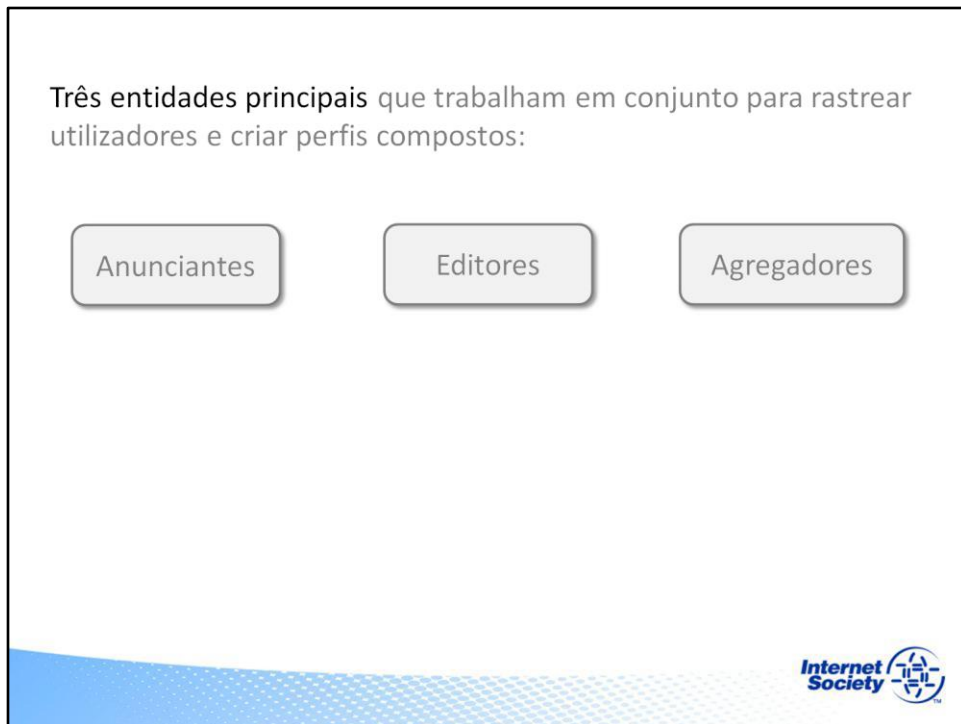


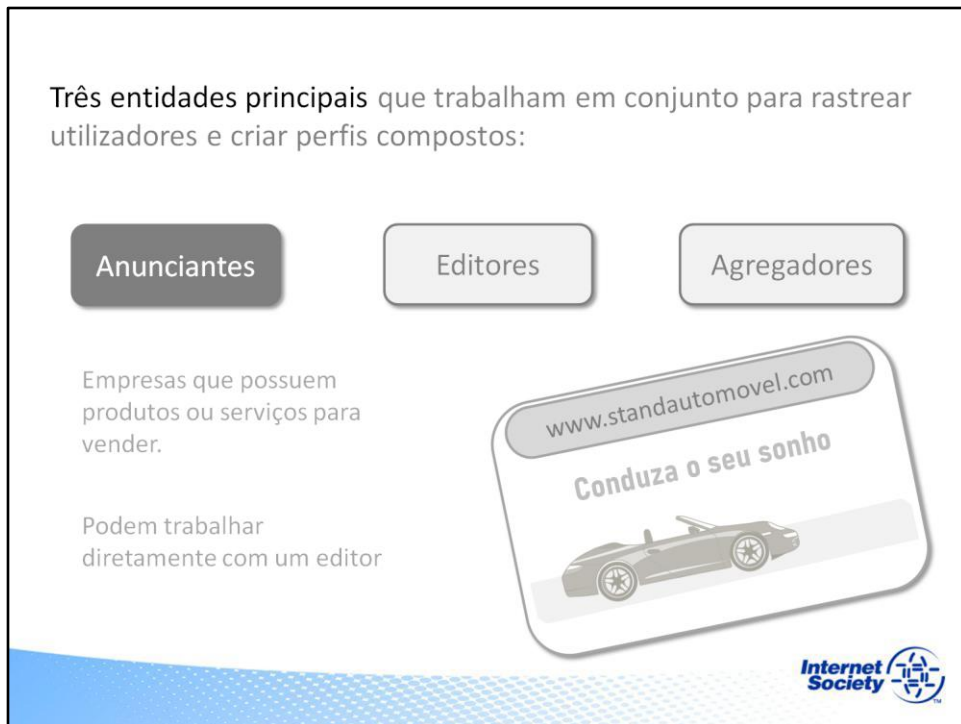


Bem-vindo a Pegadas Digitais, módulo sete.

Neste módulo, descobriremos quem nos está a seguir e a criar um perfil das nossas informações pessoais *online* e como é que o fazem.



Então, vamos descobrir quem nos segue pela Internet. Neste módulo, focaremos apenas no contexto comercial. Como todos descobrimos recentemente, algumas das mesmas técnicas também são usadas pelos governos - mas com diferentes motivações e condições legais. Por enquanto, os três principais tipos de entidades que trabalham em conjunto para rastrear utilizadores e criar perfis compostos são os Anunciantes, Editores e Agregadores.



Os anunciantes são empresas que possuem produtos ou serviços para vender e portanto, os comercializam.

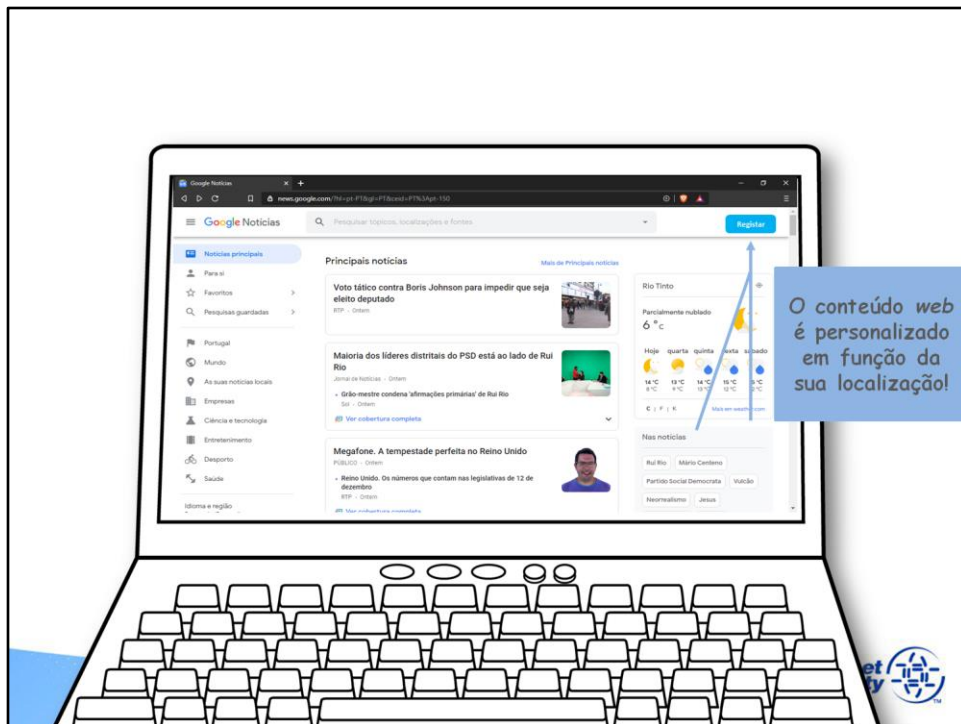
Estes podem trabalhar diretamente com um editor. Por exemplo, um fabricante de automóveis pode pedir a um promotor *online* para comercializar o seu novo carro na Internet.



Os editores são empresas que publicam anúncios *online*. Apresentam anúncios junto a conteúdo de páginas *web*, jogos, etc. Engloba qualquer revista *online*, motores de pesquisa, plataformas de publicação de *blogs* ou *websites*.



Os agregadores de dados, supostamente, reúnem dados anónimos dos seus parceiros e os usam para direcionar anúncios.

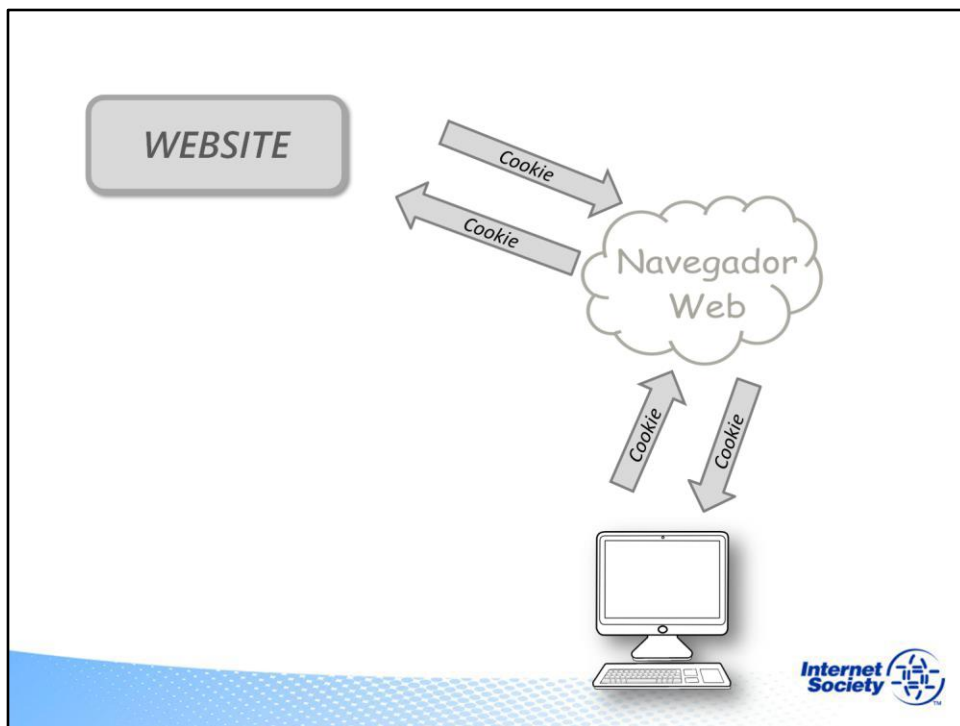


Agora, vamos dar uma vista de olhos sobre um exemplo e observar como os *cookies* são usados para o seguir.

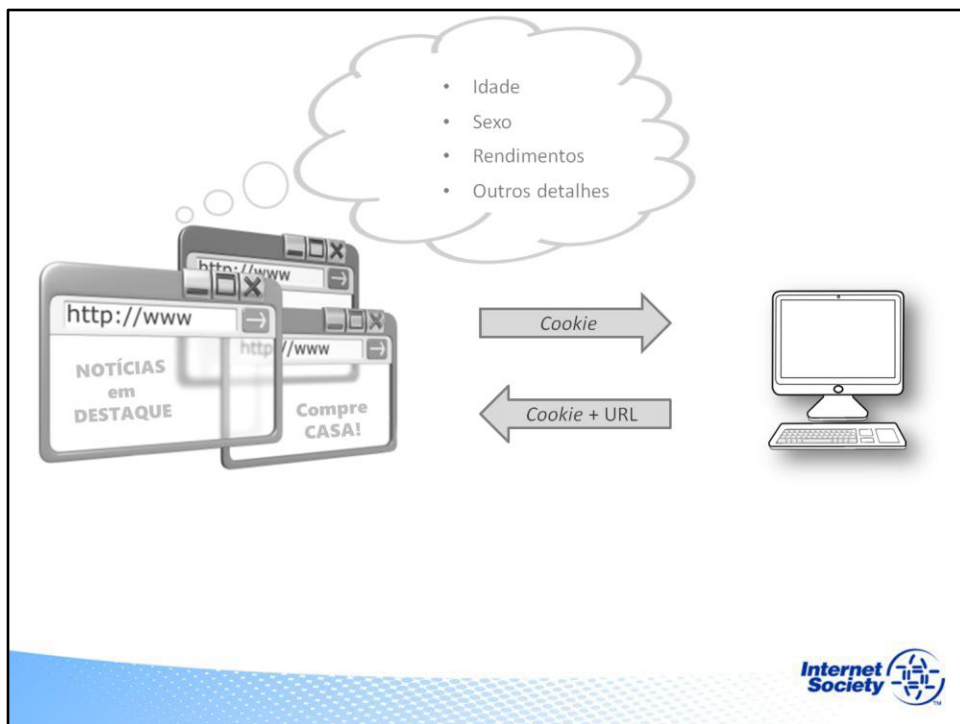
O *Google News* é um site de agregação de notícias, disponibilizando indicadores para as principais notícias entre milhares de fontes. Se não tem nenhum relacionamento com o *Google* e simplesmente clica para abrir a página *web*, verá as principais notícias, personalizadas para sua localização atual.



Sendo assim, como é que o *Google* identifica a sua localização e personaliza as notícias? Bem, o *Google* rastreia sua localização (como "Rio Tinto", neste caso) com base no seu endereço IP. As notícias no seu navegador são otimizadas em função da sua localização.



Quando navega num *site*, este coloca um *cookie* de rastreamento no seu navegador. O navegador armazenará esse *cookie* no seu dispositivo. A função do navegador é enviar esse *cookie* de volta ao *site* sempre que regressar ao *site* ou solicitar outra página.



Cada um dos *sites* que visualiza opera independentemente e envia *cookies* de rastreamento para o seu navegador. O navegador enviará de volta apenas o URL do conteúdo que pesquisou e o *cookie* para o *site* que os definiu. E se alguma dessas páginas *web* tiver anúncios de terceiros, estes também enviarão os seus próprios *cookies* de rastreamento. Os sites não têm realmente nenhuma informação sobre quem você é ou o seu perfil, pois não se autenticou em nenhum desses sites, mas ainda consegue adivinhar a sua idade, sexo, rendimentos e outros detalhes acerca dos seus hábitos de leitura e navegação.


www.adeptosautomovel.com

Idade


Género

Cidade

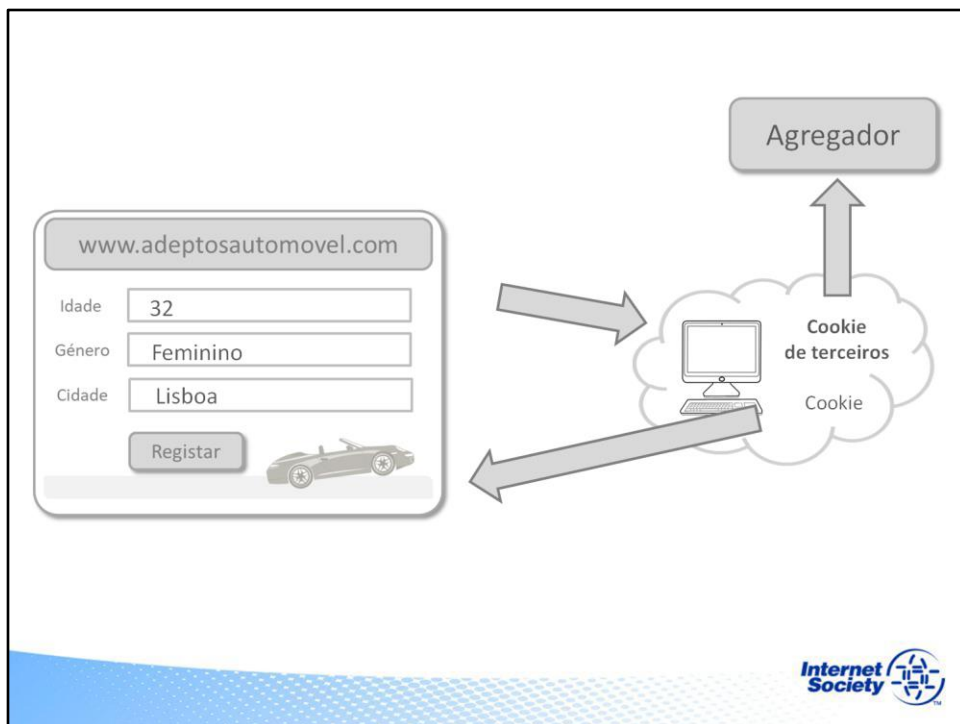
Registrar



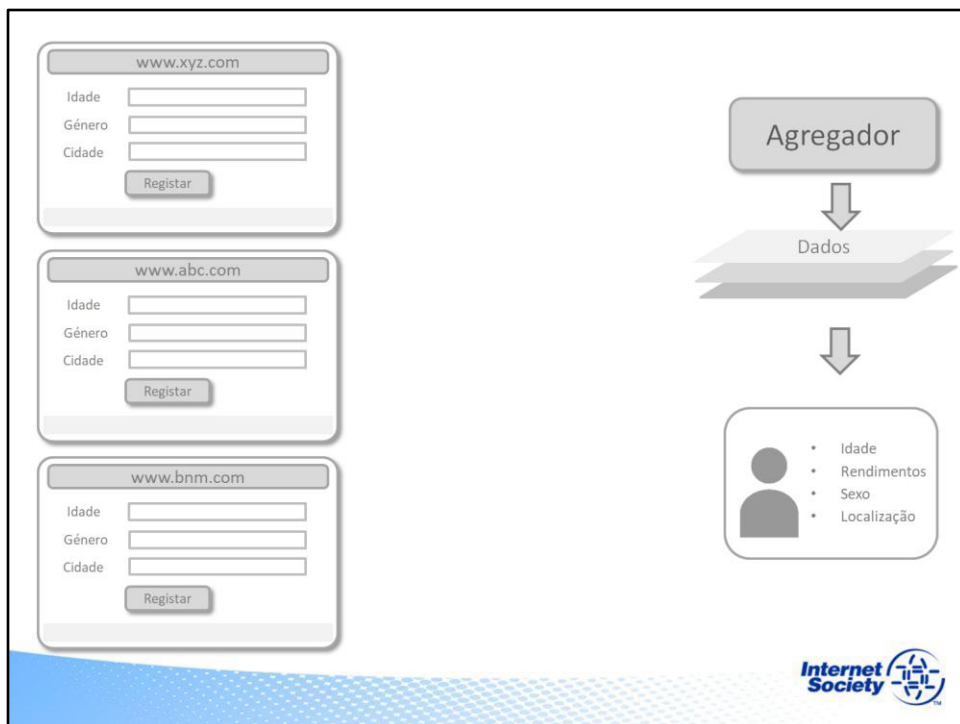
A iniciar sessão numa conta
que criou num dos seus
sites favoritos.

Internet Society 

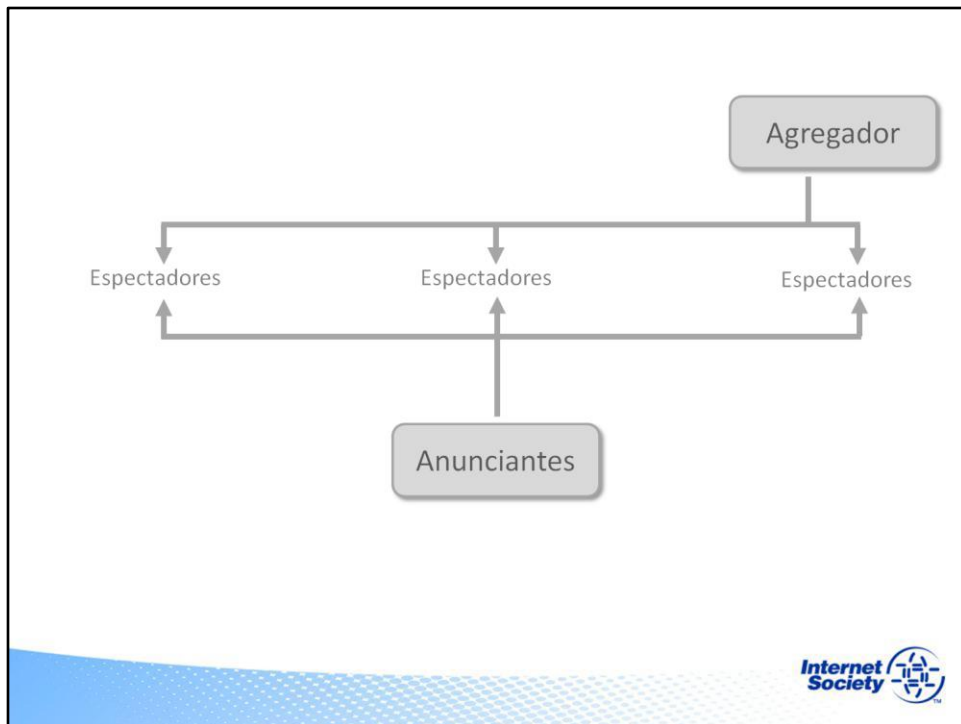
Vamos dar uma vista de olhos noutro exemplo. Desta vez, vamos supôr que começou a iniciar sessão numa conta que criou num dos seus *sites* favoritos.



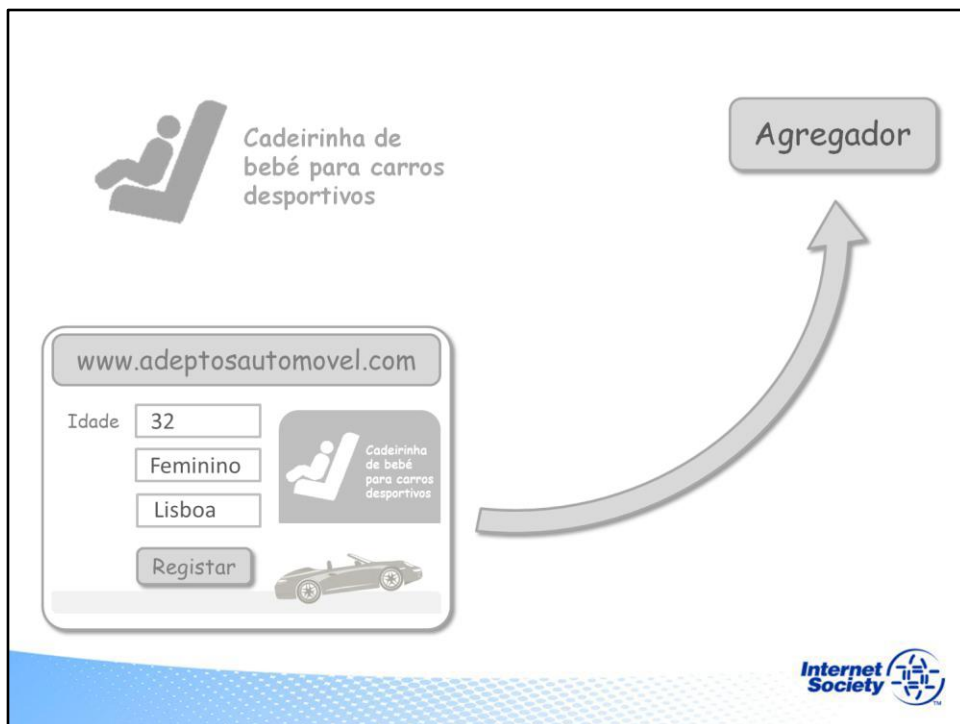
Imagine que criou uma conta num site para entusiastas do desporto automóvel e se identificou como sendo uma mulher de 32 anos que mora em Lisboa. O site de desporto automóvel coloca um *cookie* no seu navegador, como antes, mas desta vez também deixa um "cookie de terceiros" com dados para o agregador. Este é um cookie deixado por um site, mas contém o URL (o "endereço de retorno") de outro - nesse caso, o agregador. O seu navegador envia de volta o cookie ao site que acabou de aceder, bem como ao agregador de dados.



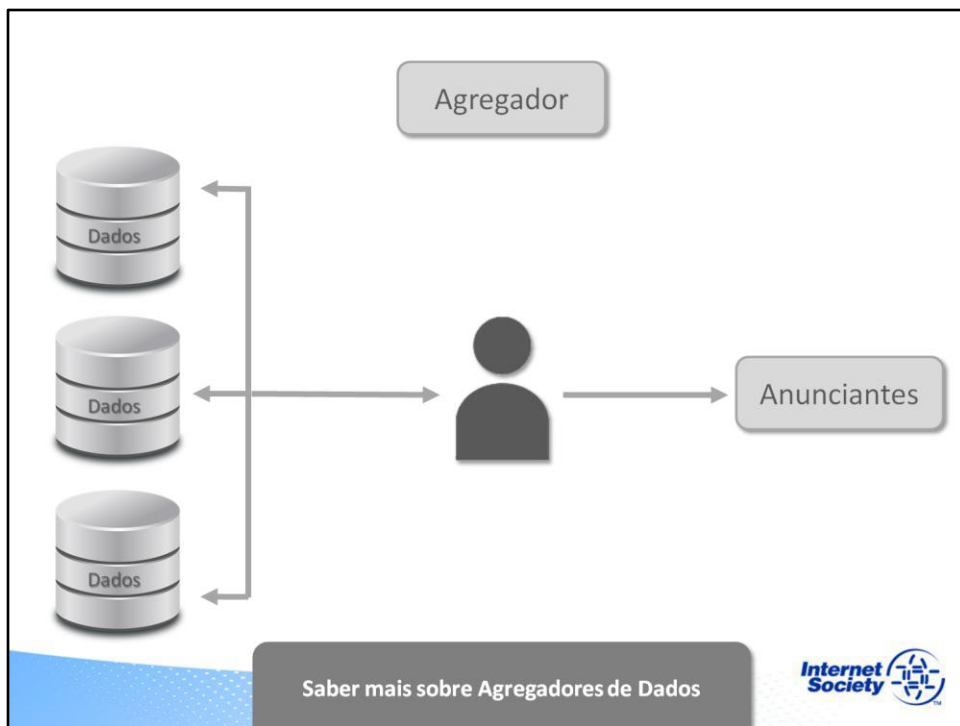
O agregador de dados obtém dados de vários sites. O agregador reúne tudo isto, filtra-o e cria um perfil do utilizador com dezenas de critérios diferentes: idade, rendimentos, hábitos de compras, sexo, localização, interesses, etc.



Os agregadores trabalham com os editores para classificar os espectadores em diferentes categorias e em seguida, oferecem aos anunciantes a perspectiva de acesso a esses "olhos".



Portanto, quando o fabricante de uma nova cadeirinha de bebé para carros desportivos deseja alcançar os seus clientes, como você é membro do *site* entusiasta do desporto automóvel, verá o anúncio deste da próxima vez que aceder a um *site* associado a esse agregador.



Os agregadores de dados basicamente compilam informações de indivíduos, provenientes de bases de dados ou sites de parceiros e as vendem a anunciantes para direcionarem anúncios. Para saber mais sobre agregadores de dados, clique no botão abaixo ou clique em "Avançar" para continuar.

Factos interessantes sobre Agregadores de Dados

- Agregadores possuem muitos dados sobre utilizadores da Internet:

BlueKai	85 milhões de utilizadores
OutBrain	364 milhões de utilizadores
Rio	500 milhões de utilizadores

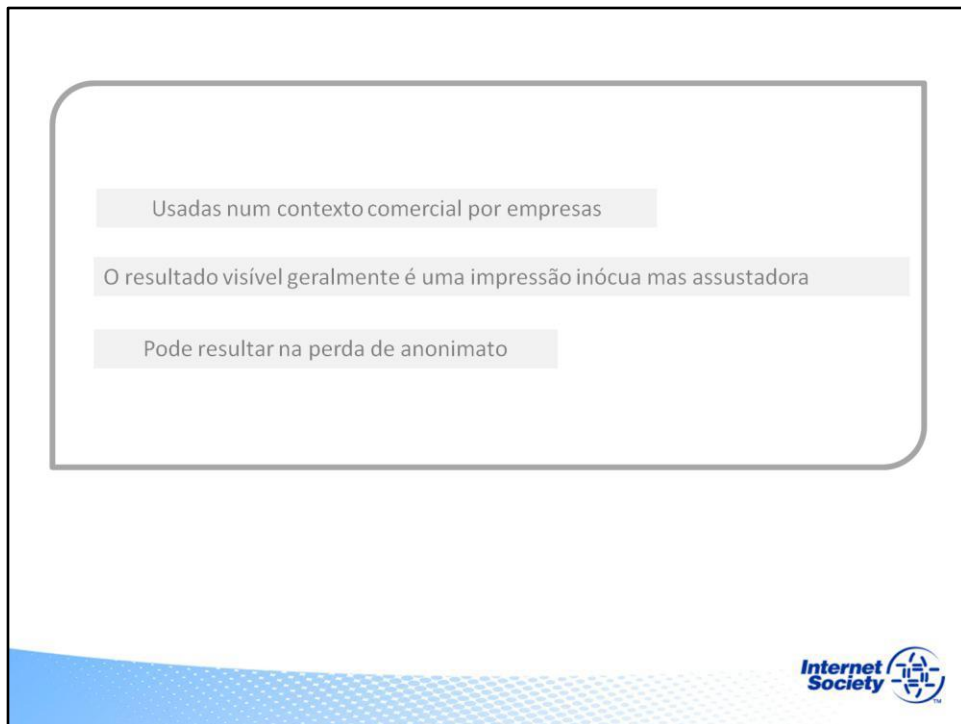
- Suposição que os *cookies* de rastreamento de terceiros são anónimos é largamente contestada.
- São necessários apenas algumas informações para rastrear um conjunto de eventos da web de volta a uma pessoa real.



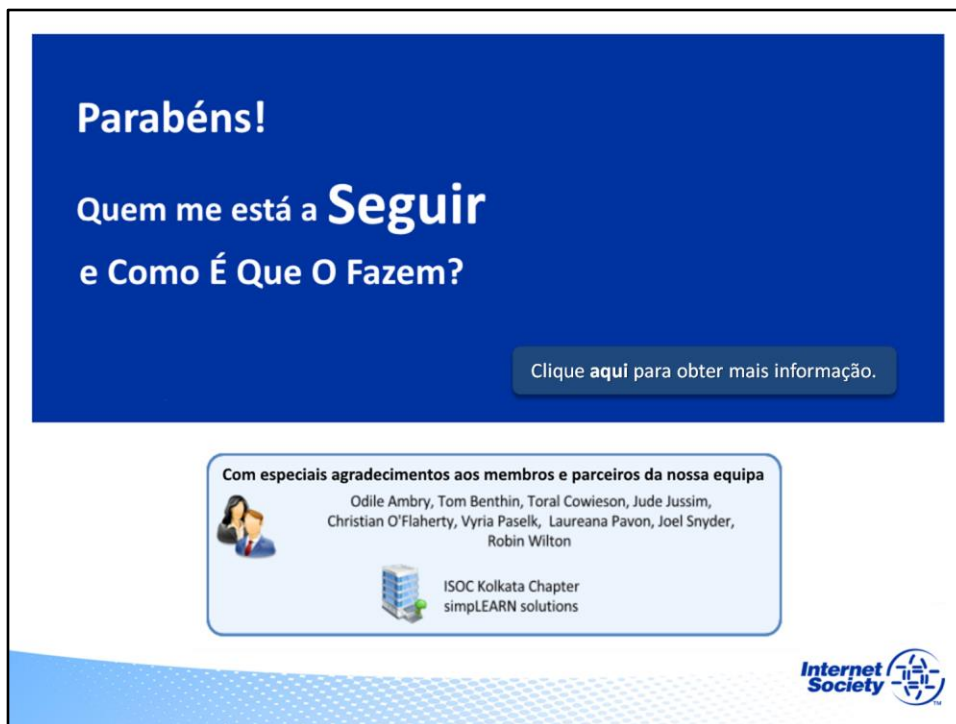
Aqui estão alguns factos interessantes sobre agregadores de dados.

Os agregadores possuem muitos dados sobre utilizadores da Internet. No início de 2013, a BlueKai possuía informações sobre 85 milhões de utilizadores únicos, a OutBrain avança com 364 milhões, e a Rio reivindica quase 500 milhões.

A suposição que os *cookies* de rastreamento de terceiros são anónimos é largamente contestada. Embora a maioria dos agregadores se esforce para não armazenar informações que identifiquem diretamente uma pessoa, investigadores mostraram que isso não representa muita proteção. São necessárias apenas algumas informações, especialmente quando a localização é incluída, para rastrear um conjunto de eventos da Web de volta a uma pessoa real - o que oferece a possibilidade de seguir essa pessoa real, tanto para trás como para a frente no tempo.



Na maioria das vezes, as pegadas digitais são usadas num contexto comercial por empresas que nos desejam comercializar produtos e serviços. Nesse contexto, o resultado visível geralmente é uma impressão inócua, mas um pouco assustadora, de que alguém o segue e tenta vender coisas à medida dos seus interesses aparentes. Porém, as pegadas digitais também podem resultar na perda do anonimato, por meio da partilha de informações por terceiros que nutrem pouca consideração pela privacidade do consumidor.



Parabéns! Completou Pegadas Digitais, módulo sete - Quem me está a Seguir e Como É Que o Fazem?

Lembramos que pode sempre encontrar mais informação, documentação técnica e outros módulos de formação através das páginas sobre Identidade e Privacidade da Internet Society.

<http://www.eprivacidade.pt/recursos/tutorial-privacidade/index.html>