

4.12 REALIZE UMA ANÁLISE ÉTICA DO FACEBOOK. QUAL É O DILEMA ÉTICO EVIDENCIADO POR ESSE CASO?

1. Identificação e descrição dos fatos:

Para alimentar sua receita, o Facebook coleta e utiliza informações pessoais, com ou sem consentimento, dos usuários da rede para apresentá-los anúncios mais relevantes. Para aumentar a coleta de dados, o Facebook estimula seus usuários a compartilharem o máximo de dados possível. São armazenados e analisados dados até mesmo de pessoas que não possuem conta. Isso é possível através de páginas da web que possuem botões “Curtir” ou ferramentas “Recomendar”.

2. Conflitos e valores envolvidos:

O principal valor envolvido é a privacidade. Os usuários devem ter a privacidade de suas informações pessoais preservada, porém essas informações são o principal produto de venda da empresa.

3. Partes interessadas:

Facebook e seus usuários.

4. Alternativas razoáveis a adotar:

Existem duas alternativas em potencial: política de opção de adesão (onde as empresas são proibidas de coletar informações, a menos que o consumidor aprove a coleta e o uso de suas informações) e o modelo de opção de retirada (onde todas as empresas podem coletar informações, a menos que o consumidor determine que suas informações não sejam coletadas).

5. Potenciais consequências de suas opções:

Ao adotar a opção de retirada, empresas podem, de forma intencional, não avisar claramente seus usuários sobre a coleta de dados. Além disso, podem dificultar a alteração das configurações de privacidade, criando menus com opções confusas (como é o caso do Facebook). Já na opção de adesão, pode existir uma taxa muito pequena de consentimento de coleta de dados. Isso afeta serviços bem intencionados de pesquisa e análise de dados.

4.13 QUAL É A RELAÇÃO ENTRE A PRIVACIDADE E O MODELO DE NEGÓCIOS DO FACEBOOK?

O modelo de negócios do Facebook é baseado na elaboração de perfis de consumidores através dos dados coletados. Assim, a empresa vende serviços de publicidade altamente eficazes. Contudo, a coleta de dados é feita de maneira controversa e fere o direito à privacidade em alguns casos.

4.14 DESCREVA AS FRAGILIDADES DAS POLÍTICAS E DOS RECURSOS DE PRIVACIDADE DO FACEBOOK. QUAIS FATORES HUMANOS, ORGANIZACIONAIS E TECNOLÓGICOS TÊM CONTRIBUÍDO PARA ESSAS FRAGILIDADES?

Especialistas afirmam que o repositório de dados pessoais que o Facebook acumula necessita de proteções e controles de privacidade muito mais robustos do que aqueles que são oferecidos atualmente. Até mesmo usuários com configurações de privacidade mais restritivas terão seus dados facilmente acessíveis na rede. Contudo, a maioria desses dados disponíveis são informados pelos próprios usuários. Além do estilo de relação interpessoal na sociedade contemporânea que nos impõe a manter uma vida ativa nas redes sociais, o Facebook possui ferramentas que estimulam o usuário a informar seus dados pessoais.

4.15 SERÁ QUE O FACEBOOK SERÁ CAPAZ DE TER UM MODELO DE NEGÓCIOS BEM-SUCEDIDO SEM INVADIR A PRIVACIDADE? EXPLIQUE SUA RESPOSTA. EXISTE ALGUMA MEDIDA QUE O FACEBOOK PODERIA TOMAR PARA TORNAR ISSO POSSÍVEL?

O Facebook só é capaz de manter os altos lucros ferindo o direito à privacidade de seus usuários. O valor da empresa e seu potencial de crescimento são definidos pela capacidade de análise e quantidade de dados pessoais que obtém para atrair anunciantes.

Em uma situação ideal, na qual o Facebook adote a política da adesão, 72% das pessoas optariam por não terem seus dados coletados, segundo estudo da Consumer Reports. Isso diminuiria drasticamente a coleta de dados e, conseqüentemente, a receita da empresa. Para aumentar a adesão, o Facebook poderia facilitar acesso dos usuários aos seus dados coletados sem ser obrigado por leis específicas de cada região. Assim, a sensação de segurança e conforto em compartilhar os dados seria impulsionada.