

Competência em informação e privacidade online

Information Literacy and Online Privacy

Ivan Siqueira

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes - Departamento de Informação e Cultura
naviclauper@usp.br

Resumo

Competência em Informação tem sido um tema de destaque na Ciência da Informação no Brasil na última década. Embora venha ocorrendo uma diversidade de abordagens temáticas, ainda são escassos os estudos que correlacionam competência em informação e privacidade online em redes sociais como o Facebook. Este estudo problematiza comportamentos online a partir da análise de resultados de investigação com usuários do Facebook. Por meio de metodologia de seleção de amostra populacional aleatória simples, entre 20 de março e 20 de maio de 2015 foram coletados dados através de formulário na web para o estudo do comportamento online de educadores da escola básica em São Paulo. A análise dos dados sugere que os respondentes não dimensionam propriamente a questão da privacidade online enquanto um dos tópicos centrais da democracia e da cidadania.

Palavras-chave: Competência em Informação, Privacidade Online, Facebook, Educadores.

Abstract

Since the beginning of the 21st Century we have seen a growing interest on topics concerning Information Literacy in Brazilian Information Science Studies. In most recent years, Information Literacy has been researched by different points of view in Brazil, but it is still occasional academic researches relate to privacy in social networks as Facebook. Searching these possible implications, this study aims to address some of the current questions over the changing nature of privacy by analyzing the results of an investigation about Facebook users. By using simple survey methodology, from March 20 to May 20 of 2015, a web form was set up in order to collect data about online behavior of primary and secondary teachers in São Paulo. The data collected suggest that teachers do not understand online privacy as an important topic of democracy and citizenship.

Keywords: Information Literacy, Online Privacy, Facebook, Teachers.

1. Introdução

Do ponto de vista das suas potencialidades contemporâneas, a Ciência da Informação abriga uma tradição herdada de uma Biblioteconomia historicamente ancorada em questões pragmáticas e um novo marco epistemológico relacionado às necessidades da informação enquanto substrato essencial das relações sociais e da cultura no século XXI. Em relação ao primeiro tópico, atesta-o a longínqua história de construtos erigidos para as diversas etapas do percurso da informação por meio de sistemas de codificação e classificação: taxonomias, tesouros, Classificação Decimal de Dewey (CDD), Classificação Decimal Universal (CDU), Código de Catalogação Anglo-Americano (AACR2), os quais visavam tratar, organizar e recuperar informação. Em relação às inserções sociais e culturais, destacam-se as atividades relacionadas à educação de usuários, contemporaneamente vinculadas a políticas e programas de competência em informação.

Compreendendo inicialmente um processo circunscrito ao acesso, avaliação e uso ético da informação segundo a American Library Association (ALA, 1989), verifica-se o seu amplo desenvolvimento no último decênio, abrangendo todo o ciclo educacional, do ensino básico ao superior, e diversos domínios laborais. No Brasil, ainda que menos pujante, tem crescido o interesse dos pesquisadores pelas possibilidades da competência em informação, conforme atestam os estudos na área da Ciência da Informação. Neste trabalho, advoga-se a necessidade de iniciativas envolvendo educadores da escola básica a partir das questões de privacidade online aqui discutidas.

Embora estejam em evidência os esforços capitaneados pelo Ministério da Educação (MEC) para a consolidação de uma base curricular comum no país, a incontornável premência das questões tecnológicas contemporâneas ainda não dá sinais de que haverá programas de competência em informação no currículo da escola básica. Também não se vislumbra ainda formação endereçada aos educadores.

Uma vez que educadores e alunos usam cada vez mais a web e as tecnologias digitais dentro e fora do cotidiano escolar, parece relevante a abordagem de tendências comportamentais online visando estimular o debate sobre a necessidade de formação também para os que ensinam. Supostamente condicionados ao clique irrefletido e ao aceite sem reflexão das políticas de privacidade em redes sociais sem a devida cautela – muito em função das

facilidades dos aplicativos aparentemente oferecidos de graça –, usuários da web frequentemente não refletem sobre as consequências de condutas despreocupadas com a privacidade online.

Sendo praticamente impossível ficar fora da web sem prejuízos consideráveis, há que se fomentar a discussão sobre a formação de uma consciência social sobre os riscos de comportamentos online que negligenciam valores relacionados à privacidade, aspecto que vinha estruturando as sociedades democráticas contemporâneas – público & privado. Exatamente pela onipresença e monopólio de serviços tidos como indispensáveis na sociedade contemporânea, urge refletir sobre a política, as ações, os valores e as sociabilidades surgidas em função das tecnologias digitais de empresas como o Facebook.

Afinal, “We believe that modern technology platforms, such as Google, Facebook, Amazon and Apple, are even more powerful than most people realize (...). Almost nothing, short of a biological virus, can scale as quickly, efficiently or aggressively as these technology platforms and this makes the people who build, control, and use them powerful too (...). Because of digital platform-driven scale effects, things will happen much more quickly in the new digital age, with implications for every part of society, including politics, economics, the media, business and social norms” (Schmidt; Cohen, 2013: 5).

O que se quer salienta com essa breve introdução do livro dos executivos do Google é justamente a qualidade dos advérbios, aqui traduzidos por meio de substantivos: “quickly” (rapidez), “efficiently” (eficiência), “aggressively” (agressividade), e a frase final sugerindo a potencialidade das tecnologias digitais e suas implicações no conjunto da sociedade. Essas implicações precisam ser problematizadas, e a questão da privacidade não deveria ser tomada como algo sem importância.

2. Privacidade na contemporaneidade

Há muito que o Direito e a tradição filosófica ocidental distinguem público e privado como categorias estruturantes da sociedade. No final do século XIX, a Suprema Corte Americana proclamava que a privacidade “era o direito de estar sozinho”. Logo após a segunda guerra mundial, um dos primeiros atos da recém criada Organização das Nações Unidas (ONU) foi a Declaração dos Direitos Humanos, sugerindo a proteção à privacidade da família, à

correspondência e às finanças (Art. 12). O artigo 8º da Convenção de Direitos Humanos Europeia reafirma esses mesmos princípios.

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 (Art. 5º, 10, 12) assegura o “direito à privacidade” e ao “sigilo de dados”. O fundamento jurídico-filosófico que lhes sustenta reconhece diferença de dimensão entre Sociedade e Indivíduo, Estado e Sociedade. Logo, existe uma categoria “social privado” (empresas) e “social público” (político). Enquanto este deve se reger pela transparência e igualdade, aquele deve fazê-lo pelo princípio da diferenciação. Em relação à privacidade da individualidade, protege-a o princípio da exclusividade (solidão, segredo e autonomia) de informação.

Ocorre que com a disseminação da web e de dispositivos digitais no século XXI, em especial as redes sociais, a tônica é o próprio indivíduo disponibilizar na web farta informação sobre si mesmo, num *voyeurismo* inconsequente. O princípio da privacidade anterior à web era visto como proteção à individualidade e à integridade da pessoa humana, enquanto imagem social que se queria preservar, inclusive ao abrigo de eventual intromissão excessiva do Estado.

O fato é que as redes sociais inseriram outras dinâmicas para a compreensão do que é privacidade, e mesmo certa relatividade sobre a noção dicotômica de público *versus* privado. E diferentemente dos europeus, em geral mais restritivos à publicização de informações privadas (Alemanha, França e Inglaterra, por exemplo), no Brasil é comum a revelação de dados privados em público: o que se come, quando se come; o que se faz nas férias; as novas mercadorias adquiridas.

Para complicar, empresas de tecnologia como o Facebook estruturam a sua cadeia de negócios exatamente a partir dos dados pessoais dos seus clientes – a gratuidade em troca do negócio da privacidade. Mas a constatação de que os próprios usuários, supostamente aqueles que menos conhecem os riscos e o *modus operandi* da web, oferecem gratuita e deliberadamente informações privadas online não nos deveria fazer declinar de um projeto de formação de cidadania digital. E se o objetivo é que os educadores deem o exemplo, há que instruí-los antes.

Atravessamos um período histórico no qual a privacidade para a geração Facebook aparentemente não tem importância, sendo vista como *commodity* pelas empresas de tecnologia. Por isso mesmo mais ainda se faz necessário o desenvolvimento de competência

em informação para oportunizar aos professores a reflexão sobre o significado das funções da privacidade na nossa sociedade. Não podendo decidir pelos sujeitos, resta ao menos evidenciar a exata dimensão do custo-benefício da exposição da privacidade online, e não apenas para o sujeito gerador dessa informação.

3. Metodologia

A metodologia deste estudo se baseou em amostra aleatória simples de educadores de escola básica (fundamental e médio) na cidade de São Paulo. O objetivo do estudo era verificar perfis de comportamento online desse grupo no Facebook tendo em vista a criação posterior de programas de competência em informação especialmente concebidos para as necessidades desses profissionais. Foram feitos pré-testes durante uma semana para observar a aderência à proposta e preenchimento do formulário.

Em função das observações, foi refeita a redação das perguntas, optando-se por frases mais curtas, as quais pareciam atender melhor aos anseios dos entrevistados. Do mesmo modo, a ordenação das questões foi refeita, sendo que algumas foram suprimidas para adequar o preenchimento ao tempo médio que os respondentes pareciam estar dispostos a investir. O período de coleta dos dados ocorreu entre 20 de março e 20 de maio de 2015. Foram enviadas 1000 (mil) solicitações que incluíam links para um questionário. A estratégia adotada serviu-se do envio de e-mail e postagem em páginas no Facebook. Foram consolidadas 350 (trezentos e cinquenta) respostas. Segue o modelo final de coleta de dados utilizado:

REDES SOCIAIS E PRIVACIDADE

Pesquisa acadêmica sobre o uso de redes sociais. A participação é anônima. Agradeço a sua participação!

1. Já leu quaisquer Termos de Privacidade online (Facebook, Hotmail, Yahoo, Google)?

Termos de Privacidade = contrato de serviços entre a empresa e os usuários

- Sim
- Não

2. Leu os Termos de Privacidade do Facebook para 2015?

O Facebook alterou os seus "Termos de Privacidade" a partir de Janeiro de 2015

- Sim
- Não

3. Tempo no Facebook?

- 1 ano
- 2 anos
- 3 ou mais anos

4. Compartilha informações pessoais no Facebook?

- Sim
- Não

5. Escolaridade?

- Ensino Médio
- Ensino Superior

6. Sexualidade?

- Feminino
- Masculino

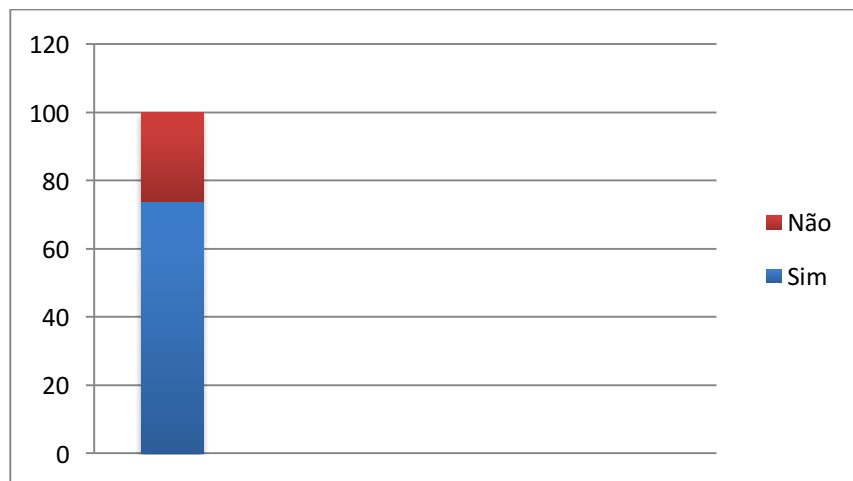
7. Idade?

- 19 a 30 anos
- 31 a 50 anos
- mais de 50 anos

3.1. Resultados

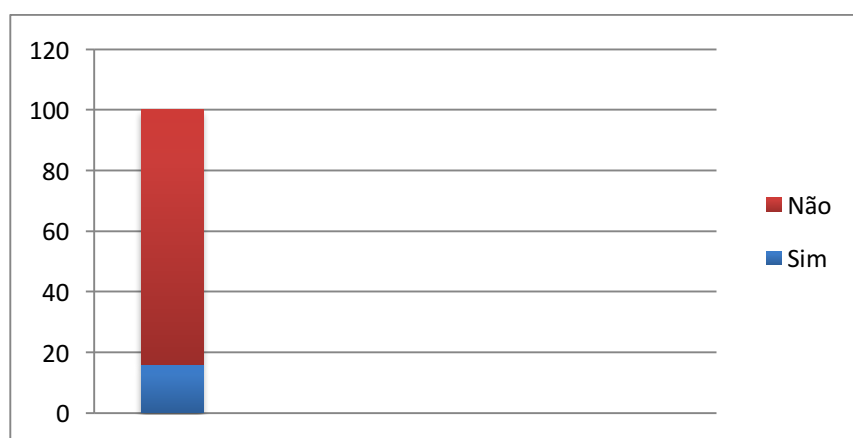
As duas primeiras perguntas “Já leu quaisquer Termos de Privacidade online (Facebook, Hotmail, Yahoo, Google)?” e “Leu os Termos de Privacidade do Facebook para 2015?” almejam verificar se havia um comportamento recorrente de leitura dos termos de privacidade antes do uso das ferramentas digitais. Hipoteticamente, uma resposta afirmativa na primeira questão deveria pressupor maior probabilidade de afirmação na segunda, visto que o lançamento dos novos termos de privacidade do Facebook havia ocorrido em janeiro de 2015 no Brasil.

Gráfico1: Já leu quaisquer Termos de Privacidade online?



Fonte: Elaboração do autor

Gráfico 2: Leu os Termos de Privacidade do Facebook 2015?

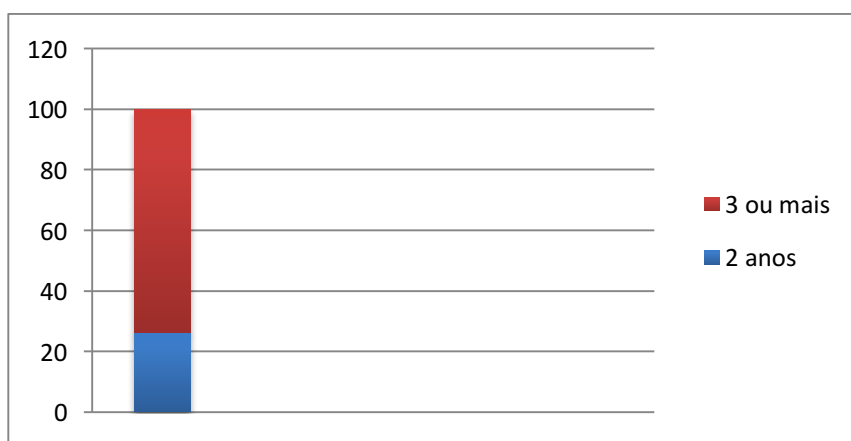


Fonte: Elaboração do autor

Curiosamente, 73,7% disseram já ter lido Termos de Privacidade, mas somente 15,8% afirmaram terem lido os do Facebook de 2015 no período assinalado. À época, as alterações dos termos de publicidade do Facebook foram amplamente noticiadas na imprensa, e era uma das primeiras mensagens que se lia ao se fazer o *login* nessa rede social.

A terceira pergunta buscava indagar se novos usuários expressariam algum comportamento diferente do padrão dos usuários com mais tempo na rede. A maior parte utilizava a rede por mais de 3 anos (73,7%), sendo que 26,3% por 2 anos. Não houve respondente com apenas um ano no Facebook. Do que se deduz serem usuários majoritariamente experientes com a ferramenta, mas nem por isso, ou talvez por isso mesmo, aparentemente pouco preocupados com o que a rede faz com as suas informações pessoais.

Gráfico 3: Tempo no Facebook?



Fonte: Elaboração do autor

Ainda que o Facebook possibilite um sistema de seleção e gerenciamento acerca de quem pode ver as postagens e fotos publicadas, parece pouco crível supor um domínio operacional eficiente do público investigado (Essa foi uma das questões retiradas da pesquisa haja vista a baixa aderência nas respostas). Mas o mais instigante é que 70% disseram compartilhar informações pessoais na rede social. Via de regra, essas informações abarcam fotos de produtos, lugares de passeio, com animais; fotos da residência, do carro, fotos na praia – ou seja, elementos mais do que suficientes para se avaliar o padrão de renda e consumo familiar, local de moradia, bens, locais preferidos para férias, objetos de predileção pessoal, envolvimento em causas sociais ou políticas; participações em passeatas; fotos em shows, carnaval; determinadas marcas de produto (relógio, carro, aparelhos eletroeletrônicos) etc.

Em suma, informação personalizada ou familiar quase sempre completa e servível para finalidades as mais diversas. Com os conhecidos problemas de violência que frequentemente assolam os moradores das grandes cidades, não é difícil imaginar eventuais consequências indesejáveis dessa exposição. Apenas 30% disseram não compartilhar dados pessoais:

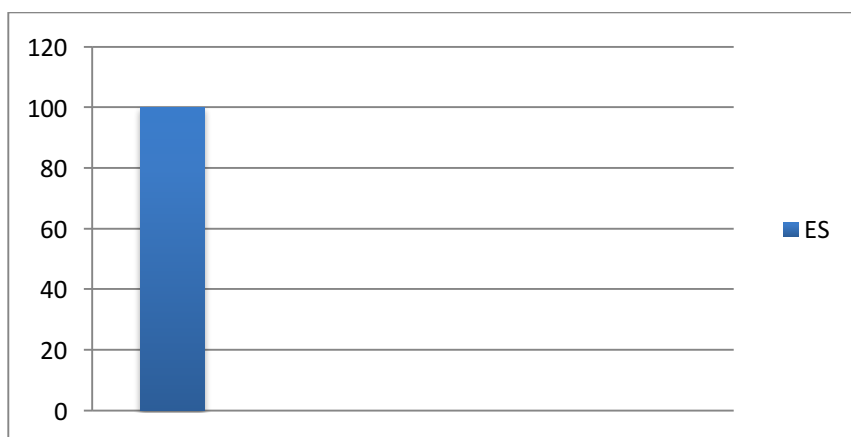
Gráfico 4: Compartilha informações pessoais no Facebook?



Fonte: Elaboração do autor

O objetivo da questão seguinte era avaliar se a variável mais escolaridade implicaria em maior cuidado com a privacidade online. Todos os 350 respondentes afirmaram ter concluído o ensino superior, de modo que não se pode observar eventual relevância desse quesito. De todo modo, pode-se conjecturar uma perspectiva para esse público com ensino superior próxima à conhecida exposição dos alunos, o que eventualmente pode indicar uma questão cultural mais ampla no Brasil – a exibição como valor social.

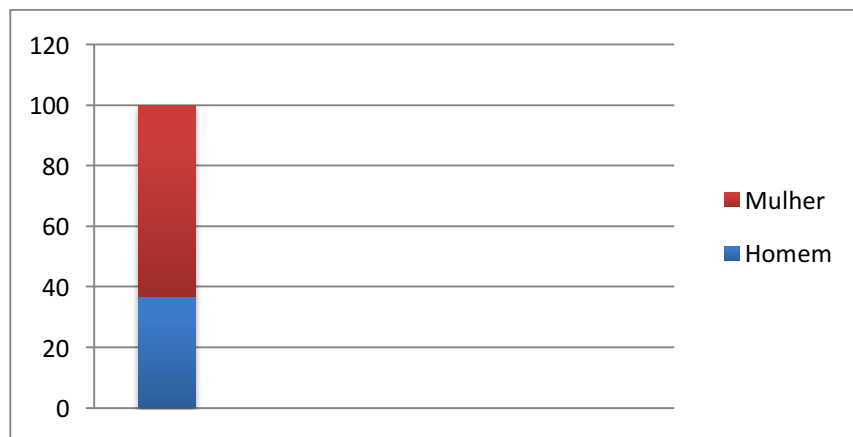
Gráfico 5: Escolaridade?



Fonte: Elaboração do autor

O cruzamento de dados não relevou nenhum padrão significativo que diferenciasse o comportamento online de mulheres e homens, sobretudo no compartilhamento de informações privadas no Facebook.

Gráfico 6: Sexualidade?



Fonte: Elaboração do autor

Mais de dois terços dos 350 respondentes tinham entre 31 e 49 anos de idade (68,4%), sendo que 31,6% apresentavam 50 anos de idade ou mais. Também não se verificou diferença significativa de padrão de comportamento nessas faixas etárias no que diz respeito a maior ou menor comedimento no compartilhamento de informações privadas online:

Gráfico 7: Idade?



Fonte: Elaboração do autor

Parece salutar que esses resultados indiquem necessidade de formação em competência em informação aos educadores, sobretudo quanto aos cuidados com informações privadas na rede social. Mais frequentemente, observam-se ponderações sobre as necessidades do aluno. São mais escassos os estudos que correlacionam modalidades de competência em informação e educadores da escola básica. Uma vez que a tarefa de mediar a educação em informação dos alunos depende muito da própria competência do educador nesse domínio, já não é sem tempo advogar a urgência de medidas que facilitem compreensão mais aprofundada das questões de fundo decorrentes do espraiamento e uso das tecnologias digitais. E, especialmente, o questionamento do lugar da privacidade na contemporaneidade.

4. Conclusão

Mensagens, textos, imagens e vídeos – redes sociais como o Facebook coletam uma enormidade de dados privados sobre o comportamento online do usuário. As empresas de tecnologia não apenas utilizam diretamente esses dados como também os comercializam. É o que já se alcunhou de *Überwachungskapital* (capital de vigilância). O fato é que isso tem se tornado uma prática comum, e não apenas entre empresas de tecnologia digital. Recentemente, o *British Nation Health Service* teve divulgado um plano de vender dados de pacientes para empresas seguradoras. Esses ativos de vigilância operam como capitais num mercado financeiro de “dados comportamentais”. É pouco provável que os usuários do Facebook tenham lido todo o conteúdo dos “Termos de Privacidade” (2015) e mantido o mesmo comportamento. As implicações não são poucas e nem de somenos importância:

Você nos concede permissão para usar seu nome, imagem do perfil, conteúdos e informações relacionadas a conteúdos comerciais, patrocinados ou relacionados (como uma marca que você curtiu) fornecido ou aperfeiçoado por nós. Isto significa, por exemplo, que você permite que uma empresa ou outra entidade nos pague para exibir seu nome e/ou imagem do perfil com seus conteúdos ou informações sem receber qualquer compensação por isso. Se você tiver selecionado um público específico para seus conteúdos ou informações, respeitaremos sua escolha ao usar esses dados.

Você concorda em ter seus dados pessoais transferidos para e processados nos Estados Unidos. Se você residir em um país embargado pelos Estados Unidos ou fizer parte da lista do Departamento do Tesouro dos EUA de Nações Especialmente Designadas, você não deverá participar de atividades comerciais no Facebook (como propaganda e pagamento) nem operar um aplicativo ou site da plataforma. Você não usará o Facebook se estiver proibido de receber

produtos, serviços ou software originado dos Estados Unidos. (Facebook, Termos de Privacidade Online, 2015)

Ao concordar com os Termos de Privacidade do Facebook, o usuário concorda com tudo o que ali está escrito. Como profissionais que orientam, os educadores deveriam refletir sobre essa problemática, e ponderar se vale a pena oferecer a sua privacidade sem questionar o custo-benefício dessa ação.

Em síntese, competência em informação também pode ser um instrumento privilegiado na política educacional de formação continuada para os educadores da escola básica, tendo em vista facultar-lhes o pleno desenvolvimento da avaliação técnica, operacional, social e étnica das suas práticas cotidianas nas redes sociais. Isso possivelmente aumentaria a possibilidade de futuras intervenções mais efetivas na formação dos alunos.

5. Referências Bibliográficas

- AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION – ALA (1989). *Report of the Presidential Committee on information literacy: Final Report*. Chicago, Illinois.
- CAMPELLO, B. (2003). “O movimento da competência informacional: uma perspectiva para o letramento informacional”. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 32, n. 3, p. 28-37, set./dez.
- DECEW, J. (1997). *Pursuit of Privacy: Law, Ethics, and the Rise of Technology*. Ithaca: Cornell University Press.
- FERRAZ JR, T. (1993). “Sigilo de dados: o direito à privacidade e os limites à função fiscalizadora do Estado”. *Revista da Faculdade de Direito da USP*, v. 88, p. 439-459.
- FISTER, B. (2013). “The library’s role in learning: information literacy revisited”. *Library Issues: Briefings for Faculty and Administrators*, v. 33, n. 4.
- FREIRE, G.; FREIRE, I. (2012). “Ações para competências em informação no ciberespaço: reflexões sobre a contribuição da metacognição”. *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação* v. 17.
- KITCHENHAM, B.; PFLEEGER, S. (2002). “Principles of survey research: part 2: designing a survey”. *ACM SIGSOFT Software Engineering Notes*, v. 27, n. 1, p. 44–45.
- LUND, N. (2009). “Document Theory”. *ARIST: Annual Review of Information Science and Technology* v. 43.

MACKEY, T.; JACOBSON, T. (Eds.), (2010). *Collaborative Information Literacy Assessments*. New York: Neel-Schumann Publishers.

SCHMIDT, E.; Cohen, J. (2013). *The new digital Age*. New York: First Vintage Books Edition.

VITORINO, E.; PIANTOLA, D. (2009). “Competência informacional – bases históricas e conceituais: construindo significados”. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 38, n. 3, p.130-141, set./dez., 2009.

ZUBOFFS, S. (2014). *Unsere Zukunft mit Big-Data*. Recuperado em: <http://www.faz.net/-gsf-7twrt>. Acesso em: 13 ago 2015.