



ATIVISMO DIGITAL E A NOVA POLÍTICA DE PRIVACIDADE DA GOOGLE: FIM DA INTIMIDADE OU REGULAMENTAÇÃO?

Letícia Bodanese Rodegheri¹
Scheila Machado²

RESUMO

A crescente utilização da Internet para os mais variados fins tem favorecido a prática do chamado ativismo digital, consistente na divulgação e transmissão de informações, de forma célere, instantânea e com baixo custo. Dentre os mecanismos utilizados pelos cibernetas para alcançar referido objetivo, encontra-se o Google, importante ferramenta de busca e também proprietária de outros *sites* e aplicativos, cujo alcance destaca-se por abranger as mais variadas línguas e países. O presente artigo objetiva, por meio de método bibliográfico e análise sistemática e não participativa em *sites* e *blogs*, verificar a repercussão da nova política de privacidade implementada pela empresa no ano de 2012. Conclui-se serem salutares as diversas manifestações da sociedade civil, principalmente pelas entidades defensoras dos direitos do consumidor e políticos, na medida em que reforçam o movimento do ativismo digital e chamam à atenção para a discussão de temáticas relativas ao uso da Internet.

Palavras-chave: Ativismo digital; informações; Google; privacidade.

ABSTRACT

The growing use of Internet for various purposes has favored the practice of the digital activism, consistent in the dissemination and transmission of information to provide instant publishing network, speedily and free. Among the mechanisms used by cybernauts to achieve that goal, there is the Google, important search tool and also owner of other *sites* and applications, whose range stands up by including the most varied languages and countries. The study was based in the bibliographic method and systematic and non-participative analysis in *sites* and *blogs* and seeks to verify the impact of the new privacy politic implemented by the company in 2012. The conclusion is that are positive the civil society manifestations, mainly by the entities that defend the rights of consumers and the politics, because they strength the activism digital movement and call attention to the discussion of themes related to the Internet's use.

Key-words: Digital Activism; information; Google; privacy.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a Internet tem revelado um notável crescimento não somente no número de acessos, como também na participação popular formada em torno da rede, a qual se expande em número e em qualidade do debate ali promovido. Surge assim, o ativismo digital ou ciberativismo, consistente na possibilidade de os mais variados autores exprimirem as suas opiniões, críticas e ideias, de forma livre, rápida e sem custos, bastando um

¹ Acadêmica do 9º semestre do Curso de Direito da Universidade Federal de Santa Maria. Integrante dos Projetos de Pesquisa Ativismo Digital e as novas mídias: desafios e oportunidades da cidadania global e (Des)controle da blogosfera: entre a regulação e a censura no ciberespaço. Pesquisadora bolsista do Programa FIPE Júnior/UFSM. E-mail para contato: leticiabrodegheri@gmail.com.

² Acadêmica do 9º semestre do Curso de Direito da Universidade Federal de Santa Maria. Integrante do Projeto de Pesquisa Ativismo Digital e as novas mídias: desafios e oportunidades da cidadania global. E-mail para contato: scheila_dsc@hotmail.com.



computador conectado à web.

Nesta seara, emerge um tema de relevante importância para aqueles que se utilizam da rede mundial de computadores, qual seja, a nova política de privacidade da Google, maior empresa de busca de informações do mundo. Criada em 1998, a empresa apresenta significativa expansão não somente em acessos, como também na detenção de outros *sites* e aplicativos comumente utilizados pelos cibernautas, a exemplo do *You Tube*, *Picassa* e *Orkut*.

O objetivo do presente artigo é analisar as implicações causadas por esta alteração na política de armazenamento de dados, na medida em que a sociedade civil, de modo geral, manifestou-se favorável e contrariamente, *online* e *off-line* (especialmente os defensores dos direitos do consumidor), sobre o tratamento conferido aos dados captados pela Google e o uso destinado a eles.

Para tanto, utilizou-se de método bibliográfico, bem como de análise sistemática e não participativa em *sites* e *blogs*, com o escopo de verificar não somente a repercussão dada à matéria, como também os impactos e alterações por ela causados.

Desta forma, o trabalho está dividido em dois tópicos centrais, a saber: na primeira parte será analisada a construção do ativismo digital e a nova política de privacidade implementada pela Google. Na segunda parte, será abordada a repercussão dada ao tema em *blogs* e *sites*, bem como pela mídia tradicional.

1 ATIVISMO DIGITAL E O INTERCÂMBIO DE INFORMAÇÕES

Atualmente, inegável é a utilização que se faz da Internet para os mais variados fins e interesses, uma vez que a rede mundial de computadores não somente agrupa conteúdo e informação, como também proporciona facilidades de comunicação e interação.

Neste sentido, a crescente difusão do uso da Internet deve-se, em grande parte, à rapidez com que as informações são veiculadas, visto que um fato ocorrido em qualquer local do planeta é rapidamente noticiado, comentado e compartilhado por todos aqueles que detêm interesse na matéria e acesso à rede.

Deste modo, encontra-se uma das principais características do meio, qual seja, a liberação da emissão, pois no entendimento de André Lemos e Pierre Lévy (2010, p. 25):



[...] permitem a qualquer pessoa, e não apenas as empresas de comunicação, *consumir, produzir e distribuir informação* sob qualquer formato em tempo real e para qualquer lugar do mundo sem ter de movimentar grandes volumes financeiros ou ter de pedir concessão a quem quer que seja.

Ao publicar conteúdo na *web*, o cibernauta não somente opta pelo assunto de seu interesse e emite uma opinião ou crítica, como também engaja e movimenta outros cidadãos na defesa de interesses e escolhas que, muitas vezes, apresentam reflexos fora da Internet. Assim, ao adquirir a condição de emissor de informação, sem a necessidade de prévio controle, o cidadão assume nítida postura ativista, na medida em que faz uso da Internet como um veículo de propagação de informações e ideias, com o escopo de transformar a própria realidade social.

Assim, surge o ativismo digital ou ciberativismo, como mecanismo de ação democrática no ambiente virtual, sendo explicitado por Maria Eugênia Rigitano (2012, p. 03) como:

A utilização da rede por parte destes grupos visa, dentre outras coisas, poder difundir informações e reivindicações sem mediação, com o objetivo de buscar apoio e mobilização para uma causa; criar espaços de discussão e troca de informação; organizar e mobilizar indivíduos para ações e protestos on-line e off-line.

Deste modo, estes grupos organizam-se em *sites, blogs*, redes sociais (a exemplo do *Facebook, Orkut e Google+*), quer dizer, utilizando-se das Novas Tecnologias da Comunicação e Informação (NTICS), com o intuito de propagar as suas ideias, trocar informações e também engajar a população na defesa de determinada causa ou reivindicação.

Saliente-se, neste ponto, que os debates promovidos no ambiente virtual não almejam reduzir a importância dos movimentos realizados de forma *off-line*, porém fortalecê-los e contribuir para aumentar o alcance da discussão de determinados assuntos e, com isso, agregar mais pessoas na defesa ou crítica da temática, como afirma Manuel Castells (1999, p. 445):

A Rede é especialmente apropriada para a geração de laços fracos múltiplos. Os laços fracos são úteis no fornecimento de informações e na abertura de novas oportunidades a baixo custo. A vantagem da Rede é que ela permite a criação de laços fracos com desconhecidos, num modelo igualitário de interação, no qual as características sociais são menos influentes na estruturação, ou mesmo no bloqueio, da comunicação. De fato, tanto *off-line* quanto *on-line*, os laços fracos facilitam a



ligação de pessoas com diversas características sociais, expandindo assim a sociabilidade para além dos limites socialmente definidos do auto-reconhecimento.

A fim de atingir este escopo, os cibernautas utilizam-se não somente da rapidez com que as informações são transmitidas, como também da liberdade de expressão e do fácil acesso, pois é suficiente um computador com acesso à Internet para que várias opções, matérias e argumentos sejam conhecidos e debatidos por uma infinidade de cidadãos.

Entretanto, nem sempre as manifestações dos cibernautas são interpretadas de forma livre e isenta de regulamentação, pois se encontra no armazenamento dos dados fornecidos pelos usuários uma forma de controle das informações, a exemplo da discussão acerca da nova política de privacidade implementada pela Google, conforme se verá no próximo tópico.

1.1 Google e a unificação de sua política de privacidade

Grande parte das atividades desenvolvidas na Internet, atualmente, decorre da utilização dos produtos oferecidos pela Google, empresa multinacional de serviços online e softwares. A companhia norteamericana foi fundada em 1998, por Larry Page e Sergey Brin, e definida como o “mecanismo de pesquisa perfeito [...] que entende exatamente o que você quer dizer e retorna exatamente o que você deseja” (GOOGLE, 2012).

Referido conceito é ilustrado pela própria análise da origem do nome da empresa, pois a designação Google foi criada a partir do termo matemático *googol*, que representa a centésima potência do número 10 (o número 1 seguido de 100 zeros) e significa a diferença entre um número imenso e o infinito, inspirando os criadores da empresa pela ideia de aproximação de um número extenso com a elasticidade inesgotável dos limites da *web*. É representado, ademais, pelo marcador de páginas de resultados que consiste em um “G” com vários “o”, de modo que a busca fique organizada, conforme demonstra a figura abaixo (GOOGLE, 2012):



Figura 01: marcador de páginas da Google. Fonte: TECMUNDO, 2012.

Essa ideia de organizar uma quantidade aparentemente infinita de informações na *web* adveio, por outro lado, da inconformidade de Larry Page e Sergey Brin com a forma de



apresentação dos resultados obtidos nos motores convencionais de busca – exibidos conforme o número de vezes que os termos pesquisados apareciam na primeira página do site. Assim, idealizaram uma forma diferenciada de listagem dos resultados, que considerasse não só a procura das palavras-chave diretamente nas páginas, como o uso de referências externas espalhadas pela web (HISTÓRIA, 2012).

O sistema em questão – conhecido como *Google Search* – representa, hodiernamente, o motor de busca mais utilizado na Internet, alcançando cerca de duas bilhões de pesquisas por dia. Além do buscador, a Google oferece várias outras ferramentas e serviços, destacando-se *Blogger*, *Gmail*, *Google+*, *Orkut*, *You Tube*, *Google Chrome*, *Picasa*, *Google Books*, o que denota ainda mais a importância e grandiosidade da empresa (TECMUNDO, 2012).

Não obstante a existência de considerável número de aplicativos e sites, a empresa já conta com versões em outros treze idiomas além do inglês, a saber: francês, alemão, italiano, sueco, filandês, espanhol, português, holandês, norueguês, dinamarquês, japonês, chinês e coreano (TECMUNDO, 2012).

A empresa revela-se, deste modo, não apenas como um referencial na pesquisa *online*, mas também como uma superpotência, na medida em que detém o controle de outros espaços, influenciando diretamente nas relações criadas e mantidas na rede.

O poder exercido pela Google dá-se, principalmente, em razão do armazenamento dos dados dos usuários e do uso destinado a eles, o que foi objeto da nova política de privacidade da empresa, a qual unificou as regras aplicáveis aos seus produtos, exceto relativamente ao navegador e ao sistema operacional *Chrome* e aos serviços *Books* e *Wallet*. Essa mudança, a maior realizada desde a criação da companhia norteamericana, representa a formação da primeira plataforma unificada de dados do Google, o que significa a extinção da separação, por exemplo, entre o *You Tube*, *Google+*, *Gmail* e *Google* (motor de buscas), em razão de que os dados coletados em uma das plataformas da companhia poderão ser usados em todas as outras (VEJA, 2012).

Com efeito, como explicado pela Google, a nova política não se propõe a coletar mais dados, mas a combinar os já fornecidos de novas maneiras, a fim de direcionar personalizadamente os anúncios publicitários, vídeos, indicação de contatos, para cada usuário. Desse modo, o novo termo de uso em questão esclarece que serão armazenadas as informações pessoais prestadas no cadastro de uma conta do Google, em outros serviços da



empresa e de terceiros, gravadas as preferências do usuário por meio de envio de *cookies*³ para o computador ou outro dispositivo de acesso a Internet. Além disso, serão armazenados os registros dos servidores quanto às solicitações de páginas e o número de aplicativo exclusivo de serviços (a exemplo da Barra de Ferramentas do Google), retidas as mensagens de comunicação do Google com o usuário, incluindo, se por meio de SMS, o número do telefone e a operadora de rede sem fio, e recebidas informações sobre localização real do usuário, no caso de utilização de serviços como Google Maps ou Google Latitude.

As explicações da Google relativamente à coleta de informações e à forma de utilização dos dados foi interpretada, de modo geral, como violação dos direitos de privacidade do usuário, despertando a emissão de opinião de diversos segmentos sociais. Ressalte-se, nesse ponto, que regras diretamente relacionadas com o ambiente virtual repercutiram para muito além dessa esfera, de forma que a nova política de privacidade da Google despertou manifestações não só no seu meio próprio – Internet – como também nos meios de comunicação tradicionais e na sociedade como um todo, ao provocar, inclusive, um posicionamento dos políticos, como desenvolvido a seguir.

2 A NOVA POLÍTICA DA GOOGLE: REPERCUSSÕES

A nova política de privacidade da Google, que dispõe acerca da unificação dos produtos e serviços prestados pela referida empresa, entrou em vigor em 1º de março de 2012, momento em que o usuário, para continuar tendo acesso aos serviços ofertados pela empresa, teve que manifestar aquiescência às aludidas regras e aos termos de uso correspondentes ou deixar de utilizar os produtos, conforme noticiado na Internet (VEJA, 2012).

Além da notícia mencionada, inúmeras outras surgiram, no âmbito da rede, com o objetivo de interpretar a extensão dada à coleta de dados dos usuários e do uso destinado a eles. A partir dessa análise, surgiram reportagens buscando informar e alertar o usuário, questionar a nova política, insurgir-se contra a conduta da Google, o que se infere dos títulos atribuídos a algumas dessas manifestações: “Google estreia nova política de privacidade nesta

³ “Um ‘cookie’ é um arquivo pequeno que contém uma sequência de caracteres. Ele é enviado para seu computador quando você visita um website. Quando visitar o site novamente, o cookie permitirá àquele site reconhecer seu navegador. Cookies podem armazenar as preferências do usuário e outras informações. Você pode redefinir seu navegador para que recuse todos os cookies ou avise quando um cookie estiver sendo enviado. No entanto, alguns recursos ou serviços do site podem não funcionar adequadamente sem cookies” (GOOGLE, 2012).



quinta” (DGCOMPANY, 2012); “Política de privacidade unificada do Google parece ser boa, mas gera polêmica” (HARDWARE, 2012); “Por que ficar atento aos novos termos de uso do Google” (VEJA, 2012); “5 motivos que tornam o Google um verdadeiro vilão” (TECMUNDO, 2012); “Nova política de privacidade do Google entra em vigor” (CONJUR, 2012); “Nova política de privacidade do Google: quando os mundos dos consumidores colidem, a empresa sai lucrando” (UNIVERSIA, 2012).

Em resposta a essas reportagens, os cibernetas expressaram suas opiniões, seja por meio de discordância/concordância/justificativa com a/da conduta da Google, seja ironizando não só a nova política, como os receios manifestados nas notícias e nos comentários.

Interessante é a manifestação exposta em 03 de abril de 2012, relativamente à notícia intitulada “O que a Google vai fazer com os meus dados”, a qual compara a empresa multinacional a “um IBGE mundial de comportamento e tendências humanas podendo ser filtrado por localidades” (TECMUNDO, 2012).

Ainda, em consultas a *blogs* e *sites*, encontra-se uma variedade de opiniões acerca da nova política, merecendo destaque as seguintes:

A.: “Ao meu ver isso eh bom somente pro google. Vai poder vender publicidade mais segmentada ainda, e isso remete melhor vendas pros clientes deles e consequentemente mais faturamento e lucro pro google e; imagino que o tanto de dados sobre as pessoas diminui, pois nao estarao em varios lugares diferentes, portanto mais servidores com cada vez menos “carga”.

tsc tsc, you are doing evil being good, or doing good being evil...” (25/01/2012, às 15h03)

[...]

G. M.: “Eu nem olho direito as publicidades e muito menos clicko nelas... Pra mim podem integrar já que ta tudo dentro da mesma empresa.... E meus dados já estão lá mesmo... Realmente... Quem quer privacidade hoje na internet é melhor não usar...” (25/01/2012, às 15h39).

[...]

T. V.: “Google é uma empresa só com vários serviços. Os dados estão nos mesmos servidores. Logo, era natural quem em algum momento integrariam isso. Acho que pode trazer uma experiência melhor para os usuários.

“Evil” seria vender esses dados acumulados ao longo de anos e, a partir de março, por meio de vários produtos amplamente utilizados.” (25/01/2012, às 14h22)

[...]

@g.: “Não me importo nem um pouco. O Google oferece serviços sensacionais sem os quais é difícil imaginar o dia a dia hoje e não cobra de mim um centavo por isso. É normal que queira ganhar algo em troca. Além disso, se realmente servir para me oferecer propaganda que me interesse (e não um monte de lixo que apenas irá poluir minha tela) pode ser vantajoso para mim também. Eu agradeceria poder retirar meus dados do servidor quando quiser, mas não vejo tanto problema em mantê-los.

E, na boa, se a questão é segurança confio mais no Google que em 90% dos sistemas bancários que utilizo todos os dias.” (01/02/2012, às 21h16).

[...]



@i.J.C.: “Google está cada vez pior!” (25/01/2012, às 15h03) (TECNOBLOG, 2012).

Da análise conjunta das reportagens e dos comentários publicados na rede infere-se que, muito embora as notícias, predominantemente, tenham sido desfavoráveis à nova política da Google, os usuários das ferramentas e serviços, em sua grande maioria, apoiaram a conduta da empresa. As manifestações invocando a violação da privacidade são superadas em número e qualidade de argumentos pelos comentários que reconhecem a excelência dos produtos disponibilizados pela companhia multinacional, bem como que a empresa deve ter uma forma de contraprestação por esses serviços, que são fornecidos ao usuário gratuitamente.

Entretanto, apesar da resposta positiva dos internautas na *web*, a nova política de privacidade da Google enfrenta resistência no âmbito externo a Internet, principalmente na defesa do consumidor, como exposto no item seguinte.

2.1 Movimentos off-line em combate à nova política

Dentre as manifestações ocorridas fora do espaço da Internet, a título ilustrativo, tem-se que Larry Page foi notificado pela União Europeia para interromper o processo de unificação de dados, sob a alegação de que as novas regras violavam os direitos de proteção de dados dos usuários (BBC, 2012).

No Brasil, quando da implantação da nova política, o IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) também enviou cartas ao chefe executivo do Google – Larry Page –, ao presidente do Google no Brasil – Fábio Coelho –, ao Ministério Público e ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC – órgão do Ministério da Justiça), exigindo a revisão da política de privacidade e a suspensão de sua vigência até que as alterações fossem realizadas. Alegou-se, em síntese, “que a empresa estaria criando um sistema de monitoramento constante da navegação dos consumidores, identificando indistintamente todo seu comportamento, preferências e atitudes na internet” (IDEC, 2012).

Por sua vez, o DPDC notificou a empresa solicitando informações detalhadas sobre a nova política, devendo esta informar as possibilidades de utilização dos dados pessoais dos usuários e de que forma a sociedade pode se manifestar sobre as alterações na política de privacidade. No documento, foi questionado, ainda, se com a unificação da política (pois esta



nova regulamentação aplica-se a todos os serviços da empresa, a exceção dos acima mencionados), há a possibilidade para utilização dos aplicativos sem que haja a interconexão dos dados pessoais entre os diferentes serviços, em especial, dos e-mails. Este documento, enviado à empresa em 08 de março de 2012, oportunizou prazo de dez dias para resposta, sob pena de instauração de processo administrativo contra a mesma (IDEC, 2012).

Não obstante, o deputado federal Paulo Pimenta requereu a realização de uma audiência pública, na Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara dos Deputados, para discutir os novos termos de serviços do Google, a qual foi aprovada. O parlamentar justificou o pedido alegando que “Nesses serviços, ficam flagrantes normas que se chocam com disposições do Código de Defesa do Consumidor e com os próprios direitos constitucionais” (VEJA, 2012). E ainda:

A decisão do Google é tão forte, tem tanta repercussão, que os usuários que não desejarem aderir à essa nova política de privacidade terão que excluir os seus perfis. Portanto, você terá que disponibilizar os seus dados para utilização comercial. Então não é uma coisa simples, é uma coisa que tem muita repercussão (CÂMARA, 2012).

Realizada a audiência em questão, na qual compareceram entidades de defesa do consumidor, deputados e internautas, foi corroborado o posicionamento acerca da proteção dos dados em defesa do consumidor, inclusive trazendo à tona a rediscussão acerca do anteprojeto de lei de proteção de dados pessoais⁴ e do Marco Civil da Internet no Brasil⁵.

A empresa Google, em resposta, manifestou-se afirmando que está apenas realizando o mesmo processo que outras empresas já fizeram, porém com mais transparência, uma vez que:

A novidade não é motivo para preocupação, segundo Felix Ximenes, diretor de comunicação do Google no Brasil [...]. “Nós fazemos questão que o usuário conheça nossa política, diferentemente do que muitas empresas fazem no mercado. Nosso tratamento é bem transparente, bastante respeitoso ao usuário, e a gente espera que

⁴ Formulado pelo Ministério da Justiça, por meio da Secretaria de Assuntos Legislativos (SAL) e do DPCD, em parceria com o Observatório Brasileiro de Políticas Digitais (ainda no ano de 2010), o texto foi levado à consulta pública e recebeu mais de oitocentas contribuições da sociedade, através da utilização do blog “Culturadigital.br” (OBSERVATÓRIO, 2012). Entretanto, ainda não foi encaminhado à Câmara dos Deputados.

⁵ O Marco Civil, proposto também pela SAL/Ministério da Justiça, em conjunto com a Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas, tem por objetivo regular as práticas na web, em especial em relação à segurança das informações veiculadas na Internet, porém resguardando o direito de livre expressão (MARCO, 2012). Para a realização da discussão do texto-base produzido pelo Ministério da Justiça, foi o mesmo debatido em um blog específico e Twiiter, os quais receberam mais de 2,3 mil comentários e originaram o Projeto de Lei n.º 2126/11 (BLOG, 2012).



ele entenda bem quais são os benefícios e riscos envolvidos com a atividade online, e que ele possa dosar o quanto ele quer compartilhar e o quanto ele quer conservar como sendo informação restrita ao uso próprio” (CÂMARA, 2012).

Embora a empresa tenha esboçado posicionamento no sentido de compartilhar com os usuários as alterações realizadas, a população ainda está vacilante quanto à nova política de privacidade. Verifica-se que, de forma *online* posicionou-se, de modo geral, favoravelmente à empresa, enquanto que os movimentos ocorridos fora do âmbito da Internet mostraram-se totalmente contrários à alteração, havendo repercussões inclusive legislativas, na medida em que está se buscando agilizar o processo de aprovação de normas brasileiras regulamentando o assunto, fato que corrobora a relevância da temática e que merece a atenção do Poder Legislativo.

CONCLUSÃO

A abordagem realizada, embora sucinta, reforça a afirmação de que a Internet apresenta significativo crescimento e influência na atualidade. Chega-se à referida constatação não somente pelo interesse dos cibernetas na discussão das mais variadas temáticas, bem como pelo engajamento na construção de movimentos de forma *online*.

No tocante à empresa Google, inegável é o seu poder e influência, uma vez que apresenta liderança no mercado de pesquisa de informações na *web*, propriedade de *sites* e aplicativos, abrangendo grande número de países e idiomas.

Assim, ao alterar sua política de privacidade, unificando os bancos de dados dos *sites* e aplicativos que detêm, causou enorme confusão e questionamento na sociedade, na medida em que se discute se a nova forma de armazenamento dos dados pode constituir em uma violação ao direito da privacidade daqueles que têm acesso aos seus produtos.

Deste modo, movimentos da sociedade civil, em especial os que defendem os direitos do consumidor, parlamentares e cibernetas iniciaram um debate com o escopo de entender e questionar a empresa sobre quais são os reais objetivos intentados com a mudança de sua política de armazenamento de dados.

Ao analisar *sites* e *blogs* puderam-se encontrar os mais variados posicionamentos, ora na defesa dos interesses da empresa, entendendo-se como “não fazer nada mais do que lucrar com os serviços gratuitos que disponibiliza”, ora contrários, na medida em que defendem a



30, 31 mai e 01 jun / 2012- Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

privacidade de cada indivíduo que faz uso dos serviços oferecidos pela empresa e que não quer ser importunado com propagandas ou com uma possível divulgação dos seus dados pessoais.

Embora ainda não se tenha encontrado uma resposta aos questionamentos feitos pela sociedade, o debate reforça o movimento do ativismo digital, demonstrando que a população está se interessando por discussões de temáticas relativas ao uso da Internet, bem como à destinação que é conferida aos dados ali expostos, refletindo, inclusive, acerca da aprovação de projetos de lei para regulamentar o tema em nosso país.

REFERÊNCIAS

BBC. **Nova política de privacidade põe Google e UE em rota de colisão.** Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/03/120301_google_privacidade_dg.shtml>. Acesso em: 21 abr. 2012.

BLOG do Ministério da Justiça. **Câmara dos Deputados começa a analisar Marco Civil da Internet.** Disponível em: <<http://blog.justica.gov.br/inicio/camara-dos-deputados-comeca-a-analisar-marco-civil-da-internet/>>. Acesso em: 31 mar. 2012.

CAMARA DOS DEPUTADOS. **Debatedores criticam nova política de privacidade do Google.** Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/agencia/noticias/CONSUMIDOR/414412-DEBATEDORES-CRITICAM-NOVA-POLITICA-DE-PRIVACIDADE-DO-GOOGLE.html>>. Acesso em: 21 abr. 2012.

_____. **Congresso Nacional quer explicações do Google sobre nova política de privacidade.** Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/radio/materias/ULTIMAS-NOTICIAS/409478-CONGRESSO-NACIONAL-QUER-EXPLICACOES-DO-GOOGLE-SOBRE-NOVA-POLITICA-DE-PRIVACIDADE.html>>. Acesso em: 21 abr. 2012.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CONJUR. **Consultor jurídico.** Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2012-mar-01/direito-papel-politica-privacidade-google-entra-vigor>>. Acesso em: 20 abr. 2012.

DGCOMPANY. **Google estréia nova política de privacidade nesta quinta.** Disponível em: <http://www.dgcompany.com.br/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=23&Itemid=82>. Acesso em: 19 abr. 2012.

GOOGLE. Disponível em: <<http://www.google.com/intl/pt-BR/about/corporate/company/index.html>>. Acesso em: 18 abr. 2012.

HARDWARE. **Política de privacidade unificada do Google parece ser boa, mas gera polêmica.** Disponível em: <<http://www.hardware.com.br/noticias/2012-01/politica-privacidade-google.html>>. Acesso em 19 abr. 2012.

HISTÓRIA SOBRE OS SITES DE BUSCA. Disponível em: <<http://sites.google.com/site/historiasobreossitesdebusca/>>. Acesso em: 18 abr. 2012.

IDECK. *Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Nova política do Google ameaça privacidade dos*



30, 31 mai e 01 jun / 2012- Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

usuários. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/em-acao/em-foco/nova-politica-do-google-ameaca-privacidade-dos-usuarios>>. Acesso em: 20 abr. 2012.

_____. **Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. DPDC notifica Google sobre nova política de privacidade.** Disponível em: <<http://www.idec.org.br/em-acao/em-foco/dpdc-notifica-google-sobre-nova-politica-de-privacidade>>. Acesso em: 20 abr. 2012.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet:** em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulos, 2010.

MARCO CIVIL DA INTERNET: *seus direitos e deveres em discussão*. Disponível em: <<http://culturadigital.br/marcocivil>>. Acesso em: 31 mar. 2012.

OBSERVATÓRIO DA INTERNET.BR. Observatório brasileiro de políticas digitais. **Marco normativo sobre a Proteção de Dados Pessoais é tema de debate público.** Disponível em: <<http://observatoriodainternet.br/marco-normativo-sobre-potecao-de-dados-pessoais-sera-tema-de-debate-publico>>. Acesso em: 26 mar. 2012.

RIGITANO, Maria Eugênia. **Redes e ciberativismo:** notas para uma análise do centro de mídia independente. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf>>. Acesso em: 18 abr. 2012.

TECMUNDO. **5 motivos que tornam o Google um verdadeiro vilão.** Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/google/12425-5-motivos-que-tornam-o-google-um-verdadeiro-vilao.htm>>. Acesso em: 18 abr. 2012.

_____. **História do Google.** Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/youtube/2295-historia-do-google.htm>>. Acesso em: 18 abr. 2012.

_____. **O que a Google vai fazer com meus dados?** Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/google/20092-o-que-a-google-vai-fazer-com-meus-dados-.htm>>. Acesso em 18 abr. 2012.

_____. **Por que o Google não sai do ar?** Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/google/3001-por-que-o-google-nao-sai-do-ar-.htm>>. Acesso em: 17 abr. 2012.

TECNOBLOG. *Diário tecnológico.* **Nova política de privacidade do Google:** espalhar seus dados em todos os serviços. Disponível em: <<http://tecnoblog.net/89342/google-politica-de-privacidade/>>. Acesso em: 20 abr. 2012.

UNIVERSIA. **Nova política de privacidade do Google: quando os mundos dos consumidores colidem, a empresa sai lucrando.** Disponível em: <<http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&id=2176&language=portuguese>>. Acesso em: 19 abr. 2012.

VEJA. **Câmara quer explicações do Google e do Facebook sobre política de privacidade.** Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/camara-quer-explicacoes-do-google-e-do-facebook-politica-de-privacidade>>. Acesso em: 20 abr. 2012.

_____. **Google altera política de privacidade.** Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/google-altera-politica-de-privacidade-saiba-o-que-muda>>. Acesso em: 18 abr. 2012.

_____. **Por que ficar atento aos novos termos de uso do Google.** Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/vida-em-rede/google/por-que-ficar-atento-aos-novos-termos-de-uso-do-google>>. Acesso em 18 abr. 2012.