, estadual ou local nos Estados Unidos, que utiliza os Serviços em sua capacidade oficial e não pode legalmente aceitar as cláusulas de lei, jurisdição ou local de controle acima, essas cláusulas não se aplicam a você. Para essas entidades do governo federal dos EUA, estes Termos e qualquer ação relacionada a eles serão regidos pelas leis dos Estados Unidos da América (sem referência a conflitos de leis) e, na ausência de lei federal e na extensão permitida pelas leis federais, as leis do estado da Califórnia (excluindo a escolha da lei).

Caso qualquer cláusula destes Termos seja considerada inválida ou inexequível, essa cláusula será considerada limitada ou excluída na menor extensão possível para que a parte remanescente dos Termos se mantenha válida e produza os seus efeitos. A omissão pelo Twitter em exercer qualquer direito ou cláusula destes Termos não será considerada uma renúncia a qualquer direito ou cláusula.



Se você mora fora da União Europeia, dos Paises da Associação Europeia de Livre Comércio ou Reino Unido, inclusive se você mora nos Estados Unidos, esses Termos são um acordo entre você e o Twitter, Inc., 1355 Market Street, Suite 900, São Francisco, CA 94103 EUA. Se você tiver alguma dúvida sobre esses Termos, entre em [contato conosco](https://help.twitter.com/forms) (<https://help.twitter.com/forms>).

Se você mora na União Européia, em Paises da Associação Europeia de Livre Comércio ou Reino Unido, estes Termos são um contrato entre você e a Twitter International Company (número da empresa 503351, número de IVA IE9803175Q), uma empresa irlandesa com sede em One Cumberland Place, Fenian Street Dublin 2, D02 AX07 Irlanda. Se você tiver alguma dúvida sobre estes Termos, entre em [contato conosco](https://help.twitter.com/forms) (<https://help.twitter.com/forms>).

Em vigor desde: 18 de Junho de 2020



Política de Privacidade Twitter

Acreditamos que você sempre deve saber quais dados coletamos de você e como os usamos, e que você deve ter um controle significativo sobre isso. Queremos capacitá-lo para tomar as melhores decisões sobre as informações que você compartilha conosco.

Esse é o objetivo desta Política de Privacidade.



Você deve ler esta política na íntegra, mas aqui estão algumas coisas importantes que esperamos que você guarde:

- O Twitter é público e os Tweets são imediatamente visíveis e pesquisáveis por qualquer pessoa em todo o mundo. Também oferecemos a você maneiras não públicas de se comunicar no Twitter, por meio de Tweets protegidos e Mensagens Diretas. Você também pode usar o Twitter sob um pseudônimo se preferir não usar seu nome.
- Quando você usar o Twitter, mesmo que esteja somente olhando Tweets, recebemos algumas informações pessoais de você, como o tipo de dispositivo que você está usando e o seu endereço IP. Você pode optar por compartilhar informações adicionais conosco, como seu endereço de e-mail, número de telefone, contatos do catálogo de endereços e um perfil público. Usamos essas informações para coisas como manter sua conta segura e mostrar a você Tweets mais relevantes, pessoas para seguir, eventos e anúncios.
- Fornecemos controle a você por meio de suas [configurações](#) para limitar os dados que coletamos de você e como os usamos, além de controlar itens como segurança da conta, preferências de marketing, aplicativos que podem acessar sua conta e contatos do catálogo de endereços que você subiu no Twitter. Você também pode [fazer o download](#) das informações que você compartilhou no Twitter.
- Além das informações que você compartilha conosco, usamos seus Tweets, o conteúdo que você leu, Curtiu ou fez um Retweet, e outras informações para determinar em quais tópicos você está interessado, sua idade, os idiomas que você fala e outros sinais para mostrar conteúdo mais relevante para você. Nós oferecemos [transparência](#) nessas informações, e você pode modificá-las ou corrigi-las a qualquer momento.
- Se você tiver dúvidas sobre esta política, sobre como coletamos ou processamos seus dados pessoais ou sobre qualquer outra coisa relacionada a nossas práticas de privacidade, gostaríamos de saber a sua opinião. Você pode [entrar em contato conosco](#) a qualquer momento.



1 Informações que você compartilha conosco

Nós requeremos determinadas informações para fornecer nossos serviços para você. Por exemplo, você precisa ter uma conta para subir ou compartilhar conteúdo no Twitter. Quando você optar por compartilhar as informações abaixo conosco, nós as coletaremos e usaremos para operar nossos serviços.

1.1 Informações Básicas da Conta

Você não precisa criar uma conta para usar alguns dos recursos dos nossos serviços, como buscar e visualizar perfis públicos de usuários do Twitter ou assistir a uma transmissão no site do Periscope. Se você optar por criar uma conta, você precisa nos fornecer alguns dados pessoais para que possamos fornecer nossos serviços a você. No Twitter, isso inclui um **nome de exibição** (por exemplo, “Momentos Twitter”), um nome de usuário (por exemplo, @MomentosTwitter), uma **senha** e um **endereço de e-mail ou número de telefone**. Seu nome de exibição e nome de usuário são sempre públicos, mas você pode usar seu nome real ou um pseudônimo. Você também pode criar e gerenciar múltiplas contas no Twitter¹, por exemplo, para expressar diferentes partes de sua identidade.

¹ **Seus vários lados.** Deixe a sua imaginação correr solta. Explore seus interesses com várias identidades diferentes.



1.2 Informações Públicas

A maioria das atividades no Twitter é pública, inclusive suas informações de perfil², seu [fuso-horário e idioma](#), quando você criou a sua conta e seus Tweets e determinadas informações sobre seus Tweets como a [data, horário, aplicativo e versão do Twitter onde você fez o Tweet](#). Você também pode optar por publicar a sua localização nos seus Tweets e no seu perfil no Twitter. As listas que você criar, as pessoas que você seguir e quem seguir você, e Tweets que você Curtiu ou fez um Retweet também são públicos. Se você gostar, compartilhar, responder ou se envolver publicamente com um anúncio em nossos serviços, esse anunciante poderá, assim, aprender informações sobre você associadas ao anúncio com o qual você se envolveu, como características do público-alvo que o anúncio deveria atingir. As transmissões do Periscope que você criar, clicar ou interagir no Periscope ou no Twitter são públicas quando você realizar essas ações. Seus corações, comentários, o número de corações que você recebeu, as contas das quais você é um Superfan, e se você assistiu a uma transmissão ao vivo ou em replay, também são públicos. Quaisquer corações, comentários ou outro conteúdo que você contribuir para a transmissão de outra conta permanecerão sendo parte daquela transmissão enquanto ela permanecer no Periscope. Informações publicadas sobre você por outras pessoas que usam nossos serviços também podem ser públicas. Por exemplo, outras pessoas podem marcá-lo em uma foto³ (se suas configurações permitirem) ou mencioná-lo em um Tweet.

Você é responsável por seus Tweets e por outras informações que você fornecer por meio de nossos serviços e deve pensar cuidadosamente sobre o que tornar público, especialmente se forem informações sensíveis. Se você atualizar suas informações públicas no Twitter, excluindo um Tweet ou desativando a sua conta, nós refletiremos seu conteúdo atualizado no Twitter.com, no Twitter para iOS e no Twitter para Android.

Ao compartilhar publicamente um conteúdo através de um Tweet, você está nos instruindo a divulgar essas informações da maneira mais ampla possível, inclusive por meio de nossas APIs, e direcionando àqueles que acessam as informações por meio de nossas APIs a fazer o mesmo. Para facilitar a rápida disseminação global de Tweets para pessoas em todo o mundo, [usamos tecnologias como interfaces de programação de aplicativos \(APIs\)](#) e incorporamos para disponibilizar algumas dessas informações para sites, aplicativos e para outros usos - por exemplo, para exibir Tweets em um site de notícias ou analisar o que as pessoas dizem no Twitter. Geralmente, disponibilizamos esse conteúdo em quantidades limitadas gratuitamente e cobramos taxas de licenciamento para acesso em larga escala. Temos [termos padrão](#) que governam como esses dados podem ser usados e um programa de conformidade para aplicar esses termos. Mas esses indivíduos e empresas não são afiliados ao Twitter, e suas ofertas podem não refletir as atualizações que você faz no Twitter. Para obter mais informações sobre como disponibilizamos dados públicos no Twitter para o mundo, visite <https://developer.twitter.com>.

² **Olá, mundo.** As informações do seu perfil são exibidas abaixo de sua foto e do seu nome de usuário na página do seu perfil.

³ **Seja discreto.** Amigos querem marcar você em uma foto? Você tem sorte. Se você não gosta desse tipo de coisa, pode sempre alterar as suas configurações.



1.3 Informações de Contato e Catálogos de Endereços

Usamos suas informações de contato, como seu endereço de e-mail ou número de telefone, para autenticar sua conta e mantê-la, e para manter os nossos serviços, em segurança e para ajudar a prevenir spam, fraude e abuso. Também usamos informações de contato para personalizar nossos serviços, habilitar certos recursos da conta (por exemplo, para [verificação de acesso](#) ou [Twitter via SMS](#)), para enviar informações sobre nossos serviços e personalizar nossos serviços, incluindo anúncios. Se você fornecer ao Twitter seu número de telefone, você concorda em receber mensagens de texto do Twitter nesse número, conforme permitido pelas leis do seu país. O Twitter também usa suas informações de contato para direcionar marketing a você conforme as leis do seu país permitirem, e para ajudar outras pessoas a encontrar sua conta, se suas configurações permitirem, inclusive por meio de serviços de terceiros e aplicativos clientes. Você poderá utilizar suas configurações de notificações por [e-mail](#) e por [celular](#) para controlar as notificações que receber do Twitter. Você também poderá descontinuar o recebimento de uma notificação seguindo as instruções contidas na notificação ou [aqui](#).

Você pode escolher fazer o upload e sincronizar sua lista de contatos no Twitter para que possamos ajudá-lo a encontrar e a se conectar com pessoas que você conheça, ou ajudar outras pessoas a encontrar e se conectar com você. Também usamos essas informações para recomendar melhor o conteúdo para você e outras pessoas.

Você pode se registrar no Periscope com uma conta de outro serviço como Twitter, Google ou Facebook, ou conectar sua conta no Periscope a esses outros serviços. Se você fizer isso, usaremos as informações desse serviço, inclusive seu endereço de e-mail, amigos ou lista de contatos, para recomendar outras contas ou conteúdo para você, ou para recomendar sua conta ou conteúdo para outras pessoas. Você pode controlar se a sua conta no Periscope pode ser descoberta por e-mail por meio de suas [configurações do Periscope](#).

Caso você entre em contato conosco por e-mail, nós manteremos o conteúdo da sua mensagem, seu endereço de e-mail e suas informações de contato para responder à sua solicitação.

1.4 Mensagens Diretas e Comunicações Não Públicas

Fornecemos determinados recursos que permitem que você possa se comunicar de maneira mais privada ou controlar quem vê o seu conteúdo. Por exemplo, você pode usar [Mensagens Diretas](#) para ter conversas não públicas no Twitter, [proteger seus Tweets](#) ou hospedar [transmissões privadas](#) no Periscope. Quando você se comunicar com outras pessoas ao enviar e receber Mensagens Diretas, nós armazenaremos e processaremos suas comunicações e informações



relacionadas a elas. Isso inclui a verificação de links para conteúdo nocivo, a redução de links para URLs <http://t.co>, a detecção de spam⁴, abuso, imagens proibidas, e uso de problemas relatados. Também usamos informações sobre com quem você se comunicou e quando (mas não o conteúdo dessas comunicações) para entender melhor o uso de nossos serviços, para proteger a segurança e integridade de nossa plataforma e para mostrar conteúdo mais relevante. Nós compartilhamos o conteúdo de suas Mensagens Diretas com as pessoas para as quais você as enviou; nós não os usamos para veicular anúncios. Observe que, se você interagir de uma maneira que seja normalmente pública com conteúdo do Twitter compartilhado com você por Mensagem Direta, por exemplo, ao curtir um Tweet, essas interações serão públicas. Quando você usar recursos como Mensagens Diretas para se comunicar, lembre-se de que os destinatários têm sua própria cópia⁵ de suas comunicações no Twitter - mesmo que você exclua sua cópia dessas mensagens da sua conta - que eles podem duplicar, armazenar ou compartilhar novamente.

1.5 Informações de Pagamento

Você pode nos fornecer informações de pagamento⁶, inclusive seu número de cartão de crédito ou débito, data de validade do cartão, código de validação e endereço de faturamento, para comprar publicidade ou outras ofertas fornecidas como parte de nossos serviços.

1.6 Como Você Controla as Informações que Você Compartilhar Conosco

Suas [Configurações de privacidade e segurança](#) deixam você decidir:

- Se os seus Tweets estão disponíveis publicamente no Twitter
- Se outras pessoas podem marcar você em uma foto
- Se você pode receber Mensagens Diretas de qualquer pessoa no Twitter ou somente de seus seguidores
- Se outras pessoas podem encontrá-lo com base no seu e-mail ou número de telefone
- Se você carrega seu catálogo de endereços no Twitter para armazenamento e uso
- Quando e onde você pode ver conteúdo confidencial no Twitter
- Se você deseja [bloquear](#) ou [silenciar](#) outras contas do Twitter

⁴ **Spam é péssimo.** Nós escaneamos suas Mensagens Diretas para tentar evitar que você receba spam e que haja spam no nosso serviço.

⁵ **Como se fosse um e-mail.** Apenas envie Mensagens Diretas a pessoas em quem você confia. Lembre-se, apesar de uma pessoa não poder fazer um Retweet de suas Mensagens Diretas, ela ainda tem uma cópia de sua mensagem.

⁶ **Aprovado por você.** Nós usamos suas informações de pagamento para processar as transações que você aprovou e para detectar fraudes.



2 Informações Adicionais que Recebemos Sobre Você

Recebemos determinadas informações quando você usa nossos serviços ou outros sites ou aplicativos móveis que incluem nosso conteúdo e de terceiros, inclusive anunciantes. Assim como as informações que você compartilha conosco, usamos os dados abaixo para operar nossos serviços.

2.1 Informações de Localização

Nós requeremos informações sobre seu registro e localização atual, que obtemos de sinais como seu endereço IP ou configurações do dispositivo, para configurar e manter sua conta com segurança e confiabilidade e para fornecer nossos serviços a você.

Sujeito às suas configurações, podemos coletar, usar e armazenar informações adicionais sobre sua localização, como sua posição exata atual ou locais onde você usou anteriormente o Twitter, para operar ou personalizar nossos serviços, inclusive com conteúdo mais relevante, como tendências locais, histórias, anúncios e sugestões de pessoas para seguir. Saiba mais sobre o uso de localização pelo Twitter [aqui](#) e como definir suas preferências de localização do Twitter [aqui](#). Saiba mais sobre como compartilhar sua localização nas transmissões do Periscope [aqui](#).



2.2 Links

Para operar nossos serviços, acompanhamos como você interage com os links em nossos serviços. Isso inclui links em e-mails que enviamos a você e links em Tweets que aparecem em outros sites ou aplicativos móveis.

Se você clicar em um link ou anúncio externo em nossos serviços, esse anunciante ou operador de site poderá inferir que você veio do Twitter ou do Periscope, além de outras informações associadas ao anúncio em que você clicou, como características do público destinado a ser alcançado. Eles também podem coletar de você outros dados pessoais, como identificadores de cookies ou seu endereço IP.

2.3 Cookies

Um cookie é um pequeno arquivo de dados que é armazenado em seu computador ou dispositivo móvel. Como muitos sites, usamos cookies e tecnologias semelhantes para coletar dados adicionais de uso do site e para operar nossos serviços. Os cookies não são requeridos para muitas partes de nossos serviços, como buscar e consultar perfis públicos. Embora a maioria dos navegadores da Web aceite cookies automaticamente, as configurações de muitos navegadores podem ser modificadas para recusar cookies ou alertá-lo quando um site estiver tentando inserir um cookie em seu computador⁷. No entanto, é possível que alguns de nossos Serviços não funcionem adequadamente se você desativar os cookies. Quando seu navegador ou dispositivo permitir, nós usaremos cookies de sessão e cookies persistentes para entender melhor como você interage com nossos serviços, monitorar padrões de uso agregados, personalizar e operar nossos serviços, fornecer segurança de conta, personalizar o conteúdo que mostramos a você, inclusive anúncios, e lembrar suas preferências de idioma. Nós não oferecemos suporte à opção de navegador Não Rastrear. Saiba mais sobre como usamos cookies e outras tecnologias semelhantes [aqui](#).

2.4 Dados de Registro

Nós recebemos informações quando você visualiza conteúdo em ou interage com nossos serviços, o que nós chamamos de “Dados de Registro”, mesmo se não tiver criado uma conta. Por exemplo, quando você visita os nossos sites, acessa os nossos serviços, interage com as nossas notificações por e-mail, utiliza a sua conta para se autenticar em um site, aplicativo ou serviço de terceiro, ou quando visita um site, aplicativo ou serviço de terceiro que inclua conteúdo do Twitter, podemos receber informações sobre você. Esses Dados de Registro podem incluir informações como o seu endereço IP, tipo de navegador, sistema operacional, página da Web de origem, páginas da Web visitadas, localização, sua operadora de telefonia celular, informações de dispositivo (inclusive IDs de dispositivo e aplicativos), termos de pesquisa (incluindo aqueles que não foram enviados como consultas) e informações de cookies. Também recebemos Dados de Registro quando você clica, visualiza ou interage com links em nossos serviços, inclusive quando você instala outro aplicativo por meio do Twitter. Usamos os Dados

⁷ **Não está com fome?** Você pode alterar as configurações de cookie do seu navegador.



de Registro para operar nossos serviços e assegurar seu desempenho seguro, confiável e robusto. Por exemplo, usamos os Dados de Registro para proteger a segurança das contas e para determinar qual conteúdo é popular em nossos serviços. Também usamos esses dados para melhorar o conteúdo que mostramos a você, inclusive anúncios para melhorar a eficácia de nosso próprio marketing.

Usamos as informações que você nos fornece e os dados que recebemos, inclusive Dados de Registro e dados de terceiros, para fazer inferências sobre quais tópicos você pode estar interessado, sua idade e os idiomas que você fala. Isso nos ajuda a promover e desenhar melhor nossos serviços para você e a personalizar o conteúdo que mostramos, inclusive anúncios.

2.5 Dados do Twitter para a Web

Quando você visualiza nosso conteúdo em sites de terceiros que integram o conteúdo Twitter, como linhas de tempo incorporadas ou botões Tweet, podemos receber Dados de Registro que incluem a página da Web que você visitou. Usamos essas informações para entender melhor o uso de nossos serviços, para proteger a segurança e integridade de nossa plataforma e para mostrar conteúdo mais relevante, inclusive anúncios. Não associamos esse histórico de navegação da Web com seu nome, endereço de e-mail, número de telefone ou nome de usuário, e o excluímos, obliteramos ou agregamos após 30 dias. Não coletamos esses dados de navegadores que acreditamos estar localizados na União Europeia ou nos países da Associação de Livre Comércio Europeia.

2.6 Anunciantes e Outros Parceiros de Publicidade

A receita de publicidade nos permite prestar suporte e melhorar nossos serviços. Nós podemos utilizar as informações descritas nesta Política de Privacidade para ajudar a tornar nossa publicidade mais relevante para você, para medir sua eficácia e para ajudar a reconhecer seus dispositivos para podermos fornecer anúncios a você dentro e fora do Twitter. Nossos parceiros de publicidade e afiliadas compartilham conosco informações como ID do cookie do navegador, ID do dispositivo móvel ou hash criptográfico de um endereço de e-mail, assim como dados demográficos ou de interesse e conteúdo visualizado ou ações tomadas em um site ou aplicativo. Alguns de nossos parceiros de publicidade, especialmente nossos anunciantes, também nos permitem coletar informações similares diretamente de seu site ou aplicativo ao integrar nossa tecnologia de publicidade. As informações compartilhadas por parceiros e afiliados de anúncios ou coletadas pelo Twitter a partir de sites e aplicativos de parceiros e afiliados de anúncios podem ser combinadas com as outras informações que você compartilha com o Twitter e que o Twitter recebe sobre você descrito em outra parte da nossa Política de Privacidade.



O Twitter adere aos Princípios de Autorregulamentação da Aliança de Publicidade Digital para Publicidade Comportamental On-line (também denominada “publicidade com base em interesses”) e respeita a ferramenta de escolha do consumidor da DAA (Digital Advertising Alliance [Aliança de Publicidade Digital]) para que você opte por não receber publicidade com base em interesses em <https://optout.aboutads.info>. Além disso, nossas políticas de anúncios também proíbem que anunciantes segmentem anúncios com base em [categorias](#) que considerarmos sensíveis ou proibidas pela legislação, como raça, religião, política, vida sexual ou saúde. Saiba mais sobre suas opções de privacidade para publicidade baseada em interesses [aqui](#), e sobre como funcionam os anúncios em nossos serviços [aqui](#).

Se você é um anunciente ou um anunciente potencial, processamos seus dados pessoais para ajudar a oferecer e fornecer nossos serviços de publicidade. Você pode atualizar seus dados no seu painel do Twitter Ads ou entrando em contato conosco diretamente, conforme descrito nesta Política de Privacidade.

2.7 Desenvolvedores

[Se você acessar nossas APIs ou portal do desenvolvedor](#), processamos seus dados pessoais para ajudar a fornecer nossos serviços. Você pode atualizar seus dados entrando em contato conosco diretamente conforme descrito nesta Política de Privacidade.

2.8 Outros Terceiros e Afiliadas

Podemos receber informações sobre você de terceiros que não são nossos parceiros de publicidade, como outras pessoas no Twitter, parceiros que nos ajudam a avaliar a segurança e a qualidade do conteúdo em nossa plataforma, nossas [empresas afiliadas](#) e outros serviços vinculados à sua conta do Twitter.

Você pode optar por conectar sua conta do Twitter a contas em outro serviço, e esse outro serviço pode nos enviar informações sobre a sua conta naquele serviço. Usamos as informações que recebemos para fornecer-lhe recursos como publicação cruzada ou autenticação entre serviços, e para operar nossos serviços. Para integrações que o Twitter suportar formalmente, você pode revogar essa permissão a qualquer momento a partir das configurações do seu aplicativo; para outras integrações, visite o outro serviço que você conectou ao Twitter.

2.9 Personalização com base em sua identidade inferida

Quando você se registra no Twitter com um navegador ou dispositivo, nós associamos esse navegador ou dispositivo com a sua conta para finalidades como autenticação, segurança e personalização. Sujeito às suas configurações, também podemos associar a sua conta a navegadores ou dispositivos diferentes daqueles que você usa para se registrar no Twitter (ou associar seu dispositivo ou navegador desconectado a outros navegadores ou dispositivos).



Quando você fornece outras informações ao Twitter, incluindo um endereço de e-mail, associamos essas informações à sua conta do Twitter. Sujeito às suas configurações, também podemos usar essas informações para inferir outras informações sobre sua identidade, por exemplo, associando sua conta a hashes de endereços de email que compartilham componentes comuns com o endereço de email que você forneceu ao Twitter. Fazemos isso para operar e [personalizar nossos serviços](#). Por exemplo, se você visitar sites com conteúdo esportivo em seu laptop, poderemos mostrar-lhe anúncios relacionados a esporte no Twitter para Android e, se o endereço de e-mail associado à sua conta compartilhar componentes com outro endereço de e-mail, como nome, sobrenome ou iniciais compartilhados, poderemos posteriormente corresponder a anúncios de anunciantes que estavam tentando acessar endereços de e-mail contendo esses componentes.

2.10 Como Você Controla as Informações Adicionais que Recebemos

Suas [Configurações de personalização e dados](#) do Twitter permitem que você possa decidir:

- [Se lhe mostraremos publicidade com base em interesses dentro e fora do Twitter](#)
- [Como personalizamos com base em sua identidade inferida](#)
- [Se coletamos e usamos sua localização exata](#)
- Se personalizamos sua experiência com base em onde você esteve
- [Se acompanhamos os sites em que você vê o conteúdo do Twitter](#)

Você pode usar [Seus dados do Twitter](#) para analisar:

- Anunciantes que incluíram você em públicos-alvo personalizados para exibir anúncios para você
- Dados demográficos e dados de interesse sobre a sua conta de nossos parceiros de publicidade
- Informações que o Twitter inferiu sobre você, como sua faixa etária, sexo, idiomas e interesses



Também fornecemos uma versão dessas ferramentas no Twitter se você não tiver uma conta do Twitter ou se estiver desconectado da sua conta. Isso permite que você veja os dados e as configurações do navegador ou dispositivo desconectado que está sendo usado, em separado de qualquer conta do Twitter que use esse navegador ou dispositivo. No Periscope, você pode controlar se personalizamos sua experiência com base no seu histórico de exibição por meio de suas [configurações](#).

[Consulte aqui](#) para mais detalhes de como coletamos e usamos seus dados.

3 Informações que Compartilhamos e Divulgamos

Conforme observado acima, o Twitter foi desenhado para disseminar de maneira ampla e instantânea as informações que você compartilha publicamente por meio de nossos serviços. Nas circunstâncias limitadas em que divulgamos seus dados pessoais privados, nós o faremos sujeito ao seu controle, porque é importante para operar nossos serviços, ou porque é requerido pela legislação.

3.1 Compartilhando Seu Controle

Nós compartilhamos ou divulgamos seus dados pessoais com o seu consentimento ou de acordo com as suas orientações, por exemplo, quando você [autoriza que um cliente Web ou aplicativo de terceiros](#) acesse a sua conta, ou quando você nos orienta a compartilhar seu feedback com uma empresa. Se você compartilhou informações como Mensagens Diretas ou Tweets protegidos com outra pessoa que acessar o Twitter utilizando um serviço de terceiros, lembre-se de que as informações poderão ser compartilhadas com o serviço de terceiros.



Sujeito às suas configurações, também fornecemos a terceiros determinados dados pessoais para nos ajudar a oferecer ou operar nossos serviços. Você pode saber mais sobre essas parcerias em nossa [Central de Ajuda](#) e controlar se o Twitter compartilha seus dados pessoais dessa maneira usando a opção “Permitir compartilhamento de informações adicionais com parceiros de negócios” em suas [configurações de Personalização e Dados](#). (Esta configuração não controla o compartilhamento descrito em outras partes de nossa Política de Privacidade, como quando compartilhamos dados com nossos prestadores de serviços, ou através de parcerias diferentes das descritas na nossa [Central de Ajuda](#)).

3.2 Prestadores de Serviços

Nós engajamos com [prestashopes de serviços](#) para desempenhar funções e prestar serviços para nós nos Estados Unidos, na Irlanda e em outros países. Por exemplo, nós usamos uma variedade de serviços de terceiros para nos ajudar a operar nossos serviços, como hospedagem de nossos diversos blogs e wikis, assim como para nos ajudar a compreender melhor a utilização dos nossos Serviços, como o Google Analytics. Nós podemos compartilhar seus dados pessoais privados com esses prestadores de serviços, sujeito a obrigações consistentes com esta Política de Privacidade e quaisquer outras medidas de confidencialidade e segurança adequadas, e sob a condição de que os terceiros utilizem seus dados pessoais privados somente em nosso nome e de acordo com as nossas instruções (os prestadores de serviços podem usar outros dados não pessoais para seu próprio benefício). Nós compartilhamos suas informações de pagamento com os prestadores de serviços de pagamento para processar pagamentos, prevenir, detectar e investigar fraudes ou outras atividades proibidas, facilitar a resolução de disputas como estornos ou reembolsos, e para outros objetivos associados à aceitação de cartões de crédito e débito.



3.3 Legislação, Dano e Interesse Público

Não obstante qualquer disposição em contrário nesta Política de Privacidade ou nos controles que possamos oferecer a você, poderemos preservar, usar, compartilhar ou divulgar seus dados pessoais ou outros dados de segurança se acreditarmos que é razoavelmente necessário para o cumprimento de uma lei, regulamentação, [processo legal ou solicitação governamental](#); para proteger a segurança de qualquer pessoa; para proteger a segurança ou integridade de nossa plataforma, inclusive para ajudar a prevenir spam, abuso ou agentes nocivos em nossos serviços, ou para explicar por que removemos conteúdo ou contas de nossos serviços⁸; para endereçar questões de fraude, segurança ou técnicas; ou para proteger nossos direitos ou propriedade ou os direitos ou propriedade daqueles que usam nossos serviços. No entanto, nada nesta Política de Privacidade tem por objetivo limitar quaisquer direitos de defesa ou oposição que você possa ter em relação a solicitações de terceiros para a divulgação de seus dados pessoais, inclusive solicitações feitas por um governo.

3.4 Afiliadas e Transferência de Propriedade

Se estivermos envolvidos em um processo de falência, fusão, aquisição, reorganização ou de venda de ativos, seus dados pessoais poderão ser vendidos ou transferidos como parte dessa transação. Esta Política de Privacidade será aplicável aos seus dados pessoais conforme sejam transferidas à nova entidade. Também podemos divulgar dados pessoais sobre você às nossas [empresas afiliadas](#) para ajudar a operar nossos serviços e os serviços de nossas afiliadas, inclusive a veiculação de anúncios.

3.5 Informações Não Pessoais

Nós compartilhamos ou divulgamos dados não pessoais, por exemplo, informações agregadas como o número total de vezes em que as pessoas se envolveram com um Tweet, demografia, o número de usuários que clicaram em um link específico ou votaram em uma enquete em um Tweet (mesmo que apenas uma pessoa o tenha feito), os tópicos sobre os quais as pessoas estão twittando em um local específico, alguns interesses inferidos ou relatórios aos anunciantes sobre quantas pessoas viram ou clicaram em seus anúncios.

⁸ **A transparência é importante.** Nós removemos conteúdo de nossos serviços quando ele viola as nossas regras, como quando ele glorifica a violência. Quando o conteúdo é apagado, nós queremos que você saiba.



4 Gerenciando Suas Informações Pessoais Conosco

Você controla os dados pessoais que você compartilha conosco. Você pode acessar ou corrigir esses dados a qualquer momento. Você também pode desativar sua conta. Também fornecemos ferramentas para você fazer objeção, restringir ou retirar o consentimento, quando aplicável, para o uso dos dados que você forneceu ao Twitter. E fazemos com que os dados que você compartilhou por meio de nossos serviços sejam portáteis e fornecemos maneiras fáceis de entrar em contato conosco. Observe que, para ajudar a proteger sua privacidade e manter a segurança, tomamos medidas para verificar sua identidade antes de conceder acesso a suas informações pessoais ou cumprir exclusão, portabilidade ou outras solicitações relacionadas.



4.1 Acessando ou Retificando Seus Dados Pessoais

Se você registrou uma conta no Twitter, nós disponibilizamos a você ferramentas e [configurações de conta](#) para acessar, corrigir, excluir ou modificar os dados pessoais que você nos forneceu e que estejam associados à sua conta. Você pode baixar determinadas informações da conta, inclusive seus Tweets, seguindo as instruções [aqui](#). No Periscope, você pode solicitar a correção, exclusão ou modificação de seus dados pessoais e fazer o download das informações da sua conta, seguindo as instruções [aqui](#). Você pode saber mais sobre os interesses que inferimos sobre você em [Seus Dados do Twitter](#) e solicitar acesso às informações adicionais [aqui](#). Você pode saber mais sobre os interesses que inferimos sobre você em [Seus Dados do Twitter](#) e solicitar acesso às informações adicionais [aqui](#). Para enviar uma solicitação relacionada ao acesso, modificação ou exclusão de suas informações, você também pode [entrar em contato conosco](#) conforme especificado na seção «Como entrar em contato conosco» ([Informações ou Assistência Adicionais](#)).

4.2 Exclusão

Mantemos os Dados de Registro por 18 meses no máximo. Ao seguir as instruções [aqui](#) (ou para o Periscope [aqui](#)), sua conta será desativada. Quando desativada, sua conta do Twitter, incluindo seu nome de exibição, nome de usuário e perfil público, não serão mais visíveis no Twitter.com, Twitter para iOS e Twitter para Android. Por até 30 dias após a desativação, ainda será possível restaurar a sua conta do Twitter, caso ela tenha sido desativada acidentalmente ou indevidamente.

Lembre-se de que os mecanismos de busca e outros terceiros ainda podem manter cópias de suas informações públicas, como as informações do seu perfil de usuário e Tweets públicos, mesmo após a exclusão das informações dos nossos serviços ou a desativação de sua conta. Saiba mais [aqui](#).

4.3 Objeção, Restrição ou Retirada de Consentimento

Quando você está conectado em sua conta do Twitter, você pode gerenciar suas configurações de privacidade e outros recursos da conta [aqui](#) a qualquer momento. Pode demorar um pouco para que as configurações de privacidade sejam totalmente refletidas em nossos sistemas.



4.4 Portabilidade

O Twitter fornece a você um meio de fazer o download das informações que você compartilhou por meio de nossos serviços, seguindo os passos [aqui](#).

O Periscope fornece a você um meio de fazer o download das informações que você compartilhou por meio de nossos serviços, seguindo os passos [aqui](#).

4.5 Informações ou Assistência Adicionais

Sugestões ou perguntas sobre esta Política de Privacidade? Avise-nos entrando em contato conosco por [aqui](#) ou envie-nos uma mensagem utilizando o endereço adequado abaixo.

Se você mora nos EUA, ou qualquer outro país fora da União Europeia, dos países da Associação Europeia de Livre Comércio ou Reino Unido, o controlador de dados responsável pelos seus dados pessoais é o Twitter, Inc. com endereço em:

Twitter, Inc.
Attn: Privacy Policy Inquiry
1355 Market Street, Suite 900
San Francisco, CA 94103

Se você mora na União Europeia, nos países da Associação Europeia de Livre Comércio ou Reino Unido, o controlador dos dados é o Twitter International Company, com endereço em:

Twitter International Company
Attn: Data Protection Officer
One Cumberland Place, Fenian Street
Dublin 2, D02 AX07 IRLANDA

Você pode entrar em contato confidencialmente com o Data Protection Officer do Twitter [aqui](#). Se você deseja levantar uma preocupação sobre o [uso de suas informações](#) (e sem prejuízo de quaisquer outros direitos que você possa ter), você tem o direito de fazê-lo com sua autoridade supervisora local ou com a autoridade supervisora principal do Twitter International Company, a Comissão de Proteção de Dados da Irlanda. Você pode encontrar as informações de contato da Comissão [aqui](#).



5 Crianças e Nossos Serviços

Nossos serviços não são direcionados a crianças, e você não pode usar nossos serviços se tiver menos de 13 anos de idade. Você também precisa ter idade suficiente para consentir com o processamento de seus dados pessoais em seu país (em alguns países, podemos permitir que seus pais ou responsáveis o façam em seu nome). Você precisa ter pelo menos 16 anos de idade para usar o Periscope.

6 Nossas Operações Globais e o Privacy Shield

Para oferecer os nossos serviços a você, operamos globalmente. Nos casos em que as leis do seu país permitirem, você nos autoriza a transferir, armazenar e usar seus dados nos Estados Unidos, na Irlanda e em qualquer outro país onde operamos. Em alguns desses países aos quais o Twitter transfere dados pessoais, a privacidade e as leis e regulamentos de proteção de dados com relação a quando as autoridades governamentais podem acessar dados podem variar em relação àquelas no país em que você vive. Saiba mais sobre nossas operações globais e transferência de dados [aqui](#).

Quando transferimos dados pessoais para fora da União Europeia, dos países da Associação de Livre Comércio Europeia ou Reino Unido, garantimos um nível adequado de proteção dos direitos dos titulares dos dados com base na adequação das leis de proteção de dados do país receptor, obrigações contratuais impostas ao receptor dos dados (as cláusulas modelo podem ser solicitadas por consulta, conforme descrito abaixo), ou princípios de escudo de privacidade UE-EUA e Suíça-EUA.



O Twitter, Inc. está em conformidade com os princípios do Privacy Shield entre UE-EUA e Suíça-EUA (os “Princípios”) com relação à coleta, ao uso, ao compartilhamento e à retenção de dados pessoais da União Europeia, dos países da Associação Europeia de Livre Comércio e do Reino Unido, conforme descrito em nossa [certificação do UE-EUA Privacy Shield e certificação do Suíça-EUA Privacy Shield](#).

Se você tiver uma reclamação com relação ao Privacy Shield, entre em contato [aqui](#). Como parte de nossa participação no Privacy Shield, se você tiver uma controvérsia com o Twitter sobre nossa adesão aos Princípios, buscaremos resolvê-la por meio do nosso processo interno de solução de reclamações, alternativamente pelo órgão de resolução de disputas independente [JAMS](#) e, sob determinadas condições, pelo [processo de arbitragem do Privacy Shield](#).

Os participantes do Privacy Shield estão sujeitos aos poderes de investigação e de execução da Comissão de Comércio Federal dos Estados Unidos e de outros órgãos legalmente autorizados. Sob determinadas circunstâncias, os participantes podem ser responsáveis pela transferência de dados pessoais dos países da Associação Europeia de Livre Comércio ou do Reino Unido para terceiros fora da dos países da Associação Europeia de Livre Comércio e do Reino Unido. Saiba mais sobre o Privacy Shield UE-EUA e o Privacy Shield Suíça-EUA [aqui](#).

7 Alterações a Esta Política de Privacidade

Nós poderemos revisar esta Política de Privacidade de tempos em tempos. A versão mais atual da política regerá nosso processamento de seus dados pessoais e estará sempre disponível em <https://twitter.com/privacy>. Se efetuarmos uma alteração a esta Política que, a nosso critério exclusivo, for substancial, nós o notificaremos no Twitter.com, Twitter para iOS ou Twitter para Android, por meio de uma conta do Twitter pertencente e operada pelo Twitter (por exemplo, [@TwitterSupport](#)) ou por um e-mail enviado ao endereço eletrônico associado à sua conta. Ao continuar a acessar ou utilizar os Serviços após a data de entrada em vigor de tal alteração, você aceita⁹ e concorda em estar vinculado à versão revisada da Política de Privacidade.

Em vigor desde: 18 de Junho de 2020

⁹ **Você está no controle.** Mesmo que o Twitter evolua, você sempre pode alterar as suas configurações de privacidade. Você tem o poder de escolher o que compartilha com o mundo.



As Regras do Twitter

A finalidade do Twitter é proporcionar o diálogo público. Violência, assédio e outros tipos de comportamento semelhantes impedem que as pessoas se expressem e diminuem o valor do diálogo público global. Nossas regras foram criadas para garantir que todas as pessoas possam participar do diálogo público com liberdade e segurança.

Segurança

Violência: não é permitido fazer ameaças de violência contra um indivíduo ou um grupo de pessoas. Também proibimos a glorificação da violência. Saiba mais sobre nossas políticas contra [ameaças violentas](#) e [glorificação da violência](#).

Terrorismo/extremismo violento: não é permitido ameaçar nem promover terrorismo ou extremismo violento. [Saiba mais](#).

Exploração sexual de menores: o Twitter tem uma política de tolerância zero em relação à exploração sexual de menores. [Saiba mais](#).

Abuso/assédio: não é permitido se envolver no assédio direcionado a alguém nem incitar outras pessoas a fazer isso, inclusive desejar que alguém sofra lesões. [Saiba mais](#).



Conduta de propagação de ódio: também não é permitido promover violência, ameaçar ou assediar outras pessoas com base em raça, etnia, nacionalidade, orientação sexual, gênero, identidade de gênero, religião, idade, deficiência ou doença grave. [Saiba mais.](#)

Suicídio ou automutilação: não é permitido promover nem incentivar o suicídio ou a automutilação. [Saiba mais.](#)

Mídia sensível, incluindo violência explícita e conteúdo adulto: não é permitido publicar mídias que contêm conteúdo excessivamente sangrento nem compartilhar conteúdo violento ou adulto em vídeos ao vivo ou fotos de capa ou de perfil. Mídias que representam violência sexual e/ou agressão também não são permitidas. [Saiba mais.](#)

Produtos ou serviços ilegais ou regulamentados: não é permitido usar nosso serviço para nenhuma finalidade ilegal ou como auxílio a atividades ilegais. Isso inclui venda, compra ou facilitação de transações em produtos ou serviços ilegais, bem como determinados tipos de produtos ou serviços regulamentados. [Saiba mais.](#)

Privacidade

Informações privadas: é proibido publicar ou postar informações privadas de outras pessoas (como número de telefone e endereço residencial) sem a permissão e a autorização expressa delas. Também é proibido ameaçar expor informações privadas ou incentivar outras pessoas a fazer isso. [Saiba mais.](#)

Nudez não consensual: não é permitido publicar ou compartilhar fotos ou vídeos íntimos de alguém que tenham sido produzidos ou distribuídos sem o consentimento dessa pessoa. [Saiba mais.](#)

Autenticidade

Spam e manipulação da plataforma: não é permitido usar os serviços do Twitter com o intuito de amplificar ou suprimir informações artificialmente ou se envolver em comportamento que manipule ou prejudique a experiência das pessoas no Twitter. [Saiba mais.](#)

Integridade cívica: você não pode usar os serviços do Twitter para manipular ou interferir em eleições ou outros atos cívicos. Isso inclui publicar ou compartilhar conteúdo que suprime a participação ou induza as pessoas ao erro sobre quando, onde ou como participar de um ato cívico. [Saiba mais.](#)



Falsa identidade: não é permitido assumir a identidade de indivíduos, grupos ou organizações com a intenção de iludir, confundir ou enganar. [Saiba mais](#).

Mídias sintéticas e manipuladas: não é permitido compartilhar de maneira enganosa mídias sintéticas ou manipuladas que provavelmente causarão danos. Além disso, podemos marcar Tweets que contêm mídias sintéticas e manipuladas para ajudar as pessoas a entender a autenticidade delas e fornecer mais contexto. [Saiba mais](#).

Direitos autorais e marca registrada: não é permitido violar os direitos de propriedade intelectual de outras pessoas, incluindo direitos autorais e de marca registrada. Saiba mais sobre a [política de marcas registradas](#) e a [política de direitos autorais](#).

Aplicação e apelações

Saiba mais sobre [nossa abordagem de aplicação da política](#), incluindo possíveis consequências da violação dessas regras ou de tentativas de burlar a aplicação da política, além de como apelar.

Publicidade de terceiros em conteúdo de vídeo

Não é permitido enviar, publicar ou exibir conteúdos de vídeo que incluem publicidade de terceiros, como anúncios em vídeo pre-roll ou gráficos de patrocínio, em nossos serviços ou por meio deles sem nosso consentimento prévio.

Observação: poderá ser necessário alterar essas regras de tempos em tempos para cumprir nossa meta de promover um diálogo público saudável. A versão mais atualizada está sempre disponível em <https://twitter.com/rules>.

ANEXO II– TERMO DE USO DO FACEBOOK

[Cadastre-se](#)

Email ou telefone

Senha

[Esqueceu a conta?](#)[Entrar](#)

1. Os serviços fornecidos

2. Como nossos serviços são financiados

3. Seu compromisso com o Facebook e com nossa comunidade

4. Disposições adicionais

5. Outros termos e políticas que podem se aplicar a você

[Controles de Anúncios do Facebook](#)[Noções Básicas de Privacidade](#)[Política de Cookies](#)[Política de Dados](#)[Mais recursos](#)

- Visualizar uma versão para impressão dos Termos de Serviço

A empresa Facebook agora se chama Meta. Atualizamos nossos Termos de Uso, nossa Política de Dados e nossa Política de Cookies para refletir o novo nome em 4 de janeiro de 2022. Embora o nome da nossa empresa tenha mudado, ainda oferecemos os mesmos produtos, inclusive o aplicativo Facebook from Meta. A nossa Política de Dados e os nossos Termos de Serviço continuam válidos, e a mudança de nome não afeta a forma como usamos ou compartilhamos dados. [Saiba mais sobre a Meta e sobre a nossa visão em relação ao metaverso.](#)

Termos de Serviço

A Meta desenvolve tecnologias e serviços para que as pessoas se conectem umas com as outras, criem comunidades e expandam seus negócios. Estes Termos regem o uso do Facebook, do Messenger e de outros produtos, recursos, aplicativos, serviços, tecnologias e software que oferecemos (os [Produtos da Meta](#) ou [Produtos](#)), exceto quando declaramos expressamente que outros termos (e não estes) se aplicam. Quem fornece esses Produtos para você é a Meta Platforms, Inc.

Não cobramos você pelo uso do Facebook ou de outros produtos e serviços cobertos por estes Termos. Em vez disso, empresas e organizações nos pagam para lhe mostrar anúncios de seus produtos e serviços. Quando você usa nossos Produtos, concorda que podemos mostrar anúncios que consideramos relevantes para você e seus interesses. Usamos seus dados pessoais para ajudar a determinar quais anúncios mostrar.

Não vendemos seus dados pessoais para anunciantes e não compartilhamos informações de identificação pessoal (como nome, endereço de email ou outras informações de contato) com os anunciantes, a menos que tenhamos sua permissão específica. Em vez disso, os anunciantes nos informam os tipos de público que desejam que vejam os anúncios, e nós mostramos esses anúncios para pessoas que podem estar interessadas. Oferecemos aos anunciantes relatórios sobre o desempenho dos anúncios para ajudá-los a entender como as pessoas estão interagindo com o conteúdo. Veja a Seção 2 abaixo para saber mais.

Nossa [Política de Dados](#) explica como coletamos e usamos seus dados pessoais para determinar alguns dos anúncios que serão exibidos e fornecer todos os outros serviços descritos abaixo. Você também pode ir para as suas [Configurações](#) a qualquer momento para analisar as escolhas de privacidade sobre como usamos seus dados.

[Voltar ao topo](#)

1. Os serviços fornecidos

Nossa missão é proporcionar às pessoas o poder de criar comunidades e aproximar o mundo. Para ajudar a promover essa missão, fornecemos os Produtos e serviços descritos abaixo para você:

Proporcionar uma experiência personalizada para você:

sua experiência no Facebook não se compara à de mais ninguém. Isso inclui desde as publicações, os stories, os eventos, os anúncios e outros conteúdos que você vê no Feed de Notícias ou na nossa plataforma de vídeo até as Páginas do Facebook que você segue e outros recursos, como a seção Em alta, o Facebook Marketplace e a pesquisa. Usamos os dados que temos (como as conexões feitas, as escolhas e as configurações selecionadas, os compartilhamentos e a atividade dentro e fora dos nossos Produtos) para personalizar sua experiência.

Conectar você com as pessoas e organizações com as quais se importa:

ajudamos você a encontrar e se conectar com pessoas, grupos, empresas, organizações e outras entidades do seu interesse nos Produtos da Meta que você usa. Usamos os dados que temos para fazer sugestões a você e outras pessoas; por exemplo, grupos dos quais participar, eventos aos quais comparecer, Páginas do Facebook para seguir ou enviar uma mensagem, programas aos quais assistir e pessoas que você talvez queira ter como amigas. Laços mais fortes ajudam a criar comunidades melhores, e acreditamos que nossos serviços são mais úteis quando as pessoas estão conectadas a pessoas, grupos e organizações que sejam relevantes a elas.

Permitir que você se expresse e fale sobre o que é importante para você:

há muitas maneiras de se expressar no Facebook e de comunicar aos amigos, familiares e outras pessoas sobre o que é importante para você. Por exemplo, é possível compartilhar atualizações de status, fotos, vídeos e stories nos Produtos da Meta que você usa, enviar mensagens a um amigo ou a diversas pessoas, criar eventos ou grupos ou adicionar conteúdo ao perfil. Também desenvolvemos e continuamos explorando novas formas de uso da tecnologia, como a realidade aumentada e o vídeo 360. Assim, as pessoas podem criar e compartilhar conteúdo mais expressivo e envolvente nos Produtos da Meta.

Ajudar você a descobrir conteúdo, produtos e serviços que possam ser de seu interesse:

exibimos anúncios, ofertas e outros tipos de conteúdo patrocinado para ajudar você a descobrir conteúdo, produtos e serviços que várias empresas e organizações que usam o Facebook e outros Produtos da Meta oferecem. A seção 2 abaixo explica isso com mais detalhes.

Combater condutas prejudiciais, proteger e oferecer suporte para nossa comunidade:

As pessoas só criariam comunidades nos Produtos da Meta se sentirem que estão seguras. Contamos com equipes exclusivas em todo o mundo e desenvolvemos sistemas técnicos avançados para detectar o uso inadequado dos nossos Produtos, condutas prejudiciais contra outras

pessoas e situações em que podemos ajudar a apoiar ou proteger nossa comunidade. Se esse tipo de conteúdo ou conduta vier ao nosso conhecimento, tomaremos as medidas adequadas, como oferecer ajuda, remover o conteúdo, remover ou bloquear o acesso a determinados recursos, desativar uma conta ou entrar em contato com as autoridades. Compartilhamos dados com outras [Empresas da Meta](#) quando detectamos o uso inadequado ou conduta prejudicial de um usuário dos nossos Produtos.

Usar e desenvolver tecnologias avançadas para fornecer serviços seguros e funcionais para todos:

Usamos e desenvolvemos tecnologias avançadas (como inteligência artificial, sistemas de aprendizado de máquina e realidade aumentada) para que as pessoas possam usar nossos Produtos com segurança, independentemente de capacidade física ou localização geográfica. Por exemplo, tecnologias como essas ajudam pessoas com deficiência visual a compreender o que ou quem está nas fotos ou vídeos compartilhados no Facebook ou no Instagram. Também criamos redes sofisticadas e tecnologias de comunicação para ajudar mais pessoas a se conectar à internet em áreas com acesso limitado. Além disso, desenvolvemos sistemas automatizados para melhorar nossa capacidade de detectar e remover atividades abusivas e perigosas que possam causar prejuízos à nossa comunidade e à integridade de nossos Produtos.

Pesquisar formas de melhorar nossos serviços:

Realizamos pesquisa para desenvolver, testar e melhorar nossos Produtos. Isso inclui a análise dos dados que temos sobre os nossos usuários e o entendimento de como as pessoas usam nossos Produtos, por exemplo, realizando pesquisas e testes, e resolvendo problemas de novos recursos. Nossa [Política de Dados](#) explica como usamos dados para embasar essa pesquisa com o propósito de desenvolver e melhorar nossos serviços.

Proporcionar experiências consistentes e integradas entre os Produtos das Empresas da Meta:

nossos produtos ajudam você a encontrar pessoas, grupos, empresas, organizações e outras entidades que sejam importantes para você e se conectar com elas. Criamos nossos sistemas para que sua experiência seja consistente e integrada entre os [Produtos das Empresas da Meta](#) que você usa. Por exemplo, usamos dados sobre as pessoas com as quais você interage no Facebook para facilitar sua conexão com elas no Instagram ou no Messenger. Além disso, possibilitamos que você entre em contato com uma empresa que você segue no Facebook pelo Messenger.

Possibilitar acesso global a nossos serviços:

para operar nosso serviço global, precisamos armazenar e distribuir conteúdo e dados nos nossos data centers e sistemas em todo o mundo, inclusive fora do seu país de residência. Quem pode operar ou controlar essa infraestrutura são a Meta Platforms, Inc., a Meta Platforms Ireland Limited ou suas afiliadas.

[Voltar ao topo](#)

2. Como nossos serviços são

financiados

Em vez de pagar pelo uso do Facebook e de outros produtos e serviços que oferecemos, acessando os Produtos do Facebook cobertos por estes Termos, você concorda que podemos lhe mostrar anúncios que empresas e organizações nos pagam para promover dentro e fora dos [Produtos das Empresas do Facebook](#). Usamos seus dados pessoais, como informações sobre suas atividades e interesses, para lhe mostrar anúncios mais relevantes.

A proteção da privacidade das pessoas é fundamental para a forma como concebemos o nosso sistema de anúncios. Isso significa que podemos lhe mostrar anúncios úteis e relevantes sem que os anunciantes saibam quem você é. Não vendemos suas informações pessoais. Permitimos que os anunciantes nos informem suas metas comerciais e o tipo de público que desejam alcançar com o anúncio (por exemplo, pessoas entre 18 e 35 anos que gostam de ciclismo). Então, mostramos o anúncio para pessoas que podem estar interessadas.

Também oferecemos aos anunciantes relatórios sobre o desempenho dos anúncios para ajudá-los a entender como as pessoas estão interagindo com o conteúdo dentro e fora do Facebook. 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. Não compartilhamos informações que identifiquem você diretamente (como seu nome ou endereço de email, que alguém poderia usar para entrar em contato com você ou identificar quem você é), a menos que você nos dê permissão específica. Saiba mais sobre como os anúncios do Facebook funcionam [aqui](#).

Coletamos e usamos seus dados pessoais a fim de fornecer os serviços descritos acima para você. Saiba mais sobre como coletamos e usamos seus dados em nossa [Política de Dados](#). Você tem controle sobre os tipos de anúncios e anunciantes que vê, bem como sobre os tipos de informações usadas por nós para determinar quais anúncios mostraremos para você. [Saiba mais](#).

[Voltar ao topo](#)

3. Seu compromisso com o Facebook e com nossa comunidade

Fornecemos estes serviços para você e para outras pessoas a fim de ajudar a promover nossa missão. Em troca, precisamos que você assuma os seguintes compromissos:

1. Quem pode usar o Facebook

Quando as pessoas se responsabilizam pelas próprias opiniões e ações, nossa comunidade se torna mais segura e responsável. Por isso, você deve:

- Usar o mesmo nome que usa na sua vida cotidiana.
- Fornecer informações precisas sobre você.
- Criar somente uma conta (sua própria) e usar sua linha do tempo para fins pessoais.
- Abster-se de compartilhar sua senha, dar acesso à sua conta do Facebook a terceiros ou transferir sua conta para outra pessoa (sem a nossa permissão).

Tentamos fazer com que o Facebook esteja amplamente disponível para todos, mas você não poderá usá-lo se:

- Você for menor de 13 anos (ou se estiver abaixo da idade legal mínima no seu país para usar nossos Produtos).
- Você tiver sido condenado por crime sexual.
- Nós tivermos desativado anteriormente sua conta por violações dos nossos Termos ou Políticas.
- Você estiver proibido de receber nossos produtos, serviços ou software de acordo com as leis aplicáveis.

2. O que você pode compartilhar e fazer nos Produtos da Meta

Queremos que as pessoas usem os Produtos da Meta para se expressar e compartilhar conteúdo que seja importante para elas, mas não às custas da segurança e do bem-estar de outras pessoas ou da integridade da nossa comunidade. Por isso, você concorda em não adotar o comportamento descrito abaixo nem facilitar ou apoiar que outras pessoas o façam:

1. Você não pode usar nossos Produtos para fazer ou compartilhar conteúdo:

- que viole estes Termos, nossos Padrões da Comunidade e outros termos e políticas aplicáveis ao uso dos nossos Produtos;
- que seja ilegal, enganoso, discriminatório ou fraudulento; e
- que viole o direito de outras pessoas, incluindo direitos de propriedade intelectual.

2. Você não pode carregar vírus ou códigos mal-intencionados, nem fazer algo que possa desativar, sobrecarregar ou afetar o funcionamento adequado ou a aparência dos nossos Produtos.

3. Você não pode acessar ou coletar dados dos nossos Produtos usando meios automatizados (sem a nossa permissão prévia) ou tentar acessar dados que não tenha permissão para acessar.

Podemos remover ou restringir o acesso a conteúdo que viole essas disposições.

Se removermos conteúdo que você compartilhou por violação a nossos Padrões da Comunidade, avisaremos a você e explicaremos suas opções para solicitar outra análise, a menos que você viole de forma grave ou repetida estes Termos ou faça algo que possa expor a nós ou outros a responsabilidades legais; prejudicar nossa comunidade de usuários; comprometer ou interferir na integridade ou operação de qualquer um dos nossos serviços, sistemas ou Produtos; quando formos restritos devido a limitações técnicas; ou quando formos proibidos de fazê-lo por motivos legais.

Para preservarmos nossa comunidade, incentivamos você a denunciar conteúdo ou conduta que considere violar seus direitos (incluindo direitos de propriedade intelectual) ou nossos termos e políticas.

Também podemos remover ou restringir o acesso ao seu conteúdo, serviços ou informações caso julguemos necessário para evitar ou reduzir impactos jurídicos ou regulatórios adversos para a Meta.

3. As permissões que você nos concede

Precisamos de algumas permissões suas para fornecer nossos serviços:

1. Permissão para usar o conteúdo que você cria e compartilha: o conteúdo compartilhado ou carregado como fotos e vídeos pode

conteúdo compartilhado ou carregado, como fotos e vídeos, podem ser protegido por leis de propriedade intelectual.

Você é titular dos direitos de propriedade intelectual (como direitos autorais ou marcas comerciais) sobre o conteúdo que cria e compartilha no Facebook e em outros [Produtos das Empresas da Meta](#) que você usa. Além disso, nada nestes Termos retira os direitos que você tem sobre o conteúdo que produz. Você é livre para compartilhar esse conteúdo com qualquer pessoa, onde você quiser.

No entanto, para fornecer nossos serviços, precisamos que você nos conceda algumas permissões legais (conhecidas como “licença”) para usar esse conteúdo. Isso é apenas para fins de fornecimento e melhoria dos nossos Produtos e serviços como descrito na seção 1 acima.

Especificamente, quando você compartilha, publica ou carrega conteúdo protegido por direitos de propriedade intelectual nos nossos Produtos ou a eles relacionados, você nos concede uma licença não exclusiva, transferível, sublicenciável, isenta de royalties e válida mundialmente para hospedar, usar, distribuir, modificar, veicular, copiar, reproduzir publicamente ou exibir e traduzir seu conteúdo, assim como criar trabalhos derivados dele, (de modo consistente com as suas configurações de [privacidade](#) e do [aplicativo](#)). Isso significa que você, ao compartilhar uma foto no Facebook, permite que nós (mais uma vez, de modo consistente com as suas configurações) armazenemos e copiemos essa foto, além de compartilhá-la com outras pessoas, como os provedores de serviços que viabilizam a operação do nosso serviço ou de outros Produtos da Meta que você usa. Vale destacar que, quando excluímos seu conteúdo dos nossos sistemas, essa licença é encerrada.

Para remover conteúdo individualmente ou de uma vez só, basta excluir sua conta. [Saiba mais](#) sobre como excluir sua conta. Você pode [baixar uma cópia](#) dos seus dados a qualquer momento antes de excluir sua conta.

Quando você excluir o conteúdo, ele deixará de estar visível para outros usuários. No entanto, ele poderá continuar a existir em outros locais nos nossos sistemas quando:

- A exclusão imediata não for possível devido a limitações técnicas (neste caso, seu conteúdo será excluído em, no máximo, 90 dias de quando você o excluiu);
- Seu conteúdo tiver sido usado por outras pessoas de acordo com essa licença, e elas não o excluíram (neste caso, a licença continuará a ser aplicável até que aquele conteúdo seja excluído); ou
- A exclusão imediata restringiria nossa capacidade de:
 - Investigar ou identificar atividade ilegal ou violações aos nossos termos e políticas (por exemplo, para identificar ou investigar o uso indevido de Produtos ou sistemas);
 - Cumprir uma obrigação legal, como a preservação de provas; ou
 - atender a uma solicitação de uma autoridade judicial ou administrativa, de aplicação da lei ou de uma agência governamental.

Neste caso, o conteúdo será mantido apenas pelo tempo necessário para os fins para os quais foi retido (a duração exata

variará caso a caso).

Em cada caso acima, a licença será mantida até que o conteúdo tenha sido totalmente excluído.

2. Permissão para usar seu nome, foto do perfil e informações sobre suas ações com anúncios e conteúdo patrocinado: você nos dá permissão para usar seu nome, foto do perfil e informações sobre ações realizadas no Facebook que estejam próximas ou relacionadas a anúncios, ofertas e outros conteúdos patrocinados que exibimos nos nossos Produtos sem o pagamento de nenhuma remuneração a você. Por exemplo, podemos mostrar aos seus amigos que você tem interesse em um evento anunciado ou que você curtiu uma Página do Facebook de uma marca que nos pagou para exibir anúncios na plataforma. Somente as pessoas que têm permissão para ver sua atividade nos produtos da Meta podem ver esse tipo de anúncio. Saiba mais sobre as suas configurações e preferências de anúncios.
3. Permissão para atualizar software que você usar ou baixar: se você baixar ou usar nosso software, você nos dará permissão para baixar e instalar atualizações para o software quando disponíveis.

4. Limites no uso de nossa propriedade intelectual

Se você usar conteúdo protegido por direitos de propriedade intelectual que detemos e disponibilizamos em nossos Produtos (por exemplo, imagens, desenhos, vídeos ou sons fornecidos por nós que você adiciona ao conteúdo que cria ou compartilha no Facebook), nós manteremos todos os direitos sobre esse conteúdo (mas não sobre o conteúdo de sua propriedade). Você só pode usar nossos direitos autorais ou marcas comerciais (ou quaisquer marcas semelhantes) conforme expressamente permitido por nossas Diretrizes de Uso de Marca ou com nossa permissão prévia por escrito. Você deve obter nossa permissão por escrito (ou permissão sob uma licença de código aberto) para modificar, criar trabalhos derivados, descompilar ou de outra forma tentar extrair o código-fonte de nós.

[Voltar ao topo](#)

4. Disposições adicionais

1. Atualização de nossos Termos

Trabalhamos constantemente para aperfeiçoar nossos serviços e desenvolver novos recursos para tornar nossos Produtos melhores para você e para nossa comunidade. Como resultado, poderemos atualizar estes Termos periodicamente para que eles reflitam de forma precisa nossos serviços e práticas. Somente faremos alterações se as provisões não forem mais adequadas ou caso se mostrem incompletas, e apenas se as alterações forem razoáveis e levarem em consideração seus interesses.

Você será notificado (por exemplo, por email ou por meio dos nossos Produtos) no mínimo 30 dias antes de alterarmos estes Termos e terá a oportunidade de analisar tais alterações antes que entrem em vigor, salvo quando exigidas por lei. Após esse período, você estará vinculado aos Termos atualizados se continuar usando nossos Produtos.

Esperamos que você continue usando nossos Produtos. Porém, caso discorde das alterações nos nossos Termos e não queira mais fazer parte

da comunidade da Meta, é possível excluir sua conta a qualquer momento.

2. Suspensão ou encerramento da conta

Queremos que o Facebook seja um espaço em que as pessoas se sintam bem-vindas e seguras para se expressar e compartilhar seus pensamentos e ideias.

Se entendermos que você violou nossos Termos ou Políticas de forma manifesta, grave ou recorrente, inclusive nossos Padrões da Comunidade em particular, poderemos suspender ou desativar permanentemente o acesso à sua conta. Poderemos também suspender ou desativar sua conta se você violar recorrentemente os direitos de propriedade intelectual de outra pessoa ou quando formos obrigados por motivos legais.

Se realizarmos essas ações, avisaremos a você e explicaremos suas opções para solicitar uma análise, a menos que isso possa nos expor ou a outros a responsabilidades legais; prejudicar nossa comunidade de usuários; comprometer ou interferir na integridade ou operação de qualquer um dos nossos serviços, fontes ou Produtos; quando formos restritos devido a limitações técnicas; ou quando formos proibidos de fazê-lo por motivos legais.

[Saiba mais](#) sobre o que você pode fazer se sua conta for desativada e como entrar em contato conosco se acreditarmos que desativamos sua conta por engano.

Se você excluir ou se nós desativarmos sua conta, estes Termos serão encerrados como um acordo entre você e nós, mas as seguintes disposições continuarão vigentes: 3, 4.2-4.5.

3. Limites da responsabilidade

Trabalhamos continuamente para fornecer os melhores Produtos possíveis e especificar diretrizes claras para todos os usuários. Nossos Produtos, no entanto, são fornecidos “no estado em que se encontram”, e não damos nenhuma garantia de que eles sempre serão seguros, ou estarão livres de erros, ou de que funcionarão sem interrupções, atrasos ou imperfeições. No limite permitido por lei, também nos EXIMIMOS DE TODAS AS GARANTIAS, EXPLÍCITAS OU IMPLÍCITAS, INCLUSIVE AS GARANTIAS IMPLÍCITAS DE COMERCIABILIDADE, ADEQUAÇÃO A UMA DETERMINADA FINALIDADE, TÍTULO E NÃO VIOLAÇÃO. Não controlamos nem orientamos o que as pessoas e terceiros fazem ou dizem e não somos responsáveis pela conduta deles (seja online ou offline) ou por qualquer conteúdo que compartilham (inclusive conteúdo ofensivo, inadequado, obsceno, ilegal ou questionável).

Não podemos prever a ocorrência de problemas com os nossos Produtos. Sendo assim, nossa responsabilidade é limitada à extensão máxima permitida pela lei aplicável. Além disso, não somos responsáveis perante você por perdas de lucros, receitas, informações ou dados, tampouco por indenizações punitivas, incidentais ou por dano indireto decorrentes destes Termos ou dos Produtos do Facebook ou a eles relacionados, ainda que tenhamos sido avisados da possibilidade dessas indenizações.

4. Contestações

Tentamos fornecer regras claras de modo a limitar ou até evitar conflitos entre você e o Facebook. No entanto, caso isso seja inevitável, é útil saber com antecedência onde resolvê-los e quais leis são aplicáveis.

Se você é consumidor, as leis do país em que você reside são aplicáveis a qualquer reivindicação, causa de pedir ou conflito que você tenha contra nós decorrente destes Termos ou dos produtos da Meta e a eles.

nos decorrente destes Termos ou dos produtos da Meta e a elas relacionados. Além disso, é possível resolver essa reivindicação em qualquer tribunal competente desse país com jurisdição sobre ela. Em todos os outros casos, você concorda que a reivindicação seja resolvida exclusivamente no Tribunal Distrital dos EUA para o Distrito Norte da Califórnia ou em um tribunal estadual localizado no Condado de San Mateo. Você também concorda em se submeter à competência em razão da pessoa desses tribunais para discutir judicialmente qualquer reivindicação e aceita que as leis do estado da Califórnia regem estes Termos e qualquer reivindicação, independentemente de conflitos nas disposições legais.

5. Outro

1. Estes Termos (anteriormente conhecidos como Declaração de Direitos e Responsabilidades) constituem o acordo integral entre você e a Meta Platforms, Inc. sobre o uso dos nossos Produtos. Eles substituem quaisquer acordos anteriores.
2. Alguns dos Produtos que oferecemos são também regidos por termos complementares. Se você usar algum desses Produtos, termos complementares serão disponibilizados e integrarão nosso acordo com você. Por exemplo, se acessar ou usar nossos Produtos para fins comerciais ou empresariais, como comprar anúncios, vender produtos, desenvolver aplicativos, administrar um grupo ou Página para sua empresa ou usar nossos serviços de mensuração, você deverá concordar com os nossos [Termos Comerciais](#). Se publicar ou compartilhar conteúdo com música, você deverá concordar com as nossas [Diretrizes de Música](#). Se quaisquer termos complementares conflitarem com estes Termos, os termos complementares prevalecerão na extensão do conflito.
3. Se qualquer parte destes Termos for considerada como não aplicável, a parte restante permanecerá em pleno vigor e efeito. Se falharmos em executar qualquer parte destes Termos, isso não será considerado como uma renúncia. Quaisquer alterações ou renúncias destes Termos devem ser feitas por escrito e assinadas por nós.
4. Você não transferirá qualquer dos seus direitos ou obrigações previstos nestes Termos para qualquer outra pessoa sem o nosso consentimento.
5. Você pode designar uma pessoa (chamada “contato herdeiro”) para administrar sua conta caso ela seja transformada em memorial. Somente seu contato herdeiro ou uma pessoa que você tenha identificado em um testamento válido ou documento semelhante que expresse consentimento claro para divulgar seu conteúdo em caso de morte ou incapacidade poderá buscar a [divulgação](#) da sua conta depois que ela for transformada em memorial.
6. Estes Termos não conferem quaisquer direitos de terceiros beneficiários. Todos os nossos direitos e obrigações previstos nestes Termos são livremente transferíveis por nós em caso de fusão, aquisição, venda de ativos ou por força de lei ou outro fator.
7. Você deve estar ciente de que nós podemos ter que alterar o nome de usuário da sua conta em determinadas circunstâncias (por exemplo, se outra pessoa reivindicar tal nome de usuário e entendermos que ele não tem relação com o nome que você usa na sua vida cotidiana). Você será notificado com antecedência e receberá uma explicação sobre a alteração caso tenhamos que fazê-las.
8. Sempre apreciamos receber seu feedback e outras sugestões sobre nossos produtos e serviços. Mas esteja ciente de que podemos usá-

ossos produtos e serviços. Irmás Escola ciente de que podemos usá-los sem qualquer restrição ou obrigação de remunerar você, e não temos o dever de mantê-los sob confidencialidade.

9. Nós nos reservamos todos os direitos não concedidos expressamente a você.

[Voltar ao topo](#)

5. Outros termos e políticas que podem se aplicar a você

- Padrões da Comunidade: essas diretrizes descrevem nossos padrões sobre o conteúdo publicado no Facebook e a atividade nessa plataforma e em outros Produtos da Meta.
- Termos Comerciais: esses termos são aplicáveis caso você também acesse ou use nossos Produtos para qualquer finalidade comercial ou empresarial, incluindo publicidade, operação de um aplicativo na nossa Plataforma, uso dos nossos serviços de mensuração, administração de um grupo ou uma Página para uma empresa ou venda de bens ou serviços.
- Políticas de Publicidade: essas políticas especificam quais tipos de conteúdo de anúncio os parceiros que anunciam nos Produtos da Meta podem publicar.
- Termos de Autoatendimento de Publicidade: esses termos são aplicáveis quando você usa as interfaces de autoatendimento de publicidade para criar, enviar ou veicular publicidade ou outra atividade ou conteúdo comercial ou patrocinado.
- Políticas de Páginas, Grupos e Eventos do Facebook: essas diretrizes são aplicáveis se você cria ou administra uma Página, um grupo ou um evento do Facebook ou usa essa plataforma para divulgar ou administrar uma promoção.
- Termos da Plataforma da Meta: essas diretrizes descrevem as políticas aplicáveis ao uso da nossa Plataforma (por exemplo, para desenvolvedores ou operadores de um aplicativo ou site da Plataforma ou para quem usa plug-ins sociais).
- Termos de Pagamento do Desenvolvedor: esses termos se aplicam aos desenvolvedores de aplicativos que usam os Pagamentos do Facebook.
- Termos de Pagamento da Comunidade: esses termos se aplicam aos pagamentos feitos nos Produtos da Meta ou por meio deles.
- Políticas Comerciais: essas diretrizes descrevem as políticas aplicáveis quando você oferece produtos e serviços para venda no Facebook.
- Recursos de Marca da Meta: essas diretrizes descrevem as políticas que se aplicam ao uso das marcas comerciais, dos logotipos e das capturas de tela da Meta.
- Diretrizes de Música: essas diretrizes descrevem as políticas que se aplicam à publicação ou ao compartilhamento de conteúdo com música nos Produtos da Meta.
- Políticas do Live: essas políticas se aplicam a todo o conteúdo transmitido no Facebook Live.

Data da última revisão: 22 de outubro de 2020

[Cadastre-se](#)

Email ou telefone

Senha

[Esqueceu a conta?](#)

Que tipo de informações coletamos?

Como usamos essas informações?

Como essas informações são compartilhadas?

Como as Empresas da Meta trabalham em conjunto?

Como faço para controlar ou excluir informações sobre mim?

Como respondemos a solicitações legais ou prevenimos danos?

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

Como notificaremos você sobre mudanças nesta política?

Aviso de privacidade do Brasil

Como entrar em contato conosco em caso de dúvidas

Controles de Anúncios do Facebook

Noções Básicas de Privacidade

Política de Cookies

Termos

Mais recursos

- Veja uma versão para impressão da Política de Dados
- Ferramentas interativas
- Menores de idade e segurança
- Página de privacidade do Facebook
- Página de segurança do Facebook
- Página de governança do site do Facebook
- Aviso do EU-U.S. Privacy Shield e Swiss-U.S. Privacy Shield

A empresa Facebook agora se chama Meta. Atualizamos nossos Termos de Uso, nossa Política de Dados e nossa Política de Cookies para refletir o novo nome em 4 de janeiro de 2022. Embora o nome da nossa empresa tenha mudado, ainda oferecemos os mesmos produtos, inclusive o aplicativo Facebook from Meta. A nossa Política de Dados e os nossos Termos de Serviço continuam válidos, e a mudança de nome não afeta a forma como usamos ou compartilhamos dados. Saiba mais sobre a Meta e sobre a nossa visão em relação ao metaverso.

Política de Dados

Esta política descreve as informações que tratamos para viabilizar a operação do Facebook, do Instagram, do Messenger e de outros produtos e recursos que a Meta Platforms, Inc. ([Produtos da Meta](#) ou [Produtos](#)) oferece. Você pode encontrar outras informações e ferramentas nas configurações do [Facebook](#) e nas do [Instagram](#).

[Voltar ao topo](#)

Que tipo de informações coletamos?

Para oferecermos os Produtos da Meta, precisamos tratar informações sobre você. Os tipos de informações coletadas dependem de como você usa nossos Produtos. Para saber mais sobre como acessar e excluir as informações que coletamos, acesse as configurações [Facebook](#) e as do [Instagram](#).

Algo que você e outras pessoas fazem e fornecem.

- **Informações e conteúdo 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 a sua opção religiosa, preferência política, saúde ou por quem você “tem interesse”. Essas e outras informações (como origem

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, as contas, as hashtags, os grupos e as Páginas do Facebook com os quais você se conecta e sobre como você interage com eles nos nossos Produtos, como as pessoas com quem você mais se comunica ou os grupos dos quais você faz parte. Também coletamos informações de contato caso você as carregue, sincronize ou importe de um dispositivo (como uma agenda de contatos, um registro de chamadas ou um histórico de SMS), as quais usamos para ajudar você e outros usuários a encontrar pessoas que talvez vocês conheçam e para cumprir 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 nos 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 computadores, telefones, TVs conectadas e outros dispositivos conectados à web que você usa e que se integram aos nossos Produtos, além de combinarmos essas informações dos diferentes dispositivos que você usa. Por exemplo, usamos as informações coletadas sobre o uso dos nossos Produtos no seu telefone para personalizar melhor o conteúdo (inclusive anúncios) ou os recursos que você vê ao usar nossos Produtos em outro dispositivo, como seu laptop ou tablet, ou para avaliar se você, em resposta a um anúncio que exibimos no seu telefone, realizou uma ação em outro dispositivo.

As informações que obtemos destes dispositivos incluem:

- **Atributos do dispositivo:** informações como o sistema operacional, as versões do hardware e do software, o nível da bateria, a força do sinal, o espaço de armazenamento disponível, o tipo de navegador, os nomes e os tipos de arquivo e de aplicativo e os plug-ins.
- **Operações do dispositivo:** informações sobre operações e

- **Operações do dispositivo:** informações sobre operações e comportamentos realizados no dispositivo, como se uma janela está em primeiro ou segundo plano ou quais movimentos são feitos com o mouse (que podem ajudar a distinguir humanos de bots).
- **Identificadores:** identificadores exclusivos, IDs do dispositivo e outros identificadores, como os de jogos, aplicativos ou contas que você usa e a identificação de dispositivo da família (ou outros identificadores exclusivos dos [Produtos das Empresas da Meta](#) 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 recebemos 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 da 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 do seu celular para a 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.

Anunciantes, desenvolvedores de [aplicativos](#) e publishers podem nos enviar informações pelas [Ferramentas da Meta para Empresas](#) que eles usam, incluindo nossos plug-ins sociais (como o botão Curtir), o Login do Facebook, nossas [APIs e SDKs](#) e o [pixel da Meta](#). Esses parceiros disponibilizam informações sobre as atividades que você realiza fora dos nossos Produtos, inclusive aquelas sobre o dispositivo usado, os sites acessados, as compras feitas, os anúncios vistos e o modo como você usa os serviços deles, independentemente de ter ou não uma conta ou de estar conectado aos nossos Produtos. Por exemplo, um desenvolvedor de jogos pode usar nossa API para nos informar quais jogos você joga ou uma empresa pode nos informar sobre uma compra que você fez na loja dela. Além disso, recebemos informações sobre as 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 de quem recebemos dados.

Para saber mais sobre como usamos cookies relacionados às [Ferramentas da Meta para Empresas](#), leia 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 (sujeitas às suas escolhas) conforme descrito abaixo e para fornecer os Produtos da Meta e os serviços relacionados descritos nos Termos da Meta e nos Termos do Instagram, assim como oferecer suporte para eles. Veja como:

fornecer, personalizar e aprimorar nossos Produtos.

Usamos as informações que temos para oferecer nossos Produtos, inclusive para personalizar recursos e conteúdo (como os anúncios, o Feed de Notícias do Facebook, o Feed do Instagram e o Instagram Stories) e apresentar sugestões a você (como grupos ou eventos pelos quais você pode se interessar ou tópicos que talvez você queira seguir) dentro e fora dos nossos Produtos. Para criar Produtos personalizados que sejam únicos e relevantes para você, usamos suas conexões, preferências, atividades e 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); o modo como você usa nossos Produtos e interage com eles; e as pessoas ou os lugares com os quais você esteja conectado e nos quais tenha interesse dentro e fora dos nossos Produtos. Confira como usamos informações sobre você para personalizar sua experiência no Facebook e no Instagram, inclusive recursos, conteúdo e recomendações nos Produtos da Meta. Veja também como escolhemos os anúncios que você vê.

- **Informações em Produtos da Meta e dispositivos:** conectamos informações sobre as suas atividades em diferentes Produtos da Meta e dispositivos para proporcionar uma experiência mais personalizada e consistente em todos os Produtos da Meta que você consome, onde quer que os use. Por exemplo, podemos sugerir que você participe de um grupo no Facebook que inclui pessoas que você segue no Instagram ou com as quais você se comunica no Messenger. Também podemos tornar sua experiência mais integrada, por exemplo, preenchendo automaticamente informações de cadastro (como número de telefone) por meio de um Produto da Meta quando você se cadastra para criar uma conta em outro Produto.
- **Informações relacionadas à localização:** usamos informações relacionadas à localização, como sua localização atual, o local onde você mora, os lugares que você gosta de frequentar, bem como as empresas e as pessoas que estão perto de você, a fim de oferecer, personalizar e aprimorar nossos Produtos, inclusive os anúncios, para você e outras pessoas. As informações relacionadas à localização podem se basear na localização precisa do dispositivo (caso você tenha nos dado permissão para coletar esse dado), em endereços IP e em informações sobre o uso dos Produtos da Meta 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, testando novos recursos e produtos e resolvendo problemas com eles.
- **Anúncios e outro conteúdo patrocinado:** usamos as informações que temos sobre você, inclusive informações sobre os 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 as suas opções em relação aos dados que usamos para selecionar anúncios e outros tipos de conteúdo patrocinados para você nas configurações do Facebook e nas do

Fornecer mensuração, análises e outros serviços comerciais.

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

Promover segurança e integridade.

Usamos as informações que temos para verificar contas e atividades, combater condutas prejudiciais, detectar e prevenir spam e outras experiências negativas, manter a integridade dos nossos Produtos e promover a segurança dentro e fora dos Produtos da Meta. Por exemplo, usamos os dados que temos não só para investigar atividades suspeitas ou violações dos nossos termos ou políticas, mas também 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 comunicarmos com você sobre os nossos Produtos e para informar você sobre as 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 quem colaboramos) para realizar e apoiar [pesquisas](#) e inovação em tópicos relacionados ao bem-estar social geral, ao avanço tecnológico, ao interesse público, à saúde e ao bem-estar. Por exemplo, [analisamos as informações que temos sobre padrões de migração durante crises](#) para auxiliar na ajuda humanitária. [Saiba mais](#) sobre os 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 da Meta

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

Elas podem ver o conteúdo que você envia. Sua rede também pode ver as ações que você realizou nos nossos Produtos, incluindo o envolvimento com anúncios e conteúdo patrocinado. Também permitimos que outras contas vejam quem viu o Facebook ou o Instagram Stories delas.

Informações públicas podem ser vistas por qualquer pessoa, dentro e fora dos nossos Produtos, inclusive sem uma conta. Isso inclui seu nome de usuário do Instagram; qualquer informação compartilhada publicamente; as informações do seu [perfil público no Facebook](#); e o conteúdo compartilhado em uma Página do Facebook, em uma [conta pública do Instagram](#) ou em qualquer outro fórum público, como o [Facebook Marketplace](#). Você, outras pessoas que usam o Facebook e o Instagram e nós podemos dar acesso ou enviar informações públicas a qualquer pessoa dentro e fora dos nossos Produtos, inclusive em outros Produtos das Empresas da Meta, em resultados de pesquisas ou por meio de ferramentas e APIs. É possível também ver, acessar, recompartilhar ou baixar informações públicas por meio de serviços de terceiros (como mecanismos de pesquisa e APIs), mídia offline (como a TV), 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 recompõem sobre você

Você deve ponderar com quem escolhe compartilhar, porque as pessoas que podem visualizar suas atividades nos nossos Produtos podem decidir compartilhá-las com terceiros dentro e fora dos 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 dos 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 escolhido. Por exemplo, as pessoas podem compartilhar uma foto sua em um story, 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 nos nossos Produtos, saiba como [denunciar o conteúdo](#).

Informações sobre o seu status ativo ou presença nos nossos Produtos.

As pessoas em suas redes podem ver sinais informando se você está ativo nos 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 nos nossos Produtos ou que usam nossos Produtos.

Quando você decide usar aplicativos, sites ou outros serviços de terceiros que utilizam ou estão integrados aos nossos Produtos, eles podem receber informações sobre o que você publica ou compartilha. Por exemplo, quando você joga um jogo com os 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 as 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 os 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 aquelas que seus amigos compartilham com você, de modo que possam fornecer nossa principal funcionalidade.

Observação: estamos restringindo ainda mais o acesso de desenvolvedores a dados para ajudar a prevenir abusos. Por exemplo, removeremos o acesso dos desenvolvedores aos seus dados do Facebook e do Instagram se você não tiver usado o aplicativo deles por três meses. Além disso, estamos alterando o login. Assim, na próxima versão, reduziremos os dados que um aplicativo pode solicitar, isento de análise, para incluir apenas nome, biografia e nome de usuário do Instagram, foto do perfil e endereço de email. Será necessária nossa aprovação para solicitar outros dados.

Novo proprietário.

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

Compartilhamento com parceiros externos

Temos parceria com terceiros que nos ajudam e aprimoram nossos Produtos ou que usam as Ferramentas da Meta para Empresas a fim de ampliar os negócios, o que possibilita a operação das nossas empresas e o fornecimento de serviços gratuitos para pessoas do mundo inteiro. Não vendemos 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 engajando com as publicações, os classificados, as Páginas do Facebook, os vídeos e outros conteúdos delas dentro e fora dos Produtos da Meta. Por exemplo, administradores de Páginas do Facebook e perfis empresariais do Instagram recebem informações sobre o número de pessoas ou contas que viram as publicações deles, deixaram um comentário nelas ou reagiram a elas, bem como dados demográficos agrupados e outras informações que os ajudam a entender as interações com a conta ou a Página do Facebook de cada um.

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 possa ser usado por si só para contatar ou identificar você), a menos que você nos dê permissão para tanto. Por exemplo, disponibilizamos dados demográficos gerais e informações sobre interesses aos anunciantes (como a informação de que uma mulher com 25 a 34 anos de idade que mora em Madri e gosta de engenharia de software viu um anúncio) para ajudá-los a entender melhor o público deles. Também confirmamos quais anúncios levaram você a fazer uma compra ou executar uma ação com um anunciente.

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 nos nossos Produtos.

Quando você se inscreve para receber conteúdo premium, ou quando compra algo de um vendedor nos 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 do 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 do 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 nas do Instagram.

[Voltar ao topo](#)

Como as Empresas da Meta trabalham em conjunto?

O Facebook e o Instagram compartilham infraestrutura, sistemas e tecnologia com outras Empresas da Meta (inclusive o WhatsApp e o Oculus) para proporcionar uma experiência inovadora, relevante, consistente e segura em todos os Produtos.

das Empresas da Meta que você usa. Também tratamos informações sobre você nas Empresas da Meta com esses fins, conforme permitido pela lei aplicável e de acordo com os termos e políticas delas. Por exemplo, tratamos informações do WhatsApp sobre contas que enviam spam por esse serviço para tomar as medidas adequadas contra essas contas no Facebook, no Instagram ou no Messenger. Também trabalhamos para entender como as pessoas usam os Produtos das Empresas da Meta e interagem com eles, como compreender o número de usuários únicos em diferentes Produtos das Empresas da Meta.

[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 do [Instagram](#).

Armazenamos dados até que eles não sejam mais necessários para o fornecimento dos nossos serviços e Produtos da Meta ou até que sua conta seja excluída, o que ocorrer primeiro. Essa é uma determinação que varia de acordo com cada caso e depende da natureza dos dados, do motivo pelo qual eles são coletados e tratados, e das necessidades de retenção operacional ou legal. Por exemplo, quando você pesquisa algo no Facebook, pode acessar e excluir essa consulta do seu histórico de pesquisa a qualquer momento, mas o registro dessa pesquisa será excluído após seis meses. Se você nos enviar uma cópia do seu documento de identificação emitido pelo governo para fins de verificação da conta, excluiremos essa cópia 30 dias após a análise, a menos que haja estipulação em contrário. Saiba mais sobre a exclusão de [conteúdo que você compartilhou](#) e de [dados de cookies obtidos por meio de plug-ins sociais](#).

Quando você exclui sua conta, nós [excluímos o conteúdo](#) que você publicou, como fotos e atualizações de status. Portanto, não será possível recuperar essas informações. As informações que outras pessoas compartilharam sobre você não fazem parte da 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 as do [Instagram](#).

[Voltar ao topo](#)

Como respondemos a solicitações 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 dos 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, providenciamos informações sobre a confiabilidade da sua conta a parceiros externos, bem como as recebemos deles, para prevenir fraude, abuso ou outra atividade nociva dentro e fora dos nossos Produtos.

As informações que recebemos sobre você (incluindo dados de transações financeiras relacionadas a compras feitas nos nossos Produtos) podem ser acessadas e preservadas por um período maior caso sejam objeto de uma requisição ou obrigação legal, investigação governamental, investigações de possíveis violações dos nossos termos ou políticas ou para evitar danos. Também retemos informações de contas desativadas devido a violações dos nossos termos por, no mínimo, um ano para impedir a recorrência de abusos ou outras violações dos termos.

[Voltar ao topo](#)

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

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

Aviso de privacidade do Brasil

Esta seção se aplica a atividades de tratamento de dados pessoais de acordo com as leis brasileiras e complementa esta Política de Dados.

De acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais do Brasil (“LGPD”), você tem o direito de acessar, retificar e apagar seus dados, além de autorizar nosso tratamento deles e solicitar sua portabilidade. Saiba mais sobre os seus direitos e veja como você pode exercê-los nas configurações do [Facebook](#) e nas do [Instagram](#). Em determinadas circunstâncias, você também tem o direito de contestar e restringir o tratamento dos seus dados pessoais ou de revogar seu consentimento quando tratamos dados fornecidos com base nesse consentimento. Esta Política de Dados fornece informações sobre como compartilhamos dados com terceiros. Caso queira solicitar mais informações sobre as nossas práticas de dados, clique [aqui](#) para o Facebook ou [aqui](#) para o Instagram.

O controlador de dados responsável por suas informações é a Meta Platforms, Inc. [Entre em contato com o encarregado da proteção de dados](#) da Meta Platforms, Inc. Você também tem o direito de peticionar à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (“ANPD”). Para isso, entre em contato diretamente com ela.

[Voltar ao topo](#)

Como entrar em contato conosco em caso de dúvidas

Saiba mais sobre como a privacidade funciona [no Facebook](#) e no [Instagram](#). Se tiver dúvidas sobre esta política, entre em contato conosco como descrito abaixo.

Entre em contato conosco

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

Meta Platforms, Inc.
ATTN: Privacy Operations
1601 Willow Road
Menlo Park, CA 94025

Data da última revisão: 4 de janeiro de 2022

ANEXO III – TERMO DE USO DO INSTAGRAM



Termos de Uso

Bem-vindo(a) ao Instagram!

Estes Termos de Uso (ou “Termos”) governam seu uso do Instagram, exceto quando afirmamos explicitamente que outros termos (e não estes) se aplicam, e fornecem informações sobre o Serviço do Instagram (o “Serviço”), descritas abaixo. Quando você cria uma conta do Instagram ou usa o Instagram, concorda com estes termos. Os Termos de Serviço do Facebook não se aplicam a esse Serviço.

O Serviço Instagram é um dos [Produtos do Facebook](#), fornecido a você pelo Facebook, Inc. Estes Termos de Uso, por conseguinte, constituem um acordo entre você e o Facebook, Inc.

O Serviço Instagram

Concordamos em fornecer a você o Serviço do Instagram. O Serviço inclui todos os produtos, recursos, aplicativos, serviços, tecnologias e software do Instagram que fornecemos para promover a missão do Instagram: fortalecer seus relacionamentos com as pessoas e com as coisas que você adora. O Serviço é composto pelos seguintes aspectos:

- Oferecer oportunidades personalizadas de criar, conectar, comunicar, descobrir e compartilhar.**

As pessoas são diferentes. Queremos fortalecer seus relacionamentos por meio de experiências compartilhadas realmente importantes para você. Por isso, desenvolvemos sistemas que tentam entender com quem e com o que você e as outras pessoas se importam, e usamos essas informações para ajudá-lo a criar, encontrar, compartilhar e participar de experiências importantes para você. Parte do que fazemos é destacar conteúdo, recursos, ofertas e contas que possam ser de seu interesse e oferecer formas para você experimentar o Instagram, com base no que você e as outras pessoas fazem dentro e fora do Instagram.

- Promover um ambiente seguro, inclusivo e positivo.**

Desenvolvemos e usamos ferramentas e oferecemos para os membros de nossa comunidade recursos que contribuem para tornar as experiências deles positivas e inclusivas, inclusive quando achamos que eles podem precisar de ajuda.

Também temos equipes e sistemas que trabalham para combater abusos e violações de nossos Termos e políticas, bem como condutas enganosas e prejudiciais. Usamos todas as informações que temos, inclusive suas informações, para tentar manter nossa plataforma segura. Também podemos compartilhar informações sobre uso inadequado ou conteúdo prejudicial com outras Empresas do Facebook ou autoridades responsáveis pela aplicação da lei. Saiba mais na [Política de Dados](#).

- Desenvolver e usar tecnologias que nos ajudam a servir consistentemente nossa crescente comunidade.**

Organizar e analisar informações para nossa crescente comunidade é essencial para nosso Serviço. Uma grande parte de nosso Serviço é criar e usar tecnologias de última geração que nos ajudam a personalizar, proteger e aprimorar o Serviço em uma escala incrivelmente grande para uma ampla comunidade global.

Tecnologias como inteligência artificial e aprendizado de máquina nos



- **Fornecer experiências consistentes e contínuas em outros Produtos das Empresas do Facebook.**

O Instagram faz parte das Empresas do Facebook, compartilhando com elas tecnologia, sistemas e informações, inclusive as informações que temos sobre você (saiba mais na [Política de Dados](#)), para fornecer serviços que sejam melhores e mais seguros. Também fornecemos meios de interagir nos Produtos das Empresas do Facebook que você usa, além de sistemas projetados para alcançar uma experiência consistente e contínua entre todos esses Produtos.

- **Garantir acesso ao nosso Serviço.**

Para operar nosso Serviço global, precisamos armazenar e transferir dados entre nossos sistemas ao redor do mundo, inclusive fora de seu país de residência. O uso dessa infraestrutura global é necessário e essencial para fornecer nosso Serviço. Essa infraestrutura pode pertencer ou ser operada pelo Facebook, Inc., Facebook Ireland Limited ou suas afiliadas.

- **Conectar você com marcas, produtos e serviços de maneiras importantes para você.**

Usamos dados do Instagram e de outros Produtos das Empresas do Facebook, bem como de parceiros, para exibir a você anúncios, ofertas e outros conteúdos patrocinados que acreditamos ser significativos para você. E tentamos fazer com que esse conteúdo seja tão relevante quanto todas as suas outras experiências no Instagram.

- **Pesquisa e inovação.**

Usamos as informações que temos para estudar nosso Serviço e colaborar com terceiros em pesquisas para tornar nosso Serviço melhor e contribuir para o bem-estar de nossa comunidade.

Como nosso Serviço é financiado

Em vez de pagar pelo uso do Instagram, usando o Serviço previsto nestes Termos, você reconhece que podemos lhe mostrar anúncios que empresas e organizações nos pagam para promover dentro e fora dos [Produtos das Empresas do Facebook](#). Usamos seus dados pessoais, como informações sobre suas atividades e interesses, para lhe mostrar anúncios mais relevantes.

Mostramos anúncios úteis e relevantes sem que os anunciantes saibam quem você é. Não vendemos seus dados pessoais. Permitimos que os anunciantes nos informem, por exemplo, sua meta de negócios e o tipo de público que desejam alcançar com o anúncio. Então, mostramos o anúncio para pessoas que podem estar interessadas.

Também oferecemos aos anunciantes relatórios sobre o desempenho dos anúncios para ajudá-los a entender como as pessoas estão interagindo com o conteúdo dentro e fora do Instagram. Por exemplo, fornecemos dados demográficos e informações de interesse gerais aos anunciantes para ajudá-los a entender melhor o público deles. Não compartilhamos informações que identifiquem você diretamente (como seu nome ou endereço de email, que alguém poderia usar para entrar em contato com você ou identificar quem você é), a menos que você nos dê permissão específica. Saiba mais sobre como os anúncios do Instagram funcionam [aqui](#).



A Política de Dados

Fornecer nosso Serviço exige a coleta e o uso de suas informações. A [Política de Dados](#) explica como coletamos, usamos e compartilhamos informações nos [Produtos do Facebook](#). Ela também explica as muitas formas pelas quais você pode controlar suas informações, inclusive nas [Configurações de Privacidade e Segurança do Instagram](#). Você deve concordar com a Política de Dados para usar o Instagram.

Seus compromissos

Em troca de nosso compromisso em fornecer o Serviço, exigimos que você se comprometa com o exposto a seguir.

Quem pode usar o Instagram. Queremos que nosso Serviço seja o mais aberto e inclusivo possível, mas também desejamos que ele seja seguro e esteja em conformidade com a lei. Por isso, precisamos que você se comprometa em relação a algumas restrições para fazer parte da comunidade do Instagram.

- Você deve ter pelo menos 13 anos ou a idade mínima legal em seu país para usar o Instagram.
- Você não pode estar proibido de receber qualquer aspecto do nosso Serviço nos termos da legislação aplicável ou se envolver em pagamentos relativos ao Serviço caso tenha seu nome em uma lista de terceiros não autorizados a tanto.
- Sua conta não pode ter sido desativada por nós por violação da lei ou de qualquer uma das nossas políticas.
- Você não pode ter sido condenado por crime sexual.

Como você não pode usar o Instagram. Fornecer um Serviço aberto e seguro para uma comunidade ampla exige que todos nós façamos nossa parte.

- **Você não pode se passar por outras pessoas ou fornecer informações imprecisas.**

Você não precisa revelar sua identidade no Instagram, mas deve nos fornecer informações atualizadas e precisas (inclusive informações de registro), que podem incluir dados pessoais. Além disso, você não deve se passar por alguém ou algo que você não seja, e você não pode criar uma conta para outra pessoa, a menos que tenha a permissão expressa dela.

- **Você não pode fazer algo ilícito, enganoso, fraudulento ou com finalidade ilegal ou não autorizada.**
- **Você não pode violar (ou ajudar ou incentivar outras pessoas a violar) estes Termos ou nossas políticas, inclusive, em especial, as [Diretrizes da Comunidade do Instagram](#), os [Termos da Plataforma do Facebook](#) e [Políticas do Desenvolvedor](#) e as [Diretrizes de Música](#).**

Se você publicar conteúdo de marca, deverá cumprir nossas [Políticas de Conteúdo de Marca](#), que exigem o uso da nossa ferramenta para conteúdo de marca. Saiba como denunciar condutas ou conteúdo em nossa [Central de Ajuda](#).

- **Você não pode fazer algo que interfira ou afete a operação pretendida do Serviço.**



- **Você não pode fazer algo que interfira ou afete a operação pretendida do Serviço.**
Isso inclui criar contas ou coletar informações de modo automatizado sem nossa permissão expressa.
- **Você não pode vender, licenciar ou comprar nenhuma conta ou dado obtido de nós ou de nosso Serviço.**
Isso inclui tentativas de comprar, vender ou transferir qualquer elemento de sua conta (incluindo seu nome de usuário), solicitar, coletar ou usar credenciais de login ou selos de outros usuários, solicitar ou coletar nomes de usuário e senhas do Instagram ou apropriar-se indevidamente de tokens de acesso.
- **Você não pode publicar informações privadas ou confidenciais de outra pessoa sem permissão ou fazer qualquer coisa que viole os direitos de outra pessoa, incluindo os direitos de propriedade intelectual (por exemplo, violação de direitos autorais, violação de marca comercial, falsificação ou bens pirateados).**
Você pode usar o conteúdo criado por outra pessoa de acordo com as exceções e as limitações de direitos autorais e de direitos relacionados nos termos da lei aplicável. Você declara que possui ou que obteve todos os direitos necessários referentes ao conteúdo que publica ou compartilha. Saiba mais, inclusive sobre como denunciar conteúdo que você considera violar seus direitos de propriedade intelectual, [aqui](#).
- **Você não pode modificar, traduzir, criar trabalhos derivados nem aplicar engenharia reversa em nossos produtos ou seus componentes.**
- **Você não pode usar um nome de domínio ou URL em seu nome de usuário sem nosso consentimento prévio por escrito.**

Permissões que você nos concede. Como parte de nosso acordo, você também nos concede permissões necessárias para fornecermos o Serviço.

- **Não reivindicamos a propriedade do seu conteúdo, mas você nos concede uma licença para usá-lo.**
Nada muda com relação aos seus direitos sobre seu conteúdo. Não reivindicamos a propriedade do seu conteúdo que você publica no Serviço ou por meio dele. Além disso, você tem liberdade para compartilhar seu conteúdo com qualquer outra pessoa, onde quiser. Contudo, requeremos que você nos conceda determinadas permissões legais (conhecidas como "licença") para fornecermos o Serviço. Quando compartilha, publica ou carrega conteúdo protegido por direitos de propriedade intelectual (como fotos ou vídeos) em nosso Serviço ou em conexão com ele, você nos concede uma licença não exclusiva, gratuita, transferível, sublicenciável e válida mundialmente para hospedar, usar, distribuir, modificar, veicular, copiar, exibir ou executar publicamente, traduzir e criar trabalhos derivados de seu conteúdo (de modo consistente com suas configurações de privacidade e do aplicativo). Esta licença se encerrará quando seu conteúdo for excluído de nossos sistemas. Você pode excluir o conteúdo individualmente ou todo o conteúdo de uma vez excluindo sua conta. Para saber mais sobre como usamos as informações e sobre como controlar ou excluir seu conteúdo, acesse a [Política de Dados](#) e visite a [Central de Ajuda do Instagram](#).



informações sobre suas ações (como curtidas) ou relacionamentos (como contas que você segue) ao lado de ou relacionados a contas, anúncios, ofertas e outro conteúdo patrocinado que você segue ou com o qual interage, que sejam exibidos nos Produtos do Facebook, sem o pagamento de qualquer remuneração a você. Por exemplo, podemos mostrar que você curtiu uma publicação patrocinada criada por uma marca que nos pagou para exibir os anúncios dela no Instagram. Da mesma forma que executar ações em outros conteúdos e seguir outras contas, executar ações em conteúdo patrocinado e seguir contas patrocinadas são atos que podem ser vistos somente por pessoas com permissão para ver ou seguir tal conteúdo. Também respeitaremos suas configurações de anúncios. Saiba mais sobre as configurações de anúncios [aqui](#).

- Você concorda que podemos baixar e instalar atualizações do Serviço em seu dispositivo.

Direitos adicionais que nós mantemos

- Se você selecionar um nome de usuário ou identificador semelhante para sua conta, nós podemos alterá-lo se acreditarmos ser adequado ou necessário (por exemplo, se ele violar a propriedade intelectual de outra pessoa ou se passar por outro usuário).
- Se você usar conteúdo protegido por direitos de propriedade intelectual que detemos e disponibilizamos em nosso Serviço (por exemplo, imagens, desenhos, vídeos ou sons que nós fornecemos e você adiciona ao conteúdo que cria ou compartilha), nós manteremos todos os direitos sobre nosso conteúdo (mas não sobre o seu).
- Você só pode usar nossa propriedade intelectual, nossas marcas ou marcas semelhantes conforme expressamente autorizado por nossas [Diretrizes de Marca](#) ou com nossa permissão prévia por escrito.
- Você deve obter nossa permissão escrita ou sob uma licença de código-fonte aberto para modificar, criar trabalhos derivados, descompilar ou de outra forma tentar extrair o código-fonte de nós.

Remoção de conteúdo e desativação ou encerramento de sua conta

- Poderemos remover qualquer conteúdo ou informação que você compartilhar no Serviço se acreditarmos que tal conteúdo viola estes Termos de Uso ou nossas políticas (incluindo nossas [Diretrizes da Comunidade do Instagram](#)) ou estivermos autorizados ou obrigados por lei a fazê-lo. Poderemos recusar fornecer ou parar de fornecer imediatamente todo o Serviço ou parte dele para você (incluindo encerramento ou desativação do seu acesso aos Produtos do Facebook e aos Produtos das Empresas do Facebook) a fim de proteger nossos serviços ou nossa comunidade, ou se você criar risco ou exposição legal para nós, violar estes Termos de Uso ou nossas políticas (incluindo nossas [Diretrizes da Comunidade do Instagram](#)), violar repetidamente os direitos de propriedade



o Serviço ou parte dele se determinarmos que isso é razoavelmente necessário para evitar ou reduzir impactos legais ou regulatórios adversos para nós. Se acreditar que a sua conta foi encerrada por engano ou se quiser desativar ou excluir permanentemente a conta, acesse a nossa [Central de Ajuda](#). Quando você solicita a exclusão de um conteúdo que publicou ou a exclusão da sua conta, o processo se inicia automaticamente em até 30 dias após a sua solicitação. É possível que a exclusão do conteúdo ocorra em até 90 dias após o início do processo de exclusão. Apesar de o processo de exclusão de determinado conteúdo já ter começado, o conteúdo não é mais visível aos demais usuários, mas ele permanece sujeito a estes Termos de Uso e à nossa Política de Dados. Após a exclusão do conteúdo, talvez levemos mais 90 dias para removê-lo de nossos sistemas de backup e de recuperação de desastres.

- O conteúdo não será excluído em até 90 dias após o início do processo de exclusão da conta ou de conteúdo nas seguintes circunstâncias:
 - se seu conteúdo foi usado por outras pessoas de acordo com essa licença, e elas não o excluíram (neste caso, a licença continuará a ser aplicável até que aquele conteúdo seja excluído); ou
 - se a exclusão não puder ocorrer em até 90 dias devido a limitações técnicas dos nossos sistemas. Nesse caso concluirímos a exclusão assim que possível tecnicamente; ou
 - se a exclusão restringiria nossa capacidade de:
 - investigar ou identificar atividade ilegal ou violações aos nossos termos e políticas (por exemplo, para identificar ou investigar o uso indevido de produtos ou sistemas);
 - assegurar a proteção dos nossos produtos, sistemas e usuários;
 - cumprir uma obrigação legal, como a preservação de provas; ou
 - atender a uma solicitação de uma autoridade judicial ou administrativa, de aplicação da lei ou de uma agência governamental.
 - Neste caso, o conteúdo será mantido apenas pelo tempo necessário para os fins para os quais foi retido (a duração exata variará caso a caso).
- Caso você exclua sua conta ou nós a desativemos, estes Termos levarão à dissolução do acordo entre você e nós. Contudo, esta seção e a seção abaixo denominada “Nosso acordo e o que ocorrerá em caso de discordância” ainda se aplicarão mesmo após o encerramento, desativação ou exclusão da sua conta.

Nosso Acordo e o que acontecerá se nós discordarmos

Nosso acordo.

-



relacionados, termos adicionais serão disponibilizados e também integrarão nosso acordo. Por exemplo, caso utilize recursos de pagamento, você deverá concordar com os [Termos de Pagamento da Comunidade](#). Se algum desses termos entrar em conflito com este acordo, tais termos prevalecerão.

- Se algum aspecto deste acordo for inexequível, os demais aspectos deste permanecerão em vigor.
- Quaisquer alterações ou renúncias relativas a este acordo devem ser feitas por escrito e assinadas por nós. Se falharmos em executar qualquer aspecto deste acordo, isso não será considerado uma renúncia.
- Nós nos reservamos todos os direitos não concedidos expressamente a você.

Quem tem direitos por força deste acordo.

- Este acordo não concede direitos a quaisquer terceiros.
- Você não pode transferir seus direitos ou obrigações decorrentes deste acordo sem nosso consentimento.
- Nossos direitos e obrigações podem ser cedidos a outras pessoas. Por exemplo, isso poderia ocorrer em caso de alteração de propriedade (como em uma fusão, aquisição ou venda de ativos) ou de acordo com a lei.

Quem é responsável caso algo aconteça.

- Nosso Serviço é fornecido “no estado em que se encontra”, e não podemos garantir que ele será seguro e funcionará perfeitamente o tempo todo. NO LIMITE PERMITIDO POR LEI, TAMBÉM NOS EXIMIMOS DE TODAS AS GARANTIAS, EXPLÍCITAS OU IMPLÍCITAS, INCLUSIVE AS GARANTIAS IMPLÍCITAS DE COMERCIABILIDADE, ADEQUAÇÃO A UMA DETERMINADA FINALIDADE, TÍTULO E NÃO VIOLAÇÃO.
- Também não controlamos o que as pessoas ou terceiros fazem ou mencionam e não somos responsáveis pelas respectivas (inclusive as suas) condutas ou ações, online ou offline, nem pelo conteúdo (inclusive conteúdo censurável ou ilícito). Também não somos responsáveis pelos serviços e recursos oferecidos por outras pessoas ou empresas, mesmo que você os acesse por meio do nosso Serviço.
- Nossa responsabilidade por qualquer ocorrência no Serviço será limitada tanto quanto permitido por lei. Não temos como prever todos os impactos possíveis que um problema com nosso Serviço possa causar. Você concorda que nós não seremos responsáveis por qualquer perda de lucro, receitas, informação ou dados, ou, ainda, por danos eventuais, especiais, indiretos, exemplares, punitivos ou acidentais decorrentes de ou relativos a estes Termos, ainda que saibamos que eles são possíveis. Isso se aplica inclusive se nós excluirmos seu conteúdo, informações ou conta.

Como lidaremos com contestações.

Se você for um consumidor, as leis do país em que reside serão aplicáveis a qualquer reclamação, causa da ação ou contestação que tiver contra nós decorrente de ou relacionada a estes Termos (“reclamação”), e você poderá resolver sua reclamação em



localizado no condado de San Mateo, que você se submeterá à jurisdição pessoal de qualquer desses tribunais para o fim de resolver essas reclamações e que as leis do estado da Califórnia regerão estes Termos e qualquer reclamação, independentemente de disposições sobre conflitos de leis. Sem prejuízo do disposto acima, você concorda que, ao exclusivo critério do Facebook Inc., também poderemos apresentar reclamações que tenhamos contra você relacionadas a tentativas de abuso, interferência ou uso de nossos produtos de maneiras não autorizadas em qualquer tribunal competente em seu país de residência com jurisdição para tanto.

Material não solicitado.

Seu feedback e outras sugestões são sempre bem-vindos, mas podemos usá-los sem qualquer restrição ou obrigação de compensá-lo por eles e não temos o dever de manter a confidencialidade em relação a eles.

Atualização destes Termos

Podemos alterar nosso Serviço e nossas políticas, e podemos precisar alterar estes Termos para que eles reflitam precisamente nosso Serviço e nossas políticas. Salvo quando a lei estabelecer o contrário, você será notificado (por exemplo, por meio de nosso Serviço) antes de alterarmos estes Termos e terá a oportunidade de analisá-los antes que entrem em vigor. Por isso, se você continuar usando o Serviço, estará vinculado aos Termos atualizados. Se você não quiser concordar com estes ou com quaisquer outros Termos atualizados, poderá excluir sua conta [aqui](#).

© 2021 Meta

[Português \(Bra...\)](#)

Sobre nós

API

Vagas de emprego

Termos

Privacidade

from **Meta**



Política de dados do Instagram

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](#).

I. 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](#).

Algo que você e outras pessoas fazem e fornecem.

- **Informações e conteúdo 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



- **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 suas informações de contato.

Informações de dispositivo

Conforme descrito abaixo, coletamos informações de e sobre computadores, telefones, TVs conectadas e outros dispositivos conectados à Web que você usa e que se integram aos nossos Produtos, e combinamos essas informações dos diferentes dispositivos que você utiliza. 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.



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 do Facebook para Empresas](#) que eles usam, incluindo nossos plug-ins 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](#).

II. Como usamos estas 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](#), o [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



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 em 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 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 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 das 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.
- **Anúncios e outro conteúdo patrocinado:** 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 visita e os anúncios que você vê) para ajudar os anunciantes e outros parceiros a medir a eficácia e a distribuição dos anúncios e serviços deles, e também para entender os tipos de pessoas que usam tais serviços e como elas interagem com os respectivos sites, aplicativos e serviços. [Saiba como compartilhamos informações](#) com esses parceiros.



Central de Ajuda

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 comunicarmos 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.

III. Como estas 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 viu 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



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 utilizam ou estão integrados aos 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



Observação: estamos restringindo ainda mais o acesso de desenvolvedores a dados para ajudar a prevenir abusos. Por exemplo, removeremos o acesso dos desenvolvedores aos seus dados do Facebook e do Instagram se você não tiver usado o aplicativo deles por três meses. Além disso, estamos alterando o login. Assim, na próxima versão, reduziremos os dados que um aplicativo pode solicitar, isento de análise, para incluir apenas nome, biografia e nome de usuário do Instagram, foto do perfil e endereço de email. Será necessária nossa aprovação para solicitar outros dados.

Novo proprietário.

Se a propriedade ou o controle total ou parcial dos nossos Produtos ou dos 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 possa ser usado 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.



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](#).

IV. 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.

V. Como faço para gerenciar 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 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 do seu histórico de



menos que haja estipulação em contrário. 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 [excluímos 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](#).

VI. Como respondemos a solicitações 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.

VII. 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



relação a determinados países, conforme aplicável, e obtemos seu consentimento para essas transferências de dados para os Estados Unidos e outros países.

VIII. Como notificaremos você sobre alterações 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.

IX. 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, entre em contato conosco como descrito abaixo.

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

Facebook, Inc.
À ATENÇÃO DE: Privacy Operations
1601 Willow Road
Menlo Park, CA 94025

Aviso de Privacidade do Brasil

Esta seção se aplica a atividades de tratamento de dados pessoais de acordo com as leis brasileiras e complementa esta Política de Dados.

De acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais do Brasil ("LGPD"), você tem o direito de acessar, retificar e apagar seus dados, além de autorizar nosso tratamento deles e solicitar sua portabilidade. Saiba mais sobre os seus direitos e veja como você pode exercê-los nas [configurações do Facebook](#) e nas [configurações do Instagram](#). Em determinadas circunstâncias, você também tem o direito de contestar e restringir o tratamento dos seus dados pessoais ou de revogar seu consentimento quando tratamos dados fornecidos com base nesse consentimento. Esta Política de Dados fornece informações sobre como compartilhamos dados com terceiros. Caso queira solicitar mais informações sobre as nossas práticas de dados, clique [aqui](#) para o Facebook ou [aqui](#) para o Instagram.

O controlador de dados responsável pelas suas informações é o Facebook, Inc. [Entre em contato com o encarregado da proteção dos dados](#) do Facebook, Inc. Você também tem o direito de peticionar à Autoridade Nacional de Proteção de Dados ("ANPD"). Para isso, entre em contato diretamente com ela.

Esta seção passa a valer na data de entrada de vigência da LGPD.



Sobre nós

API

Vagas de emprego

Termos

Privacidade

from Meta