



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

YURI PAULINO

**SISTEMAS DA INTERNET E A PROTEÇÃO DA PRIVACIDADE DO USUÁRIO:
Uma Análise a partir dos termos de uso**

**JOÃO PESSOA – PB
2015**

P327s Paulino, Yuri.

Sistemas da internet e a proteção da privacidade do usuário: uma análise a partir dos termos de uso / Yuri Paulino.- João Pessoa, 2015.

178f.

Orientador: Marckson Roberto Ferreira de Sousa
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA

1. Ciência da informação. 2. Informação - memória - organização. 3. Acesso à informação. 4. Privacidade.
5. Internet. 6. Proteção do usuário.

UFPB/BC

CDU: 02(043)

YURI PAULINO

**SISTEMAS DA INTERNET E A PROTEÇÃO DA PRIVACIDADE DO USUÁRIO:
Uma Análise a partir dos termos de uso**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba – Linha de pesquisa “Memória, Organização, Acesso e Uso da Informação”, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Orientador: Prof. Dr. Marckson Roberto Ferreira de Sousa

**JOÃO PESSOA – PB
2015**

YURI PAULINO

**SISTEMAS DA INTERNET E A PROTEÇÃO DA PRIVACIDADE DO USUÁRIO:
Uma Análise a partir dos termos de uso**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba – Linha de pesquisa “Memória, Organização, Acesso e Uso da Informação”, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Aprovado em: / /

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marckson Roberto Ferreira de Sousa – PPGCI/UFPB
Orientador

Prof. Dr. Fernando Antônio de Vasconcelos – CCJ/UFPB
Examinador Externo

Prof. Dr. Guilherme Ataíde Dias – PPGCI/UFPB
Examinador Interno

Prof. Dr. José Washington de Moraes Medeiros – IFPB
Suplente Externo

Prof. Dr. Edvaldo Carvalho Alves – PPGCI/UFPB
Suplente Interno

RESUMO

O surgimento e massificação da internet trouxeram consigo profundas mudanças, acenando com a possibilidade de grande parte das relações sociais ser realizada mediante fluxos de dados que nela trafegam. A coleta e o processamento desses dados, por outro lado, são vistos como essenciais para a sobrevivência técnica e econômica da própria Rede Mundial. Variadas empresas têm hoje como principal negócio o uso destas informações, colhidas a partir de aplicações disponíveis na internet que, não raro, são oferecidas gratuitamente ao público. O uso de informações pessoais baseado em tais procedimentos e nesta escala pode violar a privacidade e estabelecer um quadro de vigilância, com efeitos sociais reconhecidamente danosos. Estabelece-se, desta forma, um problema em torno dos limites do recolhimento desses dados, razão por que as políticas ou termos de uso de sites e aplicações trazem consigo autorização para sua coleta e processamento, buscando legitimar o uso que deles se faz. Tomando em consideração que o campo da Ciência da Informação possibilita realizar estudos relativos à utilização das tecnologias informacionais, seu acesso e uso, busca-se neste trabalho identificar o panorama legal vigente quanto à proteção da privacidade e intimidade, estabelecendo-se as diretrizes dali emanadas, a partir das quais se realiza um estudo das políticas de uso de alguns serviços, especialmente no que se refere a tal proteção. São abordados aspectos relacionados às dificuldades para estabelecer um conceito de privacidade e as mudanças que a sua proteção conheceu ao longo dos tempos, notadamente em razão de inovações tecnológicas. A partir da análise de termos de uso selecionados, é avaliado se as diretrizes contidas em tais documentos são compatíveis com a proteção da privacidade e se a anuênciam manifestada pelos usuários é feita à luz de informações capazes de fornecer, com a clareza e precisão devidas, uma compreensão acerca das consequências daquela manifestação da vontade. Constatase, no entanto, que os termos utilizados para o estudo servem muito mais para legitimar o uso indiscriminado dos dados recolhidos, na perspectiva do surgimento de novas tecnologias e, com isto, novas possibilidades de processamento. São abordados os aspectos que afetam o processo de tomada de decisão por parte dos usuários, fazendo com que manifestem a sua aceitação sem uma adequada compreensão do alcance desse ato. Sugere-se, desse modo, a adoção de um modelo de proteção que conjugue um certo grau de liberdade do usuário para controlar os próprios dados, mas a partir de diretrizes gerais, estabelecidas pelo Estado, que também deverá se encarregar de fiscalizar a sua observância pelas empresas que recolhem direta ou indiretamente dados na internet.

Palavras-chave: Acesso à Informação. Privacidade. Internet. Proteção do Usuário.

ABSTRACT

The appearance and popularization of the internet has brought deep changes, bringing the possibility of great part of the social relations developing through data flows which travel within it. The collection and processing of this data is seen as essential for the technical and economical survival of the World Network. Many companies have today as main business, the use of this information which is collected from available applications on the internet that, not rarely, are offered for free to the public. The processing of this data, as done nowadays, reveals information which is contained in private scope, whereas the procedures involved, as well as the scale which is used, may defines a picture of surveillance, with social effects recognizably damaging. In this way, it is established a problem around the recognition of this data, the reason why the politics of site and application usages bring with them the authorization for collection and processing in an attempt to legitimize its use. Taking into consideration that the field of Information Science enables studies related to the utilization of informative technologies, its access and use, in this study we try to identify the current legal landscape related to the protection of intimacy and privacy, establishing the guidelines from there issued, from which a study of usage politics of some services are made, especially the one which mentions such protection. Some aspects related to difficulties to establish a concept of privacy are addressed, as well as the changes that their protection has known throughout time, notably in relation to technological innovations. From the analysis of the selected terms of use, we evaluated if the probability of the guidelines contained in them are compatible with the protection to privacy and if the consent manifested by its users is made with the view of information capable of providing, with the due clarity and precision, an understanding of the demonstration of will consequences. It is found however, that the terms used for the study serve much more to legitimize the indiscriminative use of collected data in the perspective of the appearance of new technologies and with that, new processing possibilities. Thereby, we suggest the adoption of a protection model which conjugates a certain degree of liberty to its user to control his own data, but from general guidelines established by the State, who should also be in charge of supervising its observance by the companies who are direct or indirectly responsible for the collection of data and processing of information.

Keywords: Access to information. Privacy. Internet. User Protection.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	10
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 Objetivo Geral	13
1.2.2 Objetivos Específicos	13
1.3 JUSTIFICATIVA	13
2 PERCURSO METODOLÓGICO	18
2.1 TIPO DE PESQUISA E NATUREZA DA ABORDAGEM	18
2.2 TERMOS SELECIONADOS PARA PESQUISA	18
2.3 CONCEITOS LEGAIS	20
3 A INFORMAÇÃO E OS AMBIENTES INFORMACIONAIS DIGITAIS	22
3.1 A INFORMAÇÃO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO	22
3.2 UMA CIÊNCIA PARA A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO	25
3.3 AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO	28
4 PRIVACIDADE: CONCEPÇÕES E AMEAÇAS	32
4.1 A PRIVACIDADE NAS RELAÇÕES MEDIADAS POR DISPOSITIVOS ELETRÔNICOS	38
4.2 SEGURANÇA E MERCADO	43
5 A PROTEÇÃO LEGAL DA PRIVACIDADE	52
5.1 REGRAS GERAIS DE PROTEÇÃO	53
5.2 NATUREZA DA RELAÇÃO E SUA FORMALIZAÇÃO	56
5.3 MARCO CIVIL DA INTERNET.....	63
5.4 CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	66
5.4.1 Fase pré-contratual	69
5.4.2 Fase contratual	70
5.5 A EXPERIÊNCIA EUROPEIA	71
6. INFORMAÇÃO E PRIVACIDADE NOS TERMOS DE USO.....	74
6.1 DISPONIBILIDADE DA INFORMAÇÃO	76
6.2 CONTEÚDO DO TERMO	78
6.2.1 Coleta e processamento dos dados	79
6.2.2 Compartilhamento dos dados	81
6.2.3 Manutenção dos dados	85

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	86
REFERÊNCIAS	89
ANEXOS: TERMOS DE USO	98
ANEXO A – Google: Política de privacidade	99
ANEXO B – Bing: Declaração de privacidade Bing e MSN	109
ANEXO C – Facebook: Política de uso de dados	121
ANEXO D – Twitter: Política de privacidade	129
ANEXO E – Outlook: Declaração de privacidade Microsoft	136
ANEXO F – Yahoo!: Política de privacidade	146
ANEXO G – Apple: Política de privacidade	150
ANEXO H – WhatsApp: Informação legal	158
ANEXO I – Viber: Política de privacidade	171
ANEXO J – Dropbox: Política de privacidade	176

1 INTRODUÇÃO

A relação entre sistemas de informação e seus usuários é usualmente percebida como unidirecional, ou seja, o primeiro provê a informação que o segundo necessita e busca. Neste cenário, a regra é que o foco no usuário se reflete principalmente naquilo que interessa à otimização do próprio sistema e suas funções (recuperação, organização da informação etc).

É possível afirmar que a Internet se constitui no maior e mais dinâmico sistema de informação até hoje criado, especialmente com o advento da chamada *web 2.0*, construída em torno da percepção de que o comportamento do usuário na rede e as informações por ele deixadas constituem um dos ativos mais valiosos (O'REILLY, 2005, *online*). Os dados relativos à navegação e interação passaram a ser tão relevantes quanto aquilo que o usuário conscientemente publica na intenção de divulgar. Igualmente importante é a possibilidade de reunir, sob um mesmo parâmetro, as informações de uma grande quantidade de usuários, reconhecendo comportamentos coletivos, através do chamado efeito de rede.

Muito embora o aspecto mais visível da exploração deste efeito esteja nas redes sociais, a sua utilização é abrangente, alcançando os mecanismos de busca e diversas outras aplicações de internet, que são melhoradas – ou só são possíveis – a partir da coleta de dados fornecidos pelos usuários, mesmo quando processados de maneira coletiva e anônima.

O poder de armazenamento e processamento se amplia vertiginosamente e estes também se tornam cada vez mais baratos, de forma que trabalhar com grandes quantidades de dados e deles extrair informações as mais variadas está se tornando acessível a todos e possibilitando que inúmeros serviços sejam fornecidos na internet, muitas vezes gratuitamente (ANDERSON, 2009).

Sendo as informações fornecidas pelos usuários necessárias para elevar o padrão técnico dos serviços ou mesmo para torná-los viáveis, não é possível simplesmente deixar de coletá-las, sob pena de inviabilizar o próprio modelo que hoje mantém grande parte da internet. Dentro dessa perspectiva, a maneira como as informações são obtidas merece especial atenção, na medida em que pode existir uma colisão de interesses entre estes serviços e valores também caros aos usuários. Isto ocorre em um cenário onde a mudança de percepção quanto àquilo que deve ser reservado ao círculo da intimidade, de forma que a possibilidade de acessar

gratuitamente serviços valiosos em troca de determinadas informações pessoais passa a ser aceitável (BATTELLE, 2006).

O surgimento de novos serviços e o crescimento formidável de tantos outros mostra que esta percepção não está equivocada. Todavia, há um aspecto que merece ser considerado nesta equação, uma vez que a manifestação da vontade nestes casos pode ocorrer sem que se saiba com a necessária precisão aquilo de que se está abrindo mão ou qual será o destino dos dados coletados.

A questão pode ser considerada muito mais complexa. Amparadas no aumento do poder de processamento e armazenamento, novas tecnologias são capazes de trabalhar com volumes cada vez maiores dados e deles extrair informações há bem pouco tempo inacessíveis. Os dados, é válido notar, são os mesmos, apenas a forma de sua utilização é que vai sendo alterada, gerando novas informações. Desta forma, é possível lidar com a hipótese de que o usuário, mesmo quando anui expressamente com a utilização, não sabe – e nem tem como prever – qual será o destino dos seus dados, quais informações dali irão surgir e como serão utilizadas.

De uma forma geral, a maneira como os dados do usuário são tratados pelos sistemas está prevista nas normas que regulam o seu uso. Estas normas, geralmente descritas em documentos denominados 'Termo de Uso' ou 'Política de Uso', demandam aceitação para possibilitar o acesso aos serviços.

O primeiro aspecto a ser considerado diz respeito às circunstâncias em que esta aceitação ocorre. Formuladas a partir de um modelo de adesão, onde ao usuário só cabe aceitar os termos que lhe são apresentados, podendo acessar o serviço, ou rejeitá-los, no que lhe será negado o acesso. Muito embora este modelo de manifestação da vontade não seja novo, eis que apenas replica no meio eletrônico os contratos de massa surgidos na sociedade industrial, há de se considerar que já existiam ali inúmeras ressalvas quanto à validade e alcance da manifestação volitiva nestas circunstâncias.

Noutro ponto, há necessidade de se considerar o acesso a estas informações. Não é raro que o aceite seja manifestado em um formulário onde há apenas um *link* remetendo a caudalosos documentos. Mesmo estes links, no cotidiano, tendem a ficar longe da vista do usuário, escritos em cores discretas no rodapé de uma página secundária. É importante considerar, ainda, que mesmo estes termos são submetidos a constantes mudanças. Muito embora estas alterações afetem usuários que aderiram

ao serviço em outro momento, sob outras condições, a regra é que não se faça qualquer aviso, prévio ou posterior, acerca do ocorrido.

A par de disposições legais ou regulamentares, os termos de uso – ou políticas de uso – devem servir para balizar a ação das empresas, a forma como utilizam os seus sistemas de informação, como também para deixar claro aos usuários quais seriam estes limites, tornando transparentes e seguras a adesão aos serviços e a relação daí decorrente. Entretanto, fatores como os anteriormente mencionados podem gerar situações em que o usuário adere a serviços sem ter a exata compreensão do que será feito com os seus dados pessoais coletados pelos sistemas de informação. Não é raro, por outro lado, que estes termos, na busca por legitimar ações dessa natureza, contenham disposições que podem ser consideradas abusivas ou ilegais, sob o ponto de vista ético ou jurídico.

O presente trabalho analisa estas situações, verificando se os termos ou políticas de uso são eficientes ou se revelam e procuram legitimar práticas abusivas com dados e informações dos usuários, servindo como elemento para justificar eventuais usos abusivos ou ilegais dos dados daqueles.

Em um primeiro momento, o estudo se dirige à questão da privacidade, analisando as profundas mudanças que estão em curso, notadamente no que se refere à internet. Busca-se, com isto, estabelecer parâmetros que sirvam para definir quais seriam as expectativas legítimas dos usuários nos dias de hoje. Parte-se, neste particular, da razoabilidade, ou seja, aquilo que um usuário pode razoavelmente esperar, considerando-se especialmente a informação por ele recebida. Leva-se em conta, ainda, o arcabouço legal sobre o tema, considerando serem as normas existentes expressão da visão e vontade de uma comunidade, expressadas através do devido processo legislativo.

A partir de uma pesquisa documental e exploratória, envolvendo os termos de uso de serviços programas e aplicações de internet, é avaliada a adequação destes com a proteção à privacidade e intimidade, considerando aqueles parâmetros anteriormente traçados. Muito embora de forma não exaustiva, procura-se identificar práticas que ali estejam previstas e colidam com expectativas legítimas dos usuários ou disposições normativas sobre o tema. Busca-se ainda estabelecer uma correlação entre estas ocorrências, verificando a sua incidência em mais de um termo, de forma a identificar as práticas comuns.

Almeja-se, por fim, sugerir formas para tratar eventuais colisões, de maneira que se possa preservar a intimidade sem sacrificar a eficiência – ou existência – dos serviços que as utilizam.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Em matéria de março de 2007, a versão on-line do Jornal inglês *Daily Mail* tratava do elevado número de câmeras de vigilância existentes na Inglaterra. A publicação estimava que existia uma câmera para cada 14 pessoas no país e chamava a atenção para o fato do antigo endereço do escritor George Orwell possuir cerca de 32 destes dispositivos no seu entorno, afirmando que, com algum atraso, o futuro distópico imaginado pelo autor na sua obra ‘1984’, havia finalmente tomado forma (MAIL ONLINE ..., 2007).

No livro referido na matéria, Orwell denunciava os perigos de uma sociedade totalitária, largamente amparada no uso da vigilância como meio de controle. O dispositivo utilizado para tal finalidade, a ‘teletela’, seria capaz de transmitir a propaganda do Partido e, ao mesmo tempo, capturar imagens e sons produzidos por todos, que poderiam estar sendo observados pela ‘Polícia das Ideias’. Assim é descrito o funcionamento do dispositivo:

Claro, não havia como saber se você estava sendo observado num momento específico. Tentar adivinhar o sistema utilizado pela Polícia das Ideias para conectar-se a cada aparelho individual ou a frequência com que o fazia não passava de especulação. Era possível inclusive que ela controlasse todo mundo o tempo todo. Fosse como fosse, uma coisa era certa: tinha meios de conectar-se a seu aparelho sempre que quisesse. (ORWELL, 1984, p. 10)

Thomas Pynchon, tratando da obra, assinalou que os desejos de poder e as práticas que animavam o “Grande Irmão” não haviam mudado. Para ele, a tecnologia é que havia progredido “de forma insidiosa e estável desde então”, já que os computadores e a internet prometiam um “controle social numa escala com que aqueles singulares tiranos do século XX com seus bigodes engraçados nem sonhavam” (PYNCHON, 2003, *epub*).

Desde sempre o exercício do poder passa pelo acúmulo de informações. Calcula-se que existiam na antiga Alemanha Oriental mais de 100 mil pessoas ligadas direta ou indiretamente às atividades de espionagem levadas a cabo pelo Estado através do STASI - *Ministerium für Staatssicherheit* (Ministério para a Segurança do

Estado), fundado em 1950 e que, com seus métodos, parecia saído diretamente das páginas de 1984, uma vez que envolvido com a espionagem dos cidadãos da República Democrática da Alemanha (MAYER-SCHONBERGER, CUKIER, 2013, p. 105).

A realidade do STASI também repetia a sua versão ficcional. O aparato tecnológico então existente, muito embora fosse destinado ao monitoramento de uma grande parcela da população, não era capaz de abranger todos. Além do mais, a obtenção de informações envolvia busca e transposição de barreiras. Saber onde a informação estava e conseguir alcançá-la eram, àquela época, obstáculos consideráveis.

Entretanto, o salto tecnológico decorrente da massificação dos computadores proporcionou um cenário onde toda a comunicação pode ser interceptada e armazenada, inclusive aquela que transita em segredo. O computador, o modelo digital e a Internet, estabelecem um modelo amparado na conexão e convergência, transformando-se no que pode, sem qualquer exagero, ser chamado de o maior sistema de informações até hoje construído pelo homem. Noutro ponto, o vertiginoso aumento do poder de processamento possibilita que todo este volume de dados seja processado e analisado, dele se extraiendo informações as mais variadas.

A preocupação em torno do assunto, considerando que a maior comunicação possibilitaria uma vigilância também maior e mais eficiente (ASSANGE et al., 2013), foi muitas vezes considerada pelo público como paranoica e desvinculada da realidade, especialmente por faltar a percepção quanto à evolução das tecnologias envolvidas. No entanto, as revelações feitas por Edward Snowden, ex-contratado da NSA – *National Security Agency*, dão conta de que nada havia de paranoico nos alertas de ativistas como Julian Assange. A interceptação e coleta de dados em escala mundial faziam parte do cotidiano daquele órgão de segurança americano, que muitas vezes trabalhava em estreita cooperação com outras agências congêneres, especialmente o GCHQ - *Government Communications Headquarters* britânico (HARDING, 2014).

Com a descobertas sobre a espionagem, que alcançava até as nações consideradas amigas e os próprios cidadãos americanos, também vieram à luz informações acerca da colaboração de várias empresas que atuam na internet com aqueles órgãos. A parceria teria se revelado particularmente útil, já que o próprio

Governo americano estaria espantado com o volume de informações sobre si que cada pessoa estava disposta a tornar públicas.

No Brasil, as revelações tiveram grande repercussão, chegando a ser tema de pronunciamento da Presidente Dilma Rousseff perante a Assembleia Geral das Nações Unidas em setembro de 2013 (informação verbal)¹, quando classificou tais atos como atentatórios aos direitos humanos fundamentais. Esta questão voltou a ser tema de pronunciamento presidencial quando da sanção da Lei n. 12.965/2014 (informação verbal)², que “Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil”, passando a ser conhecida como o Marco Civil da Internet, dada a natureza das suas disposições sobre o uso da rede e aplicações no país.

O Marco Civil da Internet tem a sua origem no Projeto de Lei n. 2126/2011, de autoria do Poder Executivo, em tramitação desde agosto de 2011 no Congresso Nacional. Após a divulgação dos casos de espionagem em 2013, o Executivo buscou agilizar a tramitação do PL (HAJE, 2014, *online*) no Congresso, que acabou por aprova-lo em abril de 2014. A Lei prevê uma série de direitos e garantias dos usuários da internet, muitas delas relativas ao resguardo da privacidade, almejando, como destacado pela Presidente por ocasião da sanção, proteger na internet os mesmos direitos garantidos off-line.

No concernente à proteção da privacidade, além de estabelecer como garantia a inviolabilidade da intimidade e da vida privada (art. 7º, inc. I), replicando aquilo que já está positivado na Constituição Federal (art. 5º, inc. X), a Lei trata diretamente de questões como a informação clara e adequada quanto ao tratamento dos registros de conexão e acesso a aplicações (art. 7º, inc. VI) e o seu fornecimento a terceiros (art. 7º, inc. VII). Nestes casos, como também quando trata da questão da coleta de dados pessoais dos usuários, a Lei cuida de estabelecer variadas diretrizes, destacando, no entanto, a necessidade do consentimento prévio do usuário, bem assim que este seja livre, expresso e informado.

¹ Discurso proferido pela Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura do Debate Geral da 68^a Assembleia-Geral das Nações Unidas - Nova Iorque/EUA, em setembro de 2013.

² Discurso proferido pela Presidenta da República, Dilma Rousseff, durante cerimônia de abertura do Encontro Global Multissetorial sobre o Futuro da Governança da Internet - NET Mundial - São Paulo/SP, em abril de 2014.

No cenário delineado pelo Marco Civil, os instrumentos que regulam a relação entre as empresas que atuam na internet, oferecendo conexão ou aplicações, ganha maior relevância quando se trata de analisar condutas envolvendo o tratamento de dados e a proteção da privacidade, uma vez que passa a ser através deles que serão ofertadas as informações acerca do uso das aplicações, notadamente naquilo que respeita à coleta de dados pessoais.

Considerando a natureza da relação mantida entre os usuários e os variados serviços fornecidos na internet e tomando os termos ou políticas de uso como um elemento balizador de tal relação, estabelecendo a partir da peculiaridade de cada serviço os direitos e obrigações das partes, esta pesquisa parte da indagação: Em que medida são esses instrumentos eficazes para a proteção da privacidade dos usuários?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Aferir a eficácia dos termos de uso de sistemas de informação como instrumentos de proteção à intimidade dos usuários.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Estudar a evolução e alcance dos conceitos de intimidade e privacidade;
- Analisar a adesão aos termos de uso, verificando a existência de barreiras à sua compreensão;
- Propor diretrizes gerais que possam oferecer proteção quanto à captura e utilização dos dados dos usuários.

1.3 JUSTIFICATIVA

Tomada sob uma perspectiva que não admite o funcionamento da internet sem a coleta, armazenamento e processamento dos dados dos usuários, uma das questões que se mostra relevante para lidar com este cenário diz respeito à forma como ocorrem tais processos e, principalmente, a ciência e concordância daqueles com tudo que é realizado.

É válido notar que estes dois aspectos: ciência e concordância estão intimamente ligados, na medida em que a segunda só pode ser validamente

manifestada na efetiva presença da primeira. Relevante considerar, de igual modo, que mesmo em um cenário de perfeita transparência, o modelo utilizado para concordância, onde só é possível aderir ou não ao serviço, pode funcionar como um mecanismo limitador da liberdade.

Compreende-se, de toda sorte, que a adesão deve ser manifestada em um ambiente de transparência e segurança. Transparência, decorrente do conhecimento e compreensão, por parte do usuário, do alcance das permissões concedidas; segurança advinda da observância do que foi pactuado entre o serviço e a garantia de que alterações só serão realizadas mediante nova anuênciam.

É de se considerar, no entanto, que existe nesta relação uma colisão de interesses e direitos, além da mutabilidade das condições, decorrente da evolução tecnológica. Quanto ao primeiro aspecto, deve-se perceber que os serviços disponíveis na web, - grande parte deles oferecida gratuitamente aos usuários – são viabilizados a partir de negócios que envolvem o fornecimento de serviços que têm em sua base informações obtidas a partir dos dados dos seus usuários. Em outubro de 2012 a rede social Facebook ultrapassou um bilhão de usuários ativos (ESTADÃO..., 2012). O Facebook anunciou haver alcançado igual marca, envolvendo os acessos através de dispositivos móveis, em abril de 2014 (GIZMODO BRASIL..., 2014). Logo após, em julho do mesmo ano, a empresa informou um resultado financeiro recorde. A informação sobre os resultados financeiros no site de notícias G1 anota que a “rede social chegou a 1,32 bilhão de usuários entre abril e junho. Desse total, 81% acessam a rede por meio de apps e do site móvel.” (G1..., 2014).

Apesar de haver, com o aumento do volume de usuários, crescimento no volume de dados armazenados na rede social, outros movimentos foram realizados para que houvesse também a diversificação de tais dados e, com isto, incremento nas informações que poderiam ser obtidas, ocorrendo neste mesmo período a aquisição de duas outras redes sociais que mostravam números promissores para o futuro. Os valores envolvidos nas transações, um bilhão de dólares pelo Instagram em 2012 e 19 bilhões pelo WhatsApp no início de 2014 são indicativos da relevância desta diversificação, especialmente no que se refere à natureza dos dados.

Outro aspecto que demonstra o impacto do trabalho com estes dados no cenário econômico é a discussão há muito travada acerca da proteção, através do direito autoral, das informações constantes de bancos de dados que,

têm sido conceituadas, de uma forma mais ampla, como a compilação de dados, obras e outros materiais organizados de uma maneira sistemática e ordenada, em função de determinados critérios e para finalidades específicas, em condições de serem acessadas individualmente por meio eletrônico ou não. (SANTOS, 2005, p. 322).

A própria Comunidade Europeia considerou aspectos desta proteção na Diretiva 96/9/CE. Iniciativas desta natureza acabaram sendo contestadas justamente por criar restrições a dados que ordinariamente não poderiam ser considerados passíveis de proteção sob o ponto de vista do direito autoral se apresenta como uma iniciativa pioneira da União Europeia na criação de um “novo instituto jurídico para proteção de dados constantes de um banco de dados.” (Lemos, 2005, p.139).

Compreende-se, desta forma, que o volume e diversidade de dados que constituem um ativo dos mais relevantes para as empresas, daí os investimentos na sua aquisição e as iniciativas para barrar qualquer forma de compartilhamento. Plausível reconhecer, por outro lado, que existe aí um forte incentivo para que estas mesmas empresas tentem obter tais dados dos seus usuários em quantidade e variedade cada vez maior, focadas em seus próprios negócios, em interesses empresariais e não em direitos e garantias inerentes à personalidade daqueles, fazendo surgir um cenário propício a excessos e abusos.

Muito embora existam previsões legais destinadas à proteção da privacidade e intimidade, um sistema normativo destinado às relações mediadas por computador está apenas iniciando, como se vê da Lei Federal n. 12.965, de 23 de abril de 2014 (BRASIL, 2014), não é possível esperar toda a regulamentação destas questões através de lei. A demora até que fatos sociais ganhem relevância a ponto de merecerem atenção do legislador, além de um processo legislativo complexo e demorado, criam um vácuo normativo em períodos cada vez maiores, uma vez que a evolução tecnológica, ao contrário, ocorre de forma cada vez mais rápida.

Por outro lado, sendo as disposições legais genéricas por natureza, a regulamentação dali emanada também tenderá a permitir espaços que deverão ser efetivamente preenchidos pelas normas particulares firmadas entre serviços e usuários, cuja relação é de natureza privada. Assim, no atual estágio e especialmente considerando o vácuo normativo que, pelo menos a princípio, não poderá ser suprido pelas leis e regulamentos administrativos, os termos e políticas de uso se mostram como instrumentos de tutela de direitos e interesses nas relações entre serviços e usuários.

O conhecimento do usuário sobre as regras constantes dos termos de uso vai possibilitar que ele saiba como serão tratados os seus dados, podendo avaliar se adere ou não a determinado serviço. Em um outro momento, tendo aderido, aceitando as regras que o regulam, o usuário terá elementos para avaliar aquilo que está disposto a compartilhar.

É certo, no entanto, que o cenário onde tais aceitações são manifestadas inspira igual preocupação, pois não se pode perder de vista a assimetria existente na relação, que interfere gravemente nas decisões tomadas pelos usuários. Solove (2012, online, tradução nossa), identifica dois problemas principais neste processo:

- 1) problemas cognitivos, que se referem aos desafios que resultam da forma como os humanos tomam decisões; e 2) problemas estruturais relacionados com os desafios que surgem a partir da forma como as decisões sobre privacidade são tomadas.

As políticas e termos de uso estão no cerne de tais problemas, já que cabe a tais documentos estabelecer as diretrizes específicas para o uso de determinada aplicação, devendo estar ali consignados os direitos e deveres dos usuários. Quanto aos direitos, a despeito da sua natureza jurídica, tais documentos não poderão caminhar no sentido criar determinadas restrições, em conflito com as regras de proteção positivadas no ordenamento, não apenas no que se refere à proteção da privacidade em si, mas também quanto às informações que devem ser prestadas para possibilitar uma manifestação da vontade livre e informada.

Considera-se, no entanto, que é comum na formulação de tais políticas recorrer a termos genéricos e abertos, não oferecendo informações claras e precisas acerca das informações coletadas ou, muito menos, quanto ao destino e utilização de tais informações, no que se pode tomar como ofensa aos direitos dos usuários.

Noutro aspecto, como será adiante demonstrado, quando se trata do uso de dispositivos eletrônicos, a violação da privacidade tem consequências muito mais graves. É que, enquanto as violações de outra natureza geralmente tomam em consideração pessoas determinadas, aquelas que ocorrem no âmbito das relações travadas pela internet alcançam uma dimensão muito maior, envolvendo governo e atores privados uma relação que tem como objetivo classificar e moldar o público.

Sendo a lei, em um Estado Democrático de Direito, a diretriz ordenadora de todas as condutas, inclusive a do próprio estado, as manifestações privadas da

vontade devem servir como instrumentalização dos comandos legais justamente para garantir a efetividade de princípios como a liberdade e o autogoverno.

2 PERCURSO METODOLÓGICO

Fazer referência ao método é tratar do percurso a ser trilhado pelo pesquisador no seu trabalho. A metodologia estabelecerá um processo racional de trabalho através do qual será possível alcançar, com segurança, determinado conhecimento que se qualifica como válido e verdadeiro (MARCONI; LAKATOS, 2003).

Situando-se a Ciência da Informação no campo das ciências sociais aplicadas, desenvolve-se aqui pesquisa social, que é compreendida como “o processo que, utilizando a metodologia científica, permite a obtenção de novos conhecimentos no campo da realidade social” (GIL, 2008, p. 25).

2.1 TIPO DE PESQUISA E NATUREZA DA ABORDAGEM

A abordagem empregada é de natureza qualitativa, através de uma pesquisa documental. O Conselho Nacional de Arquivos define documento como “unidade de registro de informações, qualquer que seja o suporte” (CONARQ, 2005, p. 73).

A pesquisa se valerá de dados bibliográficos para fixar conceitos e delimitar o seu alcance, estabelecendo uma base teórica a partir das quais se desenvolverá a observação, afirmando-se com Martins e Theóphilo (2009, p. 54) que esta é uma estratégia indispensável para qualquer pesquisa científica.

2.2 TERMOS SELECIONADOS PARA PESQUISA

Envolvendo o estudo de termos de uso como instrumento de proteção à privacidade do usuário, foram selecionados para análise dez termos, divididos em cinco categorias distintas, distribuindo-se dois por cada categoria.

O estabelecimento das categorias levou em consideração os diversos aspectos do cotidiano em que a internet e os dispositivos a ela conectados estão presentes. Foi considerada não apenas a questão trabalho e lazer, como também variadas tarefas cotidianas.

Todos os serviços selecionados são acessados através da internet, seja na *World Wide Web* ou mediante uso de softwares específicos em computadores ou dispositivos móveis (*apps*). O critério para escolha foi o fato do serviço implicar na existência de dados do usuário armazenados nos servidores do provedor do serviço ou ser possível a este, dada a forma como se dá a transferência dos dados, monitor ou armazenar tais dados.

Um dos aspectos que será considerado diz respeito ao volume de dados distintos que uma mesma empresa tem possibilidade de armazenar sobre a mesma pessoa. De tal sorte, buscou-se, sempre que possível, evitar que a mesma empresa participe de duas ou mais categorias. Isto não foi possível, no entanto, quando se trata de busca, amplamente dominado pelo Google (Google) e Bing (Microsoft), companhias que também dominam os serviços de *webmail* com o Outlook/Hotmail (Microsoft) e Gmail (Google), conforme mostrado no quadro 1.

Quadro 1 – Categorias e serviços que terão os termos e políticas de uso analisados.

	Categoria	Descrição do serviço	Serviço I	Serviço II
1	Busca	Localização de informações na <i>world wide web</i>	Google	Bing
2	Rede Social	Plataforma de interação entre usuários cadastrados	Facebook	Twitter
3	Web Mail	Envio de correspondência eletrônica	Outlook	Yahoo Mail
4	Nuvem (armazenamento)	Armazenamento de arquivos na web	Dropbox	ICloud
5	Mensagem Instantânea	Envio de mensagens instantâneas através de dispositivos móveis	WhatsApp	Viber

Fonte: Elaborado pelo autor

São averiguados os seguintes aspectos:

Disponibilidade do termo:

- O link para o documento está na página de adesão ao serviço;
- O link está em destaque;
- O documento está em português do Brasil;
- Existe disposição específica quanto à utilização de dados do usuário;
- Está em destaque no corpo do documento;
- Há alguma remissão a outro documento;
- Há disposição sobre as condições de alteração do termo de uso;
- É possível acessar versões mais antigas dos termos de uso.

Conteúdo do termo:

- Há informação sobre os dados do usuário que serão armazenados pelo serviço;
- Os dados que serão armazenados compõem uma lista exaustiva ou aberta;
- Há informação sobre como os dados serão utilizados;
- A lista de usos dos dados é exaustiva ou aberta;

- Há previsão de compartilhamento de dados com terceiros;
- As circunstâncias de compartilhamento dos dados são objetivas e elencadas exaustivamente;
- Há informação sobre o compartilhamento de dados com o governo;
- As condições de compartilhamento de dados com o governo consideram quais hipóteses: determinação judicial, solicitação administrativa ou a critério do serviço;
- Há disposição expressa sobre o tempo em que os dados do usuário permanecerão armazenados;
- Há disposição expressa sobre a exclusão dos dados caso o usuário se desvincule do serviço;

Esta análise preliminar é seguida pela identificação de disposições constantes dos termos cuja interpretação deixe evidente utilização dos dados do usuário de forma ilegal, ou seja, a própria previsão contrasta com a legislação aplicável.

Serão analisados, em cada um dos serviços, aspectos gerais da empresa responsável pela sua prestação, especialmente se está constituída no Brasil e se explora algum serviço nas demais categorias listadas, seja em nome próprio ou através de outras companhias que componham um mesmo grupo econômico.

2.3 CONCEITOS LEGAIS

A vertiginosa evolução das tecnologias da informação faz surgir a cada dia novos termos para designar produtos e serviços antes inexistentes. Não é rara também a utilização de termos novos para designar produtos ou serviços já existentes, na busca de se lhes emprestar um caráter inovador. Estas designações acabam se firmando, muitas vezes em detrimento da melhor técnica.

Ao designar alguns produtos e serviços aqui tratados, foi feita a opção pelo sentido tecnicamente mais adequado ou, quando possível, a definição legal, como é o caso daquelas constantes do Marco Civil da Internet (Lei nº. 12.965/2014), da Lei de Software (Lei nº. 9.609/1998) e do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº. 8.078/1990). Utilizam-se assim, entre outras, as seguintes definições:

1. internet: o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes;
2. terminal: o computador ou qualquer dispositivo que se conecte à internet;
3. endereço de protocolo de internet (endereço IP): o código atribuído a um terminal de uma rede para permitir sua identificação, definido segundo parâmetros internacionais;
4. administrador de sistema autônomo: a pessoa física ou jurídica que administra blocos de endereço IP específicos e o respectivo sistema autônomo de roteamento, devidamente cadastrada no ente nacional responsável pelo registro e distribuição de endereços IP geograficamente referentes ao País;
5. conexão à internet: a habilitação de um terminal para envio e recebimento de pacotes de dados pela internet, mediante a atribuição ou autenticação de um endereço IP;
6. registro de conexão: o conjunto de informações referentes à data e hora de início e término de uma conexão à internet, sua duração e o endereço IP utilizado pelo terminal para o envio e recebimento de pacotes de dados;
7. aplicações de internet: o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet;
8. registros de acesso a aplicações de internet: o conjunto de informações referentes à data e hora de uso de uma determinada aplicação de internet a partir de um determinado endereço IP;
9. Programa de computador ou programa: conjunto organizado de instruções em linguagem natural ou codificada, contida em suporte físico de qualquer natureza, de emprego necessário em máquinas automáticas de tratamento da informação, dispositivos, instrumentos ou equipamentos periféricos, baseados em técnica digital ou análoga, para fazê-los funcionar de modo e para fins determinados.

3 A INFORMAÇÃO E OS AMBIENTES INFORMACIONAIS DIGITAIS

Tomando em consideração que o que hoje se estuda não é um fato isolado no tempo e espaço, mas uma construção histórica a partir de variados fatores sociais, o presente capítulo busca conhecer o cenário atualmente posto a partir de um passar de olhos na relação do homem com a informação. Analisa-se o desenvolvimento desta relação ao longo da história até o surgimento do que tem sido chamada de Sociedade da Informação. É nesta quadra social que vai surgir a Ciência de Informação, aspecto que será tratado em um segundo momento, com especial ênfase às questões tecnológicas e sociais. Conclui-se com a abordagem sobre o aparato tecnológico sobre o qual se assenta a Sociedade da Informação, abordando-se três dos seus principais instrumentos, o computador, o digital e a internet.

3.1 A INFORMAÇÃO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

A informação acompanha o homem desde o início do seu caminhar. No limiar da história humana, ligando-se apenas à satisfação das necessidades mais básicas, ela vai proporcionar o conhecimento indispensável para garantir a sobrevivência de uma espécie fisicamente mais fraca em um ambiente hostil.

O surgimento da linguagem possibilita maior sofisticação e a busca por interesses que vão além da mera sobrevivência. Desenvolvem-se as narrativas que se encarregam de transmitir aqueles conhecimentos tidos por necessários à manutenção e organização dos ainda rudimentares arranjos sociais.

Ao tempo da tradição oral, a informação estava confiada à memória dos indivíduos e, em um determinado nível, da comunidade, que se encarregava de transmiti-la e perpetuá-la. A fala, a argumentação, a capacidade de transmitir informação através das grandes narrativas já era, em sociedades como a grega, elemento de distinção.

Com a escrita surge o que Darnton (2009, *epub*) qualifica como a primeira mudança na tecnologia da informação. Ela fornece o suporte para a perpetuação da informação e também impõe relevantes mudanças na relação até então mantida. Mas não é apenas na possibilidade de perpetuação da informação que a escrita representa mudanças profundas. Lévy (1993, p. 90) identifica neste ponto o surgimento do saber teórico e, pela separação entre o autor e o destinatário, a demanda pela interpretação, trazendo consigo a produção de novos conteúdos, enfatizando que:

A simples persistência de textos durante várias gerações de leitores já constitui um agenciamento produtivo extraordinário. Uma rede potencialmente infinita de comentários, de debates, de notas e de exegeses ramificar a partir dos livros originais.

Tais fatores conduzem ao incremento dos estoques de informação, decorrentes não apenas da sua perpetuação, mas também - e sobretudo - da produção de novos conhecimentos a partir daqueles então existentes. Naquele momento, através de várias iniciativas, já é possível identificar a vontade de reunir e tornar disponível todo o conhecimento então existente. Ao tempo em que aponta a biblioteca de Alexandria como uma das iniciativas mais relevantes. Mey (2004, online) ressalta que já se percebia ali o vínculo entre informação e poder.

Parece que Demétrio fez ver a Ptolomeu que este seria um governante mais estável e melhor se conhecesse os povos por ele governados e se conhecesse as obras sobre o 'exercício do mando' (CANFORA, 1996 p. 22). Enfim, a partir da reunião e leitura de textos dos povos, sobre os povos e sobre governo, Ptolomeu poderia erigir um reino mais duradouro, o que na verdade ocorreu, pois sua dinastia permanece, de 323 a.c., até cerca de 30 a.c.

Embora se possa falar em um incremento nos estoques de informação em razão da escrita, é importante considerar as inúmeras limitações que impediam a sua difusão. Na Europa do século XV, o acesso à informação era reservado aos mais abastados nobres, que dispunham de recursos e conexões, essenciais ao tempo em que os livros tinham preços proibitivos.

Outra mudança tecnológica, no entanto, iria mais uma vez proporcionar um salto quantitativo. A invenção da prensa de tipos móveis por Johannes Gutenberg deu nova dimensão ao fenômeno, justamente por tornar obsoleta a produção artesanal, possibilitando a reprodução de livros em larga escala. Registra-se naquela época um considerável crescimento da produção e armazenamento de informações, havendo que ali enxergue a primeira explosão informacional.

Estando sedimentada já aquela época a percepção de que o exercício do poder se dava também através do controle dos fluxos de informação, a mudança tecnológica que derrubou uma barreira de acesso teve como contraponto com as restrições impostas através do licenciamento, que passou a exercer o controle antes feito através dos custos. Como anota Gandelman (2007, p. 26)

Com Gutenberg, que inventou a impressão gráfica com tipos móveis (século XV), fixou-se de maneira definitiva a forma escrita, e as ideias e suas diversas expressões puderam finalmente, e aceleradamente, atingir divulgação em escala industrial. Aí, sim, surge realmente o

problema da proteção jurídica do direito autoral, principalmente no que se refere à remuneração dos autores e do direito de reproduzir e de utilizar suas obras. Começa então a surgir também uma certa forma de censura, pois os privilégios em relação a assuntos autorais concedidos por alguns governantes (e por prazos determinados) estavam sujeitos a ser revogados, de acordo com os interesses dos próprios concedentes. Cumpre ainda assinalar que os privilégios, quase sempre, eram concedidos aos editores e não aos autores.

Os séculos seguintes irão fomentar o surgimento da ciência moderna. O método científico busca não apenas conhecer mas, através deste conhecimento, controlar a natureza e seus fenômenos. Tem início um período de vertiginosa evolução do pensamento humano, desdobrando-se em profundas mudanças sociais. O saber, relacionado à transgressão em Gênesis (5:3) e no mito de Prometeu, é convertido em meio de libertação do homem, que não mais depende do divino, mas a ele se iguala, como afirma Goethe em seu Prometheus. Estabelece-se, assim, a relação entre conhecimento e libertação que vai compor o núcleo do ideário iluminista, como bem anota Serra (1998, p. 45)

À utopia científico-tecnológica, herdada de Descartes, o Iluminismo vai, assim, juntar a utopia “liberal humanitária” (mannheim), assente na ideia de que o saber (que tende a identificar-se, cada vez mais, com o saber científico) tem um poder informativo e educativo. Informando e educando cada um dos seres humanos, de forma cada vez mais completa, será possível construir uma sociedade cada vez mais humana e perfeita – não só do ponto de vista material como do ponto de vista moral e político.

Neste pensamento, segundo o autor (SERRA, 1998, p. 46), fornecerá as bases para se estabelecer a sociedade industrial que estava por vir, onde mais uma vez o conhecimento fornece a base para evolução tecnológica que mudará as bases econômicas e políticas da sociedade e preparando-a para um novo passo, onde a informação e suas tecnologias deixam de ser coadjuvantes para ocupar um lugar central na sociedade.

Cumpre considerar, ao alcançar este ponto, quando se vai tratar do surgimento e características da chamada sociedade da informação, que o emprego do termo é fonte de viva controvérsia, sendo por vezes apontado como equivocado ou ilusório, consubstanciando, com a tecnologia, um discurso puramente ideológico destinado a criar nas massas a impressão de se “viver nos melhores tempos jamais desfrutados pela humanidade” (PINTO, 2005, p. 41).

Ingressar em tal debate implicaria em tangenciar a discussão central do presente trabalho, daí a opção por adotar o termo Sociedade da Informação que, no dizer de Nunes e Almeida Junior (2012, p. 32)

É apenas uma entre várias expressões utilizadas para caracterizar o atual formato de organização social baseado no paradigma tecnológico da informação. A expressão assinala tanto a composição de novas práticas, como também aponta para a percepção de significativas mudanças na vivência do espaço e do tempo.

Os autores tratam ainda das características da Sociedade da Informação nas visões de Daniel Bell, Alvin Toffler e Manuel Castells, mencionando, quanto aos dois últimos a referência às tecnologias da informação. Toffler (2007), a despeito de criticado por uma visão excessivamente otimista do fenômeno, compreendeu a sua penetração em todas as camadas da vida e não apenas na economia, ao passo que a Castells enfatiza a conexão do que chamou de sociedade em rede.

Contrastando com o sistema industrial de produção, o novo modelo social não requer mais o homem equiparado ao autômato, mas daquele que desenvolva capacidades cognitivas que o habilitem a lidar com o fluxo de informação, podendo interpretar, contextualizar e, acima de tudo, produzir novos conhecimentos (DRUCKER, 2001), o que também é ressaltado por Freire (2010, p. 87)

O privilégio observado hoje, em relação à questão do conhecimento, aponta para a relevância do capital humano na nova sociedade da informação. Entretanto, não se trata simplesmente de formar um mercado de trabalho, mas sim de serem criadas condições para que amplos setores da sociedade possam participar, de maneira ativa das novas formas de produção e gestão da informação, como usuários ou consumidores e, principalmente, como produtores de informação.

Tem-se, assim, a informação deixando de coadjuvar o processo de transformação social e assumindo ela própria o centro destas mudanças, que alcançam não apenas os meios de produção, mas permeiam todos os aspectos da sociedade.

3.2 UMA CIÊNCIA PARA A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Embora exista da parte de muitos a necessidade de estabelecer datas, tal não é possível quando se trata do desenvolvimento de um processo, como ocorre com o surgimento de um novo campo científico. É possível, através de convenções, fixar determinado fato como marco inicial deste processo, mas um olhar na história, por

menos atento, vai anotar pontos que poderiam perfeitamente se encaixar no encadeamento que gerou a consequência cuja origem se busca.

Tal ocorre com a Ciência da Informação (CI), cujo processo de desenvolvimento e sedimentação remete ao final do século XIX, quando Paul Otlet expressa a sua preocupação com o tema ao fundar o Instituto Internacional de Bibliografia, que deveria trabalhar para reunir toda a informação bibliográfica até então registrada. As concepções humanistas de Otlet se revelam na ênfase dada ao acesso, independente da natureza da informação.

Em sua iniciativa, Otlet amplia, ainda, o conceito de documento, estabelecendo os fundamentos de uma nova área de estudo e de interesse profissional, a Documentação, cujo crescente interesse e desenvolvimento de novas técnicas vão levar à criação do *American Documentation Institute* (1937), que trabalhará o tema, desenvolvendo conceitos como o de recuperação da informação.

Ainda naquele momento, ressaltando a evolução do conhecimento científico e a sua acumulação, Bush (1945, online, tradução nossa) revelava a preocupação com o acesso àquele conhecimento, dada a ausência de qualquer evolução significativa no tratamento da informação.

O acúmulo da experiência humana tem se expandindo em uma proporção extraordinária, e a maneira adotada para transitarmos através deste labirinto de coisas tão importantes é o mesmo da época das embarcações de velas quadradas.

Após a Segunda Guerra Mundial, como se atendendo às advertências de Bush, a questão da informação ganha destaque no campo científico, que vai resultar na realização, em 1958, da *International Conference on Scientific Information*. Passam a se desenvolver preocupações acerca da definição ciência da informação e sua fundamentação teórica. As discussões avançaram sem um verdadeiro consenso, até o ano de 1968 com a publicação por Harold Borko, do artigo “*Information Science – what is it?*” (Ciência da Informação: o que é?). Ali são abordadas várias concepções, resultando definida a ciência da informação como

disciplina que investiga as propriedades e o comportamento da informação, as forças que governam o fluxo da informação e os meios de processamento da informação para otimização de acesso e uso. Relaciona-se com um corpo de conhecimento que abrange origem, coleta, organização, armazenamento, recuperação, interpretação, transmissão e utilização da informação. Nisto se inclui a investigação e representação da informação tanto no sistema natural como no

artificial, uso de códigos para uma transmissão de mensagens eficiente e o estudo de serviços e técnicas de processamento da informação e seus sistemas de programação. Trata-se de uma ciência interdisciplinar derivada e relacionada com a matemática, lógica, linguística, a psicologia, a tecnologia computacional, operações de pesquisa, as artes gráficas, as comunicações, a biblioteconomia, a gestão e outros campos similares. Possui tanto um componente de ciência pura que indaga o assunto sem ter em conta sua aplicação, e um componente de ciência aplicada que desenvolve serviços e produtos, sendo a biblioteconomia e a documentação aspectos aplicados da Ciência da Informação (BORKO, 1968, p. 3, tradução nossa).

A definição deixa transparecer, além da complexidade, a transdisciplinaridade da ciência da informação. Capurro e Hjørland (2003), também abordando o tema, desenvolvem esta ideia, estabelecendo a existência de três paradigmas. O primeiro estaria centrado na chamada Teoria da Informação desenvolvida por Shannon e Weaver que, em 1949, trataram da informação sob o ponto de vista do seu transporte e recuperação. Esta abordagem é compreendida como eminentemente tecnológica. Como assinala Araújo (2009, p. 193):

Ao “limpar” o conceito de suas dimensões de significação e de relação social, Shannon e Weaver descartam a subjetividade como elemento componente da informação, tornando possível uma aproximação dela enquanto um fenômeno objetivo, independente dos sujeitos que com ela se relacionam e, portanto, passível de ser estudada “cientificamente”.

O segundo paradigma, o cognitivo vai pôr em destaque as linhas de pensamento centradas no usuário, como apresentada por May na Conferência de Copenhagen em 1977. Desenvolve-se, assim, a preocupação não mais com recuperação da informação, mas com o processo cognitivo desenvolvido pelo usuário e a sua compreensão da informação.

O paradigma social, nada obstante ainda tenha por foco o usuário, passa a valorizar o seu ambiente de interação, a partir de uma compreensão que irá “abandonar a busca de uma linguagem ideal para representar o conhecimento ou de um algoritmo ideal para modelar a recuperação da informação, como aspiram o paradigma físico e o cognitivo” (CAPURRO; HJØRLAND, 2003, p. 9)

Pode-se enxergar em tais paradigmas a cristalização dos muitos interesses envolvendo aspectos específicos das múltiplas formas da informação. Entretanto, ao se traduzirem em aspectos técnicos e tecnológicos, cognitivos e sociais, a visão sobre

o desenvolvimento de cada um deles vai compreender as complexas relações entre eles mantidas.

Em uma sociedade profundamente afetada pelas tecnologias da informação e comunicação, o estudo destas vai necessariamente considerar a sua repercussão social e, de igual modo, qualquer abordagem do aspecto social não pode deixar de atentar para os aspectos tecnológicos que, pelos mesmos motivos, são instrumentos na condução do processo social. A partir destes paradigmas, é possível estabelecer que a informação tem uma acepção ampla e multidimensional.

No âmbito da ciência da informação, a informação não é mais considerada unicamente sinônimo de sinais elétricos, passando a ser considerados também, enquanto estudo da produção, processamento e uso da informação, uma atividade exclusivamente humana. (AZEVEDO NETTO, 1999, p. 134)

Distingue-se assim, no campo da Ciência da Informação, o estudo do fenômeno sob a perspectiva da sua repercussão social, manifestada principalmente na sua obtenção e controle dos seus fluxos. A percepção, há muito presente, de que a manipulação da informação é um instrumento de poder dos mais eficazes desafia um olhar sobre a questão, desviado do aspecto puramente matemático.

O estudo da informação do ponto de vista dessa teoria não se atém mais às condições de eficácia de seu transporte, de suas funções para equilíbrio social ou dos procedimentos funcionais para seu processamento no âmbito dos sistemas. A informação é entendida, pela teoria crítica, como recurso fundamental para a condição humana no mundo e, como tal, a primeira percepção que se tem é de sua desigual distribuição entre os atores sociais. Como recurso, a informação é apropriada por alguns, que garantem para si o acesso. Aos demais, sobra a realidade da exclusão. (ARAÚJO, 2009, p. 197)

No momento em que a tecnologia ganha proeminência como instrumento de redenção, firmando-se como panaceia para todos os males ou mesmo uma nova arca onde alguns escolhidos assistirão em suas telas, à distância, o destino dos excluídos, cabe à Ciência da Informação questionar este destino da informação, o seu uso e, especialmente, a sua obtenção.

3.3 AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO

A relação entre tecnologia e informação não é recente, como sugere Lévy (1993) ao tratar do que chama de tecnologias da inteligência. Entretanto, conforme o autor também ressalta, é possível considerar que a evolução e difusão lentas tenham

servido, em tempos mais remotos, para tornar as técnicas então emergentes apenas um pano de fundo para os acontecimentos historicamente relevantes.

A partir da segunda metade do século passado, no entanto, a tecnologia voltada ao armazenamento e processamento da informação ganhou impulso com a entrada em funcionamento dos primeiros computadores. Passou a tecnologia a ser responsável por gerar a própria informação. Nas palavras de Castells (1999, p. 69):

O que caracteriza a atual revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimento e informação, mas a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso.

Este modo de tratar a informação traz consigo a difusão do formato digital, possibilitando a sua convergência para um único código. As consequências são as mais relevantes, pois, conforme anota Lévy (1993, p. 102) “o suporte da informação torna-se infinitamente leve, móvel, maleável, inquebrável. O digital é uma matéria, se quisermos, mas uma matéria pronta a suportar todas as metamorfoses, todos os revestimentos, todas as deformações.”

Ao tratar da emergência do digital, Negroponte (1995, p. 23) já antevia, na última década do século passado, a existência de uma visão limitada, que privilegiava apenas a questão da transmissão, sem atentar para a mensagem. E assim advertia que “um conteúdo inteiramente diverso emergirá dessa digitalização, assim como novos jogadores, novos modelos econômicos e, provavelmente, uma indústria caseira de informação e entretenimento”.

O digital surge como o veículo da convergência da informação, abrigando texto, imagem, áudio, vídeo e inúmeros outros formatos sob um único código que pode ser inteiramente processado pela máquina e produz duplicatas perfeitas. A par disto, o digital se desprende do seu suporte, podendo ser transmitido sem perda de qualidade. A informação migra maciçamente para o formato digital. Mayer-Schonberger e Cukier (2013) relatam que em 2007 os dados analógicos correspondiam a 7% do total então existente, caindo para menos de 2% em 2013.

Estas características vão possibilitar o surgimento das redes de transmissão de dados e, mais tarde, da internet, cuja origem Castells (2003, p. 19) descreve como uma “improvável interseção da *big science*, da pesquisa militar e da cultura libertária”.

Nas suas origens, a computação abriga incontáveis disputas envolvendo a informação e a liberdade de circulação desta, que acabou por se tornar um princípio

da chamada ética hacker (LEVY, 2012, p. 26). A internet possibilitou uma difusão de ideias e um compartilhamento de informações sem precedentes na história da humanidade, o que levou, em um primeiro momento, a se acreditar na construção de uma nova realidade, desvinculada do mundo físico, tal como propagado na Declaração de Independência do Ciberespaço de John Perry Barlow (1996, *online*).

Não se pode perder de vista, contudo, que toda a infraestrutura da rede está atrelada a um modelo econômico que precisa se mostrar viável. Isto já foi demonstrado com os eventos ocorridos na primeira década deste século, quando várias novas empresas denominadas “pontocom” faliram, no que passou a ser conhecida como a Bolha da Internet.

A maior parte destas empresas se desenvolvia a partir de uma visão que a comparava a internet a um shopping center global que, ignorando fronteiras e limites geográficos, aproximaria compradores e vendedores onde quer que estivessem. Embora sem grande compreensão sobre o alcance e fundamentos da tecnologia, o mundo empresarial migrou para a internet, fazendo surgir ali, àquela época, empresas com altíssimas avaliações, sem que sequer possuíssem qualquer indicativo seguro de rentabilidade.

Com o estouro da bolha, o mercado foi majoritariamente ocupado por um novo tipo de empresa, as que se desenvolveram para utilizar não apenas o conteúdo da internet, mas principalmente a sua própria estrutura. Duas formas foram a utilização das já conhecidas e difundidas colaboração e compartilhamento. Empresas passaram a se tornar abertas, compartilhar aplicativos na busca de expandir e tornar mais ágeis os seus negócios (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007). Surge, ainda, a concepção de uma economia de nicho, já que a conexão entre consumidores e fornecedores acabou facilitada, além dos produtos digitais não representarem custos significativos de armazenamento (ANDERSON, 2006).

O maior desenvolvimento se deu, no entanto, em torno de empresas que viam a internet e os dispositivos a ela ligados como um gigantesco sistema de informação destinados a compreender e prever comportamentos, analisar mercados ou mesmo opções políticas. Ao escrever o artigo que acabou por batizar a internet que emergiu depois da bolha, O'Reilly (2005, *online*) delineou a sua principal característica:

Já começou a corrida pela posse de certa classe de dados centrais: localização, identidade, calendário de eventos públicos, identificadores de produtos e códigos. Em muitos casos – quando o

custo de criação dos dados for significativo – poderá haver uma oportunidade para um jogo estilo Intel Inside, com uma única fonte de dados. Em outros, o vencedor será a companhia que primeiro atingir uma massa crítica de dados através da participação de usuários, e transformar esses dados agregados em um serviço.

Novos serviços surgiram amparados na utilização destes dados, de cujo processamento podem ser extraídas as informações mais variadas. Aspectos como a busca e navegação, armazenados e processados em grande escala graças ao cada vez mais crescente poder das ferramentas tecnológicas, oferecem perfis destinados à publicidade e elaboração de novos produtos, substituindo as tradicionais pesquisas de opinião, pois, enquanto na pesquisa tradicional o sujeito se confronta com a perspectiva de ser julgado, oferecendo respostas para criar uma impressão positiva sobre si, a busca pode ser realizada no que se acredita ser “um lugar em que possamos fazer perguntas sem medo de sermos julgados.” (TRANCER, 2009, p. 16).

A evolução e o barateamento destas tecnologias, por outro lado, proporciona o surgimento de novos variados serviços, cuja utilização envolve a entrega cada vez maior de dados dos usuários aos fornecedores destes serviços. Tome-se como exemplo a computação em nuvem (*cloud computing*), que provê serviços de computação ou armazenamento a partir de uma estrutura remota, controlada pelo fornecedor do serviço, servindo o termo nuvem como “uma metáfora para a Internet ou infraestrutura de comunicação entre os componentes arquiteturais, baseada em uma abstração que oculta à complexidade de infraestrutura” (SOUZA et al, 2009, *online*). A utilização deste modelo de serviço proporciona inúmeras vantagens, mas traz consigo riscos consideráveis, decorrentes justamente da posse dos dados passar às mãos de um terceiro, destacando-se entre tais riscos as ameaças à privacidade.

Este é, na verdade, o debate mais importante do cenário atual no que se refere ao uso das tecnologias da informação. Enquanto os seus benefícios são inegáveis e de grande valia, os riscos e problemas raramente são conhecidos ou entendidos, especialmente pelo usuário comum, cuja compreensão sobre o uso de sistemas e aplicações de internet é bem mais reduzida.

Em tal cenário, há necessidade de questionar acerca do conceito e alcance da privacidade, notadamente diante das mudanças tecnológicas ocorridas ao longo da história, o que adiante se faz.

4. PRIVACIDADE: Concepções e ameaças

Viver socialmente é, também, viver só. É ter um espaço para si. Na medida em que é moldado pelo meio em que vive, o homem necessita de um espaço consigo mesmo para processar as influências externas que recebe, ajustando-as àquelas outras que já traz em si, de forma que juntas produzirão algo novo, definindo justamente a sua individualidade. Neste espaço se cultivam as ideias, as concepções de mundo, processa-se a aceitação e a recusa. É nele que se processam julgamentos e as representações que constituem o papel de cada pessoa na vida social (SENNETT, 2014, p. 135).

É nesta moldura de abstrações que se desenha a privacidade. Um espaço livre da interferência alheia, onde o pensamento pode florescer livremente. Cogitações, por absurdas que sejam, podem ter lugar pois não há necessidade de temer o ridículo ou sequer julgamentos; da mesma forma, o ato de avaliar e julgar, tão presente no cotidiano, também pode ser praticado, formando impressões sem temor do rompimento de vínculos. Este espaço não se reserva apenas ao interior das pessoas, ao seu espírito, mas também no mundo exterior ao indivíduo, a quem é dado traçar limites para a presença dos outros.

Dada a natureza deste espaço, a concepção de privacidade surge sob variadas formas e, não raro, vinculada outros valores e ideais, entre elas a de liberdade, de onde surge como garantia ou, por vezes, consequência direta. Esta multiplicidade de visões, todas elas válidas em algum ponto ou sob algum aspecto, dificulta que se possa estabelecer um conceito único e acabado de privacidade, mesmo porque, nitidamente fundada em valores abstratos, a sua concepção vai se modificar conforme o lugar e a época.

É possível encontrar já nas antigas civilizações uma percepção acerca do que seria a vida privada. Coulanges (1998, p. 29) registra a existência de espaços reservados nas habitações que só podiam ser acessados pela família, uma vez que ali se prestava o culto aos mortos, então os deuses do lar. Este culto era reservado a um determinado núcleo familiar, sendo vedado aos estranhos até mesmo assisti-lo. Embora não se possa antever aí a existência de uma garantia ou direito, começavam a ser delineados os limites daquilo que mais tarde veio a se tornar as esferas pública e privada, cujos registros se fazem ver na polis grega (ARENDT, 2007, p. 38), quando também se assinala a existência da oposição entre ambas. Entretanto, é apenas com o surgimento dos aglomerados urbanos pós revolução industrial e o estabelecimento

do moderno modelo de estado que a privacidade ganha os seus atuais contornos (BADÍA, 2012, epub), passando a representar uma garantia contra o outro e também contra o Estado.

Nas relações privadas está o pudor e a necessidade de construir determinados conceitos em torno de si através de um jogo de aparências (GOFFMAN, 1975). Estabelecem-se, além da proteção ao domicílio, as mais variadas regras, delimitadoras de espaços físicos e ideais. Nas relações com o estado surgem as garantias contra a intromissão do poder público em determinadas esferas da vida privada, muito embora tais garantias tenham variado conforme o regime estabelecido.

De fato, ao longo da história moderna variados regimes autoritários se valeram da supressão deste espaço reservado como um meio de conhecer e controlar seus cidadãos, aniquilando ou pelo menos diminuindo as chances de rebelião. A vigilância – ou sua expectativa – servindo como elemento de disciplina, cujos traços foram delineados por Bentham no seu Panóptico, acaba transposta para as relações de poder, notadamente do estado, como registrado por Foucault (1987).

No que ainda se refere ao Estado, não é apenas no estabelecimento da vigilância que se estabelecem as relações hierárquicas de poder. A interferência e regulação da vida cotidiana no que lhe houver de mais particular também se mostra como outra forma de investida contra o espaço individual que, nestas circunstâncias, acaba se estabelecendo como um espaço de liberdade, como já assinalou a Suprema Corte dos Estados Unidos da América. Em *Stanley vs. Georgia*, julgado em 1969, a discussão dizia respeito à posse de material obsceno, considerada uma infração no estado da Georgia. Ao ser flagrado na posse de tal material, que estava em sua residência, o recorrente sustentou, entre outros fundamentos, não ser dado ao Estado exercer tal tipo de controle, argumento que foi acatado pela Suprema Corte, em cuja decisão se observa:

Estes são os direitos que o recorrente está afirmando neste caso. Ele está sustentando o direito de ler ou observar o que lhe agrada - o direito de satisfazer suas necessidades intelectuais e emocionais na privacidade da sua própria casa. Ele está afirmando o direito de não ser questionado pelo estado sobre o conteúdo de sua biblioteca. Georgia alega que o recorrente não tem esses direitos, que existem certos tipos de materiais que o indivíduo não pode ler ou sequer possuir. Georgia justifica esta afirmação, argumentando que os filmes no presente caso são obscenos. Mas pensamos que a mera categorização destes filmes como "obscenos" não é justificativa suficiente para uma invasão tão drástica das liberdades pessoais garantidas pela Primeira e Décima Quarta Emendas. Quaisquer que

sejam as justificativas para outros estatutos que regulam a obscenidade, nós não achamos que eles cheguem à privacidade da casa de alguém. Se a Primeira Emenda significa alguma coisa, significa que o Estado não tem como dizer a um homem, sentado sozinho em sua própria casa, os livros que ele pode ler ou o que filmes que ele pode assistir. Toda a nossa tradição constitucional é contrária à ideia de dar ao governo o poder de controlar a mente dos homens. (The Right to Privacy, 2011, epub) (tradução nossa)

Releva notar que as duas emendas tomadas por fundamento da decisão não trazem explicitamente qualquer garantia ou mesmo referência à privacidade. De uma forma geral, tais disposições tratam da liberdade e da proteção desta frente ao Estado, isto porquê, diferentemente da Constituição brasileira, que trata expressamente da privacidade, não há na americana qualquer referência ao tema, daí o seu estabelecimento, como se pôs aos olhos da Suprema Corte, estar atrelado a um tema que lhe é conexo, como ocorre com a liberdade.

O que se tem, portanto, é uma interpretação elástica, sujeita às mais variadas circunstâncias, daí a dificuldade de se estabelecer uma definição precisa acerca de privacidade, sendo exatamente por esta razão que Solove (2008, epub) afirma se tratar de um “conceito em desalinho”. Ainda fazendo referência às inúmeras abordagens existentes e ressaltando que cada uma carrega em si determinadas imperfeições, o autor traça o que chama de eixos gerais em torno do conceito de privacidade:

(1) o direito de ser deixado só – formulado por Samuel Warren e Louis Brandeis em seu “o direito à privacidade”; (2) o acesso limitado à pessoa – o poder de evitar o acesso indesejado dos outros a si; (3) segredo – ocultar certos assuntos dos outros; (4) controle sobre as informações pessoais – o poder de controlar a informação sobre si mesmo; (5) personalidade – a proteção à personalidade, individualidade e dignidade; e (6) intimidade – controlar ou limitar o acesso às relações íntimas ou aspectos da vida de alguém. (SOLOVE, 2008, epub. tradução nossa).

No léxico comum, a privacidade está definida como “vida privada, vida íntima; intimidade”, considerando-se como privado aquilo que “não é público; particular” (FERREIRA, 2009, p. 1632). Não é raro encontrar conceitos circulares, como ocorre com a utilização do termo privado para definir privacidade. Badía (2012, epub) chama a atenção para este aspecto ao referir a Real Academia Espanhola, que conceitua privacidade como o “âmbito da vida privada em que se tem direito de proteger de qualquer intromissão”. No dicionário americano se delineia como “estar a salvo de

intromissões não autorizadas; situação de ser deixado em paz e poder manter para si próprio certas matérias de ordem pessoal” (WEBSTER'S, 1996).

A definição constante da Wikipedia merece atenção, não pela precisão do conteúdo criado pelos “nobres amadores” (KEEN, 2009, p. 45) mas, como assinalou Bauman (2010, epub) por ser o reflexo de “tudo que a opinião média considera verdadeiro sobre um assunto”, daí haver utilizado a versão em inglês da enciclopédia colaborativa para definir privacidade. Na versão em português existe a referência ao “direito à reserva de informações pessoais e da própria vida privada” (WIKIPÉDIA, 2014, online).

Seja na compreensão da Suprema Corte, nos eixos conceituais traçados por Solove (2008) ou na compreensão média, há sempre foco na proteção do indivíduo, de forma que, quando se fala em direito à privacidade e à proteção deste direito é comum a ideia de um conflito entre o interesse de uma pessoa determinada contra outro particular ou contra o estado. Isto ganha relevância quando se sabe que não existe direito absoluto ou que possa ser exercido de forma absoluta, é dizer, muito embora a privacidade possa ser considerada um bem jurídico objeto de proteção de variados ordenamentos, como adiante se verá, o seu valor – e esta proteção – podem e devem ser relativizados em circunstâncias determinadas.

A vida em comunidade, com as suas inerentes interações entre pessoas, impede que se atribua valor radical à privacidade. É possível descobrir interesses públicos, acolhidos por normas constitucionais, que sobrelevem ao interesse do recolhimento do indivíduo. O interesse público despertado por certo acontecimento ou por determinada pessoa que vive de uma imagem cultivada perante a sociedade pode sobrepujar a pretensão de “ser deixado só”. (MENDES et BRANCO, 2012, epub)

Esta relativização da privacidade vai se manifestar através de dois vetores principais. O primeiro deles diz respeito ao interesse público tutelado pelo estado. Inúmeras situações permitem que o estado se utilize de mecanismos para afastar a privacidade do particular. As hipóteses mais conhecidas estão ligadas à segurança, permitindo-se a utilização de escutas telefônicas, quebra de sigilos bancário e ou fiscal e outras medidas desta natureza para que se realize a apuração de crimes. “Embora a regra seja a privacidade, mostra-se possível o acesso a dados sigilosos, para o efeito de inquérito ou persecução criminais e por ordem judicial, ante indícios de prática criminosa”, é o que afirma o Supremo Tribunal Federal (BRASIL, 2009).

Outra hipótese comum é aquela na qual a privacidade entra em choque com o direito à informação, considerado igualmente digno de proteção. Nesta seara há um especial desafio, dada a necessidade de avaliar para estabelecer aquilo que irá prevalecer no caso concreto. Registre-se, por exemplo, a discussão em torno da divulgação da remuneração e outros aspectos relativos ao cargo de servidores públicos. Estabeleceu-se a discussão sobre a proteção da privacidade do servidor, que seria violada com a divulgação de tais dados, e o princípio da transparência (ou publicidade) pública, que daria fundamento ao ato. Submetida a discussão ao crivo do Supremo Tribunal Federal, prevaleceu o entendimento no sentido de que tais informações não estariam abrangidas pelo direito à privacidade dada a condição dos servidores públicos e os princípios que regem a administração pública. Uma das decisões recebeu a seguinte ementa:

SUSPENSÃO DE SEGURANÇA. ACÓRDÃOS QUE IMPEDIAM A DIVULGAÇÃO, EM SÍTIO ELETRÔNICO OFICIAL, DE INFORMAÇÕES FUNCIONAIS DE SERVIDORES PÚBLICOS, INCLUSIVE A RESPECTIVA REMUNERAÇÃO. DEFERIMENTO DA MEDIDA DE SUSPENSÃO PELO PRESIDENTE DO STF. AGRAVO REGIMENTAL. CONFLITO APARENTE DE NORMAS CONSTITUCIONAIS. DIREITO À INFORMAÇÃO DE ATOS ESTATAIS, NELES EMBUTIDA A FOLHA DE PAGAMENTO DE ÓRGÃOS E ENTIDADES PÚBLICAS. PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE ADMINISTRATIVA. NÃO RECONHECIMENTO DE VIOLAÇÃO À PRIVACIDADE, INTIMIDADE E SEGURANÇA DE SERVIDOR PÚBLICO. AGRAVOS DESPROVIDOS. 1. Caso em que a situação específica dos servidores públicos é regida pela 1^a parte do inciso XXXIII do art. 5º da Constituição. Sua remuneração bruta, cargos e funções por eles titularizados, órgãos de sua formal lotação, tudo é constitutivo de informação de interesse coletivo ou geral. Expondo-se, portanto, a divulgação oficial. Sem que a intimidade deles, vida privada e segurança pessoal e familiar se encaixem nas exceções de que trata a parte derradeira do mesmo dispositivo constitucional (inciso XXXIII do art. 5º), pois o fato é que não estão em jogo nem a segurança do Estado nem do conjunto da sociedade. 2. Não cabe, no caso, falar de intimidade ou de vida privada, pois os dados objeto da divulgação em causa dizem respeito a agentes públicos enquanto agentes públicos mesmos; ou, na linguagem da própria Constituição, agentes estatais agindo “nessa qualidade” (§6º do art. 37). E quanto à segurança física ou corporal dos servidores, seja pessoal, seja familiarmente, claro que ela resultará um tanto ou quanto fragilizada com a divulgação nominalizada dos dados em debate, mas é um tipo de risco pessoal e familiar que se atenua com a proibição de se revelar o endereço residencial, o CPF e a CI de cada servidor. No mais, é o preço que se paga pela opção por uma carreira pública no seio de um Estado republicano. 3. A prevalência do princípio da publicidade administrativa outra coisa não é senão um dos mais altaneiros modos de concretizar a República enquanto forma de governo. Se, por um lado, há um necessário modo republicano de administrar o Estado

brasileiro, de outra parte é a cidadania mesma que tem o direito de ver o seu Estado republicanamente administrado. O “como” se administra a coisa pública a preponderar sobre o “quem” administra – falaria Norberto Bobbio -, e o fato é que esse modo público de gerir a máquina estatal é elemento conceitual da nossa República. 4. A negativa de prevalência do princípio da publicidade administrativa implicaria, no caso, inadmissível situação de grave lesão à ordem pública. 5. Agravos Regimentais desprovidos. (BRASIL, 2011)

A necessidade de analisar concretamente os casos deixa evidente um dos aspectos mais discutidos quando o tema é privacidade, que consiste em saber a extensão da sua proteção quando em conflito com outros interesses. Este aspecto tem se mostrado tão relevante que o Superior Tribunal de Justiça, em casos que ostentam grande similaridade, acabou adotando posições distintas, privilegiando em um deles o direito à informação, enquanto no outro prevaleceu a proteção da intimidade. Tratam-se de dois episódios do programa Linha Direta, veiculado pela Rede Globo de Televisão. Em um dos episódios a família da vítima pretendeu ver reconhecida a ilegalidade da exibição invocando o direito à privacidade, mais precisamente o direito ao esquecimento. No outro episódio a violação ao mesmo direito foi apontada por uma pessoa que fora processada como um dos autores de um determinado crime, sendo, no entanto absolvido. Os dois crimes causaram grande repercussão na época em que foram praticados e já não eram mais fatos atuais quando da realização dos programas.

As duas questões chegaram ao Superior Tribunal de Justiça onde foram julgadas pelo mesmo órgão, sob a relatoria do mesmo ministro. No primeiro (REsp 1335153/RJ, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 28/05/2013, DJe 10/09/2013) prevaleceu o direito à informação ou, mais precisamente, o que se considerou como interesse histórico sobre o fato. No segundo, entretanto, reconheceu-se a ilegalidade da exibição do nome da parte no programa. (REsp 1334097/RJ, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 28/05/2013, DJe 10/09/2013) Os julgamentos não demonstram qualquer incoerência no pensamento do Poder Judiciário, mas exatamente a questão da ponderação de valores realizada em cada caso para estabelecer qual interesse se mostra passível de proteção no choque entre os direitos à informação e à privacidade.

Estas decisões, por outro lado, quando se dedicam a sopesar a privacidade em contraste com o direito à informação põem em destaque um dos pontos mais

debatidos nas atuais discussões em torno da privacidade, que é o aspecto informacional, ou seja, a visão da privacidade a partir de um fluxo de informações sobre determinada pessoa. Esse assunto merece especial interesse quando um dos aspectos mais notáveis da assim chamada Sociedade da Informação é a produção cada vez maior de dados sobre as pessoas e a perda da capacidade dessas mesmas pessoas de manterem o controle sobre tais dados.

4.1 A PRIVACIDADE NAS RELAÇÕES MEDIADAS POR DISPOSITIVOS ELETRÔNICOS

Tomando em consideração que um dos aspectos relevantes acerca da privacidade está no controle que alguém detém sob suas informações (BEZANSON, 1992, online), um cenário onde a produção de dados é cada vez maior e cujos aspectos mais cotidianos da vida passam a envolver a entrega destes dados a terceiros, faz-se necessário estabelecer uma nova concepção sobre o fenômeno, que passa a se distanciar daquela gestão de informações pessoais feita no varejo do dia-a-dia.

As ameaças à privacidade em razão do surgimento de novas tecnologias e negócios construídos em torno delas já são há muito alvo de preocupação dos estudiosos do assunto. Ao tratarem, na última década do século XIX, da questão da privacidade, no artigo *The Right to Privacy*, Warren e Brandeis (1890, online) se voltam para as ameaças então existentes:

Invenções e métodos de negócios recentes chamam a atenção para o próximo passo que deve ser dado na proteção da pessoa, e para assegurar ao indivíduo que o Juiz Cooley chama de o "direito de ser deixado só". Fotografias instantâneas e empresas jornalísticas têm invadido os recintos sagrados da vida privada e doméstica; e numerosos aparelhos mecânicos ameaçam tornar real a previsão de que 'o que é sussurrado no armário, deve ser proclamado do alto dos telhados' (WARREN; BRANDEIS, 1890, online - tradução nossa).

Não data de hoje a preocupação com a privacidade a partir da inovação tecnológica e do surgimento de novos negócios. outrora, a fotografia e a imprensa; neste momento, os bancos de dados e as empresas que oferecem aplicações de internet. Olhando em retrospecto, no entanto, a fotografia parece não ter criado maiores problemas para a privacidade. Episódios pontuais nos quais se registraram alguma forma de excesso ou abuso foram enfrentados e acabaram estabelecendo

parâmetros que passaram a ser observados. No final, a fotografia não destruiu a privacidade como se temia, e trouxe consigo inegáveis benefícios para os indivíduos e a sociedade, principalmente no que se refere à preservação da memória.

O vislumbre deste cenário passado poderia fomentar dúvidas acerca da propriedade das preocupações atuais, que parecem exageradas, na medida em que todas as questões anteriores foram efetivamente resolvidas, com a adaptação das novas tecnologias à sociedade e desta àquelas. O escritor Jonathan Franzen alerta para este aspecto quando afirma que a privacidade é “a nova obsessão americana: defendida como o mais fundamental dos direitos, anunciada como a mais desejável das mercadorias, e declarada morta duas vezes por semana” (FRAZEN, 2012, p. 128)

O autor registra ainda que “o alarme sobre privacidade tem a faina acusatória e paranoica de um bom e velho pânico americano, mas falta um ingrediente vital: um público genuinamente assustado.” (2012, p. 129), permitindo desconfiar da substância dos temores do público em geral sobre a perda ou diminuição de sua privacidade ou, no mínimo, sobre a compreensão deste público a respeito do que está em curso, em parte pela complexidade envolvida, em parte por haver o interesse sempre presente na manutenção do grande público ao largo de tais processos, justificado pela premissa de que não estaria ele preparado não só para entender, mas também para tomar decisões acerca de aspectos tão relevantes da vida.

Um mundo digital e conectado, com capacidade para processar gigantescas quantidades de dados recolhidos em variadas bases, a possibilidade de vigilância deveria ganhar os contornos da distopia de Orwell. Entretanto, diferentemente daquilo que se passa na “Oceania” concebida pelo autor, esta vigilância não é totalmente imposta pela força e pelo medo, nem é levada a cabo apenas pelo Estado. Embora o medo ainda seja um grande argumento em favor da vigilância, ela também se impõe, em grande parte, pela sedução do consumo.

Assim, um dos aspectos mais notáveis quando o assunto é vigilância eletrônica, especialmente àquela realizada online e através da agregação de grande número de dados, é a forma como seus procedimentos estão se integrando ao cotidiano das pessoas, que passam a aceita-las como parte – sequer indesejável – da vida online. A Sociedade da Informação, portanto, não apenas possibilita os meios técnicos para que a vida privada se torne cada vez mais transparente, ela também oferece o discurso para que isto seja assimilado com pouca ou sem nenhuma resistência.

Esta aceitação irrestrita encontra suas raízes na reiteração do discurso positivista que deposita na ciência e na tecnologia a possibilidade de transformar o mundo. Serra (1998, p. 101), no entanto, aponta a existência de um discurso marcadamente ideológico. Para o referido autor, esta projecção otimista é

[...] hoje partilhada e propagandeada, de forma entusiástica, pela generalidade dos detentores dos poderes políticos e econômicos (particularmente os dos países mais desenvolvidos como os Estados Unidos, o Japão e os da União Europeia), que tendem a ver, na sociedade da informação, a solução para os diversos problemas que afetam, hoje, as sociedades capitalistas avançadas.

O autor, no entanto descreve tais resultados, afirmando que até o momento os problemas sociais efetivamente relevantes não encontraram resposta na sociedade da informação. E de fato. Um passar de olhos na história vai revelar viradas tecnológicas que não trouxeram a reboque nenhum ganho social efetivo. Ao revés, várias tecnologias tiveram seus custos sociais, pois, ao passo que apontaram com ganhos em determinadas áreas, geralmente no setor econômico, criaram questões novas e, não raro, problemas sociais envolvendo aqueles que acabaram excluídos no processo.

O advento das novas tecnologias da informação e comunicação não parece haver alterado esta regra. Ao tempo em que possibilitam a eliminação de distâncias, falando-se em uma sociedade conectada, acenam com a desumanização e superficialidade das relações (BAUMAN, 2010, epub); enquanto fomentam a produtividade, geram uma massa de excluídos do mercado de trabalho, formada por pessoas incapazes de lidar com a mudança ou consideradas dispensáveis para o novo sistema, daí Bauman (2010, epub) na mesma obra, haver afirmado:

Sejamos realistas: os impactos das novas tecnologias de comunicação são como os feitos da economia liderada pelos bancos, em que os ganhos tendem a ser privatizados, e as perdas socializadas. Em ambos os casos, “os danos colaterais” tendem a ser desproporcionalmente maiores, mais profundos e insidiosos que os eventuais e raros benefícios.

Não há dúvidas, no entanto, de que a Sociedade em Rede, para utilizar a expressão de Castells, 1999), há muito está efetivamente estabelecida, fazendo com que as relações sociais, em todos os seus planos, migrem cada vez mais para o meio eletrônico, que passa a abrigar o trabalho e o lazer, a interação social e a solidão. Como já foi assinalado neste trabalho, as mudanças decorrentes da massificação das

tecnologias da informação e comunicação são muito maiores, mais profundas e abrangentes do que outrora se via.

Lidar com informação no cenário atual em muito difere daquilo que se fazia quando, na última década do século XIX, Warren e Brandeis falaram de direito à privacidade, porquanto no meio digital, a maneira como a informação passou a ser processada dá uma nova dimensão à questão, tornando a sua obtenção muito mais fácil e barata ou, dito de outra forma, acessível a todos. Ao tratar de tal questão Nissenbaum (2013, epub) anota a relevância do suporte em que as informações estão inscritas, fazendo referência a uma disputa ocorrida no estado de Nova Jersey, onde tal aspecto foi debatido. No ano de 1995, uma empresa privada solicitou e obteve dados de uma repartição pública que, no entanto, os entregou impressos em papel, tendo a empresa solicitado que as informações fossem passadas em meio magnético.

O pedido foi acolhido, mas o Tribunal assinalou:

Mantemos nosso compromisso de oferecer aos cidadãos um acesso público conveniente e eficiente à informação governamental. Não obstante, reconhecemos que as regras práticas tradicionais, pensadas para documentos impressos, podem não ser apropriadas para os registros computacionais. Publicar informação em fita é muito mais revelador em vários casos que fazê-lo através de documentos impressos, e oferece o potencial de inspeções muito mais instrutivas. Diferentemente dos documentos impressos, os registros computadorizados podem ser recuperados, examinados e reorganizados rapidamente em novas formas e únicas, antes inimagináveis. Por exemplo, os doutores poderiam buscar processos por negligencia médica para não tratar a pacientes com histórico de demandas; os patrões poderiam buscar processos de indenização para não contratar que as apresentou; e as instituições de crédito poderiam buscar falhas notariais e outros dados financeiros. Assim, a maneira em que se dissemina a informação pode ser um fator por considerar no uso de acesso e registros. (tradução nossa)

Duas décadas depois, estas informações já são geradas no formato digital e dominam vários aspectos da vida, especialmente com o advento da internet. De fato, na medida em que se estabelece como canal de comunicação e interação ao alcance de todos no qual todos podem se expressar – o lugar para onde as relações sociais migram – a internet desenha um novo cenário onde a grande ameaça é a perda da conexão, estar off-line. Como notado por Castells (1999, p. 461)

Em razão de sua existência, todas as espécies de mensagens do novo tipo de sociedade funcionam em um modo binário: presença ausência no sistema multimídia de comunicação. Só a presença nesse sistema integrado permite a comunicabilidade e a socialização da mensagem.

Nos seus poucos anos de existência a Rede Mundial deixou de ser uma utilidade, um diferencial, para se tornar essencial; não para empresas ou profissionais, na sua busca pela sobrevivência e o lucro no mundo dos negócios, mas de pessoas comuns procurando por notícias, conhecimento ou apenas contato com o mundo exterior. Pode-se falar assim em um sistema integrado, capaz de monitorar todos os passos daqueles que por ele trafegam.

Embora os problemas sejam das mais variadas ordens, no que se refere à privacidade este quadro se apresenta um tanto quanto mais nebuloso, exatamente em razão deste novo estilo de vida online. É o que se infere das previsões de dois dos mais importantes executivos da Google. Juntos, Eric Schmidt e Jared Cohen escreveram “A Nova Era Digital: Como será o futuro das pessoas, das nações e dos negócios”. Lançado em 2013, o livro descreve em seus capítulos a visão dos autores sobre os impactos da internet e suas tecnologias em diversas áreas. O segundo capítulo tem o título “O futuro da identidade, da cidadania e da reportagem”, com os autores afirmando:

Na próxima década, a população virtual mundial será maior do que a da Terra. Quase todas as pessoas estarão representadas de formas múltiplas, criando comunidades vibrantes e ativas de interesses interligados que refletirão e enriquecerão a realidade. Essas conexões vão gerar uma quantidade colossal de dados – uma revolução, como alguns a chama – e dar poder aos cidadãos de um modo nunca antes imaginado. Entretanto, apesar de tais avanços, existe um grande porém: o impacto dessa revolução vai privar os cidadãos de grande parte do controle sobre suas informações pessoais no espaço virtual, o que terá consequências significativas no mundo físico. Isso pode até não ser uma verdade absoluta para todos os usuários, mas num nível mais amplo vai afetar e moldar nosso mundo de forma profunda. O desafio que enfrentamos como indivíduos é determinar que medidas estamos dispostos a tomar para recuperar o controle sobre a nossa privacidade e segurança. (SCHMIDT; COHEN, 2013, p. 42)

Os autores enxergam, não sem razão, um futuro onde a vida terá em grande parte migrada para o mundo virtual. Para eles, posto de outra forma, a identidade virtual valerá tanto quanto aquela que se tem fora da internet. Eles assumem, ainda, que nem todos se interessarão ou terão meios para controlar o volume de informações que irão compor essa nova identidade, cujas características, como os autores propõem, não será um simples perfil, mas o somatório de todas as informações existentes sobre determinada pessoa em variados perfis, contas e transações eletrônicas.

Dois aspectos dignos de nota são a percepção acerca do aniquilamento do anonimato na internet e a forma como isto acabará sendo imposto aos usuários. Sobre o primeiro, dizem os autores

Os fundamentos básicos da identidade on-line também podem mudar. Alguns governos considerarão muito arriscada a existência de milhares de cidadão anônimos, não rastreáveis e não verificáveis – “pessoas escondidas” – e vão querer saber quem está associado a cada conta on-line, tentar requisitar confirmações de nível federal com o objetivo de conseguir exercer controle sobre o mundo virtual (SCHMIDT; COHEN, 2013, p. 42)

Quanto ao segundo aspecto, os autores postulam a evolução daquilo que já está em curso, ou seja, se forem priorizados os perfis certificados pelo governo as pessoas aceitarão isto como regra, uma vez que a recusa significará ficar para trás em rankings de resultados de busca, tornando-se invisível em um imenso volume de informação. Esta estratégia de impor regras a partir da dominação de um canal tem sido atribuída à Google em diversas oportunidades, especialmente quando se trata da sua posição no mercado de buscas (Levy, 2012).

É certo que no ambiente da internet, constituído por milhares de servidores que abrigam boa parte dos dados da população mundial, as possibilidades são quase infinitas quanto ao acesso ilimitado a estes dados e às informações que deles podem ser extraídas. Isto se tornou viável sob o ponto de vista técnico e operacional, inexistindo neste particular, barreiras significativas que possam construir uma área de reserva pessoal. Todavia, a existência de mecanismos técnicos não legitima por si só a difusão, eis que outros meios de controle existem justamente para evitar esta sobreposição ou, dizendo de outra forma, que a possibilidade técnica de realizar um ato danoso seja suficiente para justificar a sua prática.

Os limites ordinariamente estabelecidos, no entanto, tornam-se cada vez mais restritos, eis que à evolução técnica corresponde também mudanças de percepção e estabelecimentos de novas estratégias que podem minar o valor da privacidade.

4.2 SEGURANÇA E MERCADO

Neste ponto voltam a ter lugar as discussões relativas à flexibilização do direito à privacidade, construindo-se em torno do tema nova arena de debate onde novos e velhos argumentos passam a desfilar. Existe, contudo, um novo cenário social cujos influxos repercutem fortemente na percepção acerca da privacidade, pelo menos na

concepção desde sempre adotada, que passa a parecer antiquada a um novo padrão. É neste cenário que a privacidade desenvolve o que COEHN (2013, online) chama de um problema de imagem, tornando cada vez mais difícil a sua defesa. Para o referido autor, esta má reputação traz consequências bastante previsíveis:

Quando privacidade e seus valores supostamente ultrapassados devem ser equilibrados com os imperativos máximos da segurança nacional, eficiência e empreendedorismo, ela surge como perdedora. Os contrapontos à privacidade formam uma lista longa e crescente. O surgimento recente das mídias sociais, plataformas móveis, computação em nuvem e mineração de dados agora ameaçam com uma completa mudança de parâmetros, colocando a privacidade em permanente oposição ao progresso do conhecimento. (COEHN (2013, online - tradução nossa)

Um dos aspectos sempre presentes, a questão da segurança é agitada como um argumento irrespondível, na medida em que coloca em contraponto o que parece ser o direito do indivíduo e o bem comum que seria representado e tutelado pelo Estado. O retrato de um mundo de insegurança, com mais destaque à ameaças terroristas, pornografia infantil e tráfico internacional parece justificar certos sacrifícios individuais em torno do bem coletivo, além de fazer a privacidade parecer uma garantia que só beneficia criminosos e malfeiteiros. O próprio Eric Schmidt em uma das vezes em que foi questionado sobre o tema se utilizou de argumentos retóricos, mas perfilou esta convicção (FINANCIAL TIMES, 2009, online).

É inegável que a internet se apresentou como um terreno fértil para proliferação de determinados crimes, notadamente a pedofilia e o discurso de ódio. Quanto ao terrorismo, os atentados de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos da América criaram o clima político que possibilitou a aprovação do *Patriot Act* em outubro daquele ano, ato normativo que permite uma série de medidas de vigilância por parte de instituições governamentais sem a interferência do Judiciário. Enquanto o Departamento de Justiça americano vê na norma um instrumento que adequa o sistema legal às novas ameaças (DEPARTMENT OF JUSTICE, 2001, online), muitos enxergam nela a violação de garantias constitucionais básicas (COHN, 2009, online). Referindo-se às relações do cidadão com o estado, Bobbio (2000, p. 43) assinala:

O ideal do poderoso sempre foi o de ver cada gesto e escutar cada palavra dos que estão a ele submetidos (se possível sem visto nem ouvido): hoje este ideal é alcançável. Nenhum déspota da antiguidade, nenhum monarca absoluto da idade moderna, apesar de cercado por mil espiões, jamais conseguiu ter sobre seus súditos todas as informações que o mais democrático dos governos atuais pode obter com o uso dos cérebros eletrônicos.

O autor conclui que, a despeito da internet possibilitar uma difusão de informações sem igual, facilitando a transparência das ações, especialmente do governo, não se identifica uma tendência “ao máximo controle do poder por parte dos cidadãos, mas ao máximo controle dos súditos por parte do poder” (p. 43).

Outro argumento largamente utilizado – e aceito quase na mesma medida – diz respeito às facilidades proporcionadas pela internet aos usuários, com destaque para o fato de que a maioria destas facilidades são oferecidas gratuitamente ou, como já é amplamente afirmado, em troca de dados pessoais, no que já se afirmou ser um negócio dos mais vantajosos para o usuário (HARPER, 2010, online). Novamente se voltando ao tema, nesta quadra específica, Bauman (2013, p. 28) assinalou que “submetemos à matança nossos direitos de privacidade por vontade própria. Ou talvez apenas consintamos em perder a privacidade como preço razoável pelas maravilhas oferecidas em troca.”

Obviamente, não há uma solução fácil para um problema de tal envergadura. Estão de um lado valores que efetivamente merecem consideração, pois não há como racionalmente negar os riscos à segurança pública hoje existentes. Todavia, é necessário observar que existe, em alguns casos, uma abordagem equivocada quanto ao valor da privacidade e também no que se refere aos benefícios proporcionados por este novo modelo de negócio que tem em sua base a informação.

Inicialmente, parece equivocado estabelecer uma negociação sobre algo que se constitui um valor dos mais elevados, indispensável à manutenção da dignidade da pessoa humana, especialmente por estar intrinsecamente ligado à liberdade. Estabelecer uma relação nestas bases já corrompe o próprio valor da privacidade, que passa a admitir comercialização. Como objeta Sandel (2012, p. 15):

Quando decidimos que determinados bens podem ser comprados e vendidos, estamos decidindo, pelo menos implicitamente, que podem ser tratados como mercadorias, como instrumento de lucro e uso. Mas nem todos os bens podem ser avaliados dessa maneira.

Além do mais, um aspecto que merece uma reflexão mais profunda diz respeito aos interesses que são atendidos quando se estabelece este tipo de negociação. Sob o ponto de vista do negócio jurídico não há grande diferença entre a relação mantida pelas empresas de telefonia e os consumidores e as empresas que oferecem serviços e aplicações de internet (entre as quais existem também empresas de telefonia). Os negócios de telefonia se estabeleceram sob o modelo econômico clássico, ou seja, a

cobrança pelos serviços oferecidos. Isto não impediu que se tornassem imensamente lucrativos.

Não há notícia de que se tenha cogitado, àquela época, oferecer os serviços gratuitamente em troca de escutar e gravar as conversas entre os usuários. Mesmo abstraídas as questões concernentes à privacidade, havia a limitação técnica, notadamente no que se refere à extração e processamento de informações passíveis de comercialização, direta ou indireta. O cenário atual, no entanto, é bastante diferente.

No livro “Free(Grátis): O futuro dos preços” o jornalista Chris Anderson postula que na economia digital a gratuidade pode vir a se tornar a regra. O Capítulo 8 é dedicado ao que o autor chama de “desmonetização” e tem como subtítulo “O Google e o nascimento de um modelo econômico do século XXI”. O texto é basicamente dedicado à análise da estratégia de mercado da Google, com destaque para os inúmeros serviços que a empresa oferece gratuitamente aos seus usuários. Para o referido autor, esta gratuidade estaria no centro da estratégia da empresa (p. 122), já que o seu negócio passa essencialmente pelo processamento de informações para gerar mais e melhores anúncios, a parte do negócio que tem bases na antiga economia. Nas palavras do autor:

Para o Google, quase tudo o que acontece on-line pode ser visto como um complemento para o seu negócio principal. Cada comentário em um blog representa mais informações para o *crawler* do Google indexar, para ajudá-lo a fornecer melhores resultados nas buscas. Cada clique no Google Maps representa mais informação sobre o comportamento do consumidor e cada e-mail no Gmail é um indicativo de nossa rede humana de conexões, e o Google pode usar tudo isso para inventar novos produtos ou só vender os anúncios. (ANDERSON, 2009, p. 127)

Estão aí sintetizados alguns aspectos que permitem compreender a verdadeira natureza da gratuidade, especialmente quando se observa que a empresa que oferece quase tudo gratuitamente já ocupava o terceiro lugar na lista das mais valiosas do mundo divulgada em 2014. Seu valor de mercado de US\$ 382,5 bilhões de dólares superava em mais de cem bilhões de dólares o da Johnson & Johnson, com US\$ 277 bilhões (EXAME, 2014, online).

É verdade que a cultura que está na base do surgimento da computação e também da internet tem nítidos contornos libertários, evidenciados principalmente no postulado do livre compartilhamento da informação. O software livre e, não raro, gratuito, é produto desta filosofia. Entretanto, não é esta cultura que guia o modelo de

negócio da Google e empresas análogas, mas a percepção de que ele só se manterá e conseguirá crescer continuamente, um imperativo para qualquer corporação, se for alimentado com cada vez mais dados. Como declarou a professora Sherry Turkle, do MIT, referindo-se ao Facebook: o problema não é o Facebook se comportar como uma empresa, o problema é não trata-lo como tal, mas como um serviço de utilidade pública³.

A capacidade de coletar e processar estes dados, extraíndo deles não apenas informações que podem gerar lucro, seja através de publicidade ou outros meios, define o sucesso destas empresas e, principalmente, uma dominação cada vez maior nas áreas em que atuam, além de permitir que ingressem em outras áreas com relativa facilidade. Quanto mais ampla a base de clientes maior o volume de informações, que é o seu principal insumo. Neste cenário, cobrar pelos serviços e resguardar a privacidade dos usuários tornaria a base de clientes mais limitada, privando a empresa daquilo que lhe é essencial, na medida em que a obtenção de informações dos usuários não tem a ver apenas com lucro, mas com se manter nos negócios através de constante inovação. Estaria aí uma das razões para que empresas que cobram pelos seus produtos ou serviços, como Apple e Microsoft, também usarem das mesmas práticas, sempre rotuladas de uma forma de oferecer uma melhor experiência para o usuário, mas que na verdade resultarão em mais lucros para tais corporações.

É importante estabelecer, portanto, que a gratuidade de alguns serviços oferecidos não está ligada aos interesses dos usuários, mas aos interesses das próprias empresas, a um imperativo de colher um maior número de dados, indispensáveis quando não se trata simplesmente de obter lucro, mas de dominar um mercado – ou mercados. O usuário não está recebendo em tais serviços muito mais do que entrega e o crescimento das empresas nesta área demonstra isto de forma irrecusável. Na verdade, o que lhe cabe é um instrumento para que ele possa prover os fornecedores de algo muito mais valioso do que dinheiro.

Outra distorção comum quando se fala em privacidade reside na percepção de que se trata de algo individual. A privacidade pode até ser violada individualmente, mas ela tem a ver com toda a sociedade, daí se afirmar que “o direito à privacidade

³ Declaração apresentada no Documentário Terms and Conditions May Apply (2013), dirigido por Cullen Hoback.

protege o indivíduo, mas compreendê-lo simplesmente como um direito individual é um equívoco." (COHEN, 2013, online). Quando se fala em relações mediadas por dispositivos eletrônicos e travadas na internet, o que se vê são ações que afetam milhões de usuários, muitas vezes em escala global, muitos dos quais sequer sabem da existência de um monitoramento, dados os meios utilizados (SILVA NETO, Silva 2001, p. 26).

De fato, é importante distinguir a invasão de privacidade que ocorre em conflitos individuais – mesmo que envolvendo dispositivos eletrônicos -, seja entre o estado e o particular ou entre particulares, daquela que é realizada em grande escala e de forma sistematizada. A intervenção pontual, legalizada ou não, em muito se distingue daquela realizada em grande escala e de forma sistemática. Na primeira hipótese, cabe sopesar o caso concreto, como se demonstrou; na segunda, entretanto, as consequências recaem sobre todo o grupo social e são as mais variadas.

Primeiramente, o monitoramento adotado nesta escala e com estas características passa a ser encarado como vigilância, definida como "uma atenção sistemática e rotineira, focada em detalhes pessoais para fins de influência, gerenciamento, proteção ou direção" (LYON apud RICHARDS, 2013, online). A vigilância eletrônica, tal como hoje é realizada, tem nefastas consequências sociais, porquanto oferece infinitas possibilidades de manipulação da vontade, ceifando aos poucos e de forma sub-reptícia o livre pensar e a livre manifestação do pensamento, a própria interação social, como hoje ocorre, acaba comprometida, acenando-se com um cenário onde as escolhas já estariam previamente configuradas.

Portanto, não se trata apenas de perscrutar os segredos de alguém, mas de estabelecer, a partir das informações recebidas, abordagens e procedimentos que tendem ao controle. Muito embora se imagine este controle nos moldes delineados por Orwell, esta é a hipótese mais remota, embora factível, daí o interesse também dos governos em trabalhar com estes modelos de recolhimento e processamento de dados. Quando se fala aqui em controlar, diz-se manipular a vontade por variadas maneiras, com objetivo de conformá-la a um parâmetro previamente designado. Estas maneiras se desenvolvem basicamente através da vigilância ostensiva, como também mediante práticas imperceptíveis, ambas conduzidas com a mesma finalidade.

A vigilância ostensiva, assim consideradas aquelas situações em que o indivíduo tem consciência de que está sendo monitorado, tem efeito de produzir a autocensura, ou seja, conduzir os pensamentos e posicionamentos para aquilo que

se conforme com o previamente estabelecido (RICHARDS, 2013, online). A possibilidade de haver discordância, um dos principais efeitos da individualidade, vai sendo reduzida e, com ela, diversidade indispensável à evolução social.

O modelo mais largamente utilizado, no entanto, trabalha a partir da coleta de dados sem a consciência do usuário, processo que, a despeito de diferente, conduz aos mesmos efeitos no que se refere ao comprometimento da liberdade de pensamento. A sua utilização mais comum tem se dado na busca de criar padrões de consumo ou consumidores-padrão. Cohen (2013, online) trata desta finalidade e forma de proceder, assinalando que se destinam a criar consumidores previsíveis e manipuláveis, que se comportem da forma mais adequada à produção de lucro. Ainda segundo a autora, seria rude identificar aí um processo de “fabricação do consenso”, sendo mais adequado falar

em um processo de feedback contínuo muito mais sutil, os estímulos são configurados para trabalhar com as inclinações existentes, conduzindo-as em direções que se alinham com os objetivos de maximização do lucro. Assim também com inclinações políticas; com a busca e as redes sociais cada vez mais perfeitamente integrados, os cidadãos-consumidores conectados se movem dentro de “bolhas de filtro” que adequam o ambiente de informação aos seus compromissos políticos e ideológicos. (COHEN, 2013, online - tradução nossa).

Ao se falar aqui sobre o conceito de privacidade não se almeja estabelecer, de maneira perfeita e acabada aquilo que Nissenbaum (2010, epub) entende ser muito mais uma construção cultural do que um valor universal. O que se busca nesta parte do trabalho é traçar uma linha geral de compreensão acerca do tema, os valores em que a privacidade se funda e, ao mesmo tempo – talvez até de forma paradoxal – protege. Procura-se, ainda, demonstrar a relação que a privacidade mantém com a evolução tecnológica (BADÍA, 2012, epub), cujo caminho parece ser sempre definido como uma ameaça àquela.

Chama-se atenção, no entanto, para a nova realidade decorrente de um mundo conectado, com relações sociais sendo criadas e desenvolvidas através de fluxos de informação digital. Ao tempo em que permitem a conexão e uma intensa troca de dados, as novas tecnologias possibilitam também o armazenamento e processamento destes mesmos dados, mesmo que dispersos na Rede Mundial. O uso de tais tecnologias e a adoção de procedimentos de coleta e processamento de variados dados pessoais encontram justificativas variadas que vão desde a própria

manutenção da internet ao imperativo de segurança pública. Ao lado destes surgem ainda as comodidades proporcionadas por serviços que são fornecidos gratuitamente, estabelecendo-se não apenas a possibilidade de negociação acerca da privacidade, como também a ideia de que esta troca seria uma grande vantagem para os usuários, criando-se em torno de tais empresas uma percepção equivocada acerca da sua missão.

A invasão de privacidade praticada em escala e de forma contínua, melhor definida como vigilância, pelas razões aqui descritas, envolve uma convergência de interesses corporativos e do próprio Estado, na medida em que “a informação flui em circuitos que servem aos interesses de entidades poderosas, tanto privado e público” (COHEN, 2013, online), daí não se acreditar que os instrumentos políticos e legislativos possam, em condições normais, controlar a expansão de tais mecanismos (ASSANGE et al, 2013, epub).

Cumpre considerar, no entanto, que o controle das tecnologias se revela ainda menos factível, uma vez que, consideradas as rápidas mudanças, com a incorporação de aspectos cada vez mais complexos, demandaria conhecimentos que escapariam da maior parte da sociedade, levando com que tal controle acabasse ficando nas mãos de um grupo que, conforme ensina a experiência, poderia ser cooptado por aqueles mesmos interesses. Não há dúvidas que a experiência de controle das forças do poder – estatal ou corporativo – por sistemas políticos e legislativos ostenta um histórico de falhas. Entretanto, é inegável que há também uma notável evolução neste campo, mesmo por que essas instituições são de elaboração muito mais antiga, alcançando um maior aperfeiçoamento.

Como em qualquer sistema de controle do poder, os desvios são possíveis e inevitáveis. Entretanto, há de se considerar, em primeiro lugar, que a estipulação de regras aponta condutas adequadas, servindo desde logo como norte àqueles que dele necessitam. Por outro lado, todo e qualquer mecanismo, ao estabelecer as condutas adequadas, estipula também, de forma direta ou reflexa, aquelas que são indevidas e, indo mais além, cuida de estabelecer formas de correção dos desvios. Este agir político e jurídico, há muito consolidado na sociedade, é capaz de estabelecer diretrizes à proteção da privacidade, harmonizando interesses em conflito, sem descuidar, no entanto, da necessidade de interação com o controle técnico.

Há de se considerar, ainda, que a incessante mudança tecnológica, muito embora demande ajustes, não torna ultrapassado todo um sistema de controle, cujos

mecanismos, devidamente adaptados pela mão do intérprete, pode ser aplicável a grande parte dos casos, do que decorre haver, em parte, o desafio de conduzir esta interpretação e adequação, é dizer, tornar o existente aplicável àquilo que surge, atividade que ganha maior relevância quando se percebe que o ritmo da produção normativa dificilmente alcançará aquele que conduz a inovação tecnológica.

O que se apresenta de imediato, portanto, é a tarefa de construir, a partir de mecanismos de controle gerais e outros específicos, uma harmonização de interesses com efetiva proteção à privacidade dos usuários. Nesta construção devem ser consideradas as disposições específicas, mas não se podem desprezar aquelas outras, constantes de outros sistemas, mas que são de todo aplicáveis, tendo em vista a natureza da relação mantida entre usuários e fornecedores de aplicações de internet.

Pretende-se, na sequência, tratar das regras jurídicas que dispõem sobre a proteção da privacidade. Aponta-se, em um primeiro momento, aquelas disposições gerais, que cuidam de assegurar a proteção à privacidade como regra de orientação para a produção de normas legislativas e orientação de condutas administrativas. Tais prescrições, a despeito da sua relevância como garantia, são gerais e raramente descrevem sistemas protetivos. Por esta razão, o capítulo se desenvolve explorando outras disposições que, a partir da orientação traçada pelas primeiras regras, estabelecem mecanismos efetivamente voltados à proteção da privacidade.

5. A PROTEÇÃO LEGAL DA PRIVACIDADE

No capítulo anterior este trabalho tratou da definição de privacidade e abordou as ameaças que esta sofre, decorrentes da coleta e agregação de dados realizada por empresas que oferecem aplicações de internet. Ressaltou-se que há, nestes casos, a proposta de fornecimento de um serviço em troca dos dados dos usuários destes, no que podem ser incluídos dados pessoais ou mesmo outros que, pela quantidade e características, acabam ameaçando a privacidade quando processados. Apontou-se, por fim, que uma das formas de proteção à privacidade é a existência de um sistema de regras que possibilitem o controle sobre a atuação dos agentes que coletam tais dados.

Voltando-se o presente trabalho a uma análise da informação prestada ao usuário como elemento essencial às decisões que ele toma sobre o acesso que concede aos seus dados pessoais, dois aspectos orientam o desenvolvimento do capítulo. O primeiro deles diz respeito à análise apenas das normas que são relevantes à privacidade no contexto aqui tratado. Desta forma, não serão alvo de detida atenção, por exemplo, a inviolabilidade do domicílio, assegurada no art. 5º, inc. XI, da Constituição Federal, ou mesmo o sigilo das comunicações, mesmo que de dados, aspectos também protegidos pela Constituição (art. 5º, inc. XII), mas que fogem ao tema central por tratarem da invasão direta, ou violação. O tema de atenção aqui são os dados obtidos mediante autorização do usuário.

Isto leva ao segundo aspecto digno de atenção. No que se refere às relações entre usuários e fornecedores de aplicações de internet, traçar diretrizes envolvendo a proteção da privacidade demanda a integração de uma série de normativos que são aplicáveis ao tema, seja pela sua concepção seja pela natureza desta relação. Considera-se que, embora possa gerir a sua privacidade, o que implica na possibilidade de conceder autorização para coleta de dados, a forma de concessão desta autorização ou mesmo a coleta e a destinação ao longo do tempo devem ser estabelecidas a partir de diretrizes que torne esta manifestação da vontade válida para tal finalidade, é dizer, a autorização não pode ser meramente formal, o que envolve a aplicação de variados princípios.

Estes princípios estão positivados em diversas leis e dispositivos, inviabilizando considerações abrangentes e específicas sobre cada um deles. Por esta razão, foi feita a opção por um dos aspectos mais relevantes na constituição e desenvolvimento

de relações desta natureza, qual seja a questão da informação. Parte-se do princípio de que não pode haver uma manifestação volitiva válida se não existem informações suficientes, capazes de fundar tal manifestação. Considera-se, ainda, que esta questão não se limita à quantidade da informação, mas também a sua qualidade.

Desta forma, após tratar das normas gerais de proteção, discorre-se sobre a norma específica de proteção à privacidade neste tipo de relação, qual seja a Lei n. 12.965/14, denominada Marco Civil da Internet. Entretanto, como será visto, o normativo não resolve a totalidade das questões, especialmente no que se refere à possibilidade de autorização, que é prevista, mas não é tratada em suas minúcias. É possível crer que isto decorre do fato de, dada a natureza da relação mantida entre as partes, tal disciplina poder ser encontrada em disposições normativas outras, como é o caso da Lei n. 10.406/02 (Código Civil) ou da Lei n. 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), cabendo apenas harmonizar a sua aplicação com foco na proteção do usuário.

Desse modo, tratando da proteção legal da privacidade, esta parte do trabalho será focada na análise dos referidos diplomas legais, naquilo que tem a ver com o tema objeto de estudo. Busca-se, assim, construir um panorama normativo envolvendo a questão da informação nos termos e políticas de uso dos sites, notadamente no que se refere à obtenção de uma manifestação válida da vontade.

5.1 REGRAS GERAIS DE PROTEÇÃO

Focando o sistema legal, é possível identificar que a proteção da privacidade tem sido objeto de uma série de mecanismos legais, que tratam da questão sob variados aspectos. Em primeiro lugar, deve-se considerar que esta proteção tem o *status* de direito humano fundamental, encontrando expressão da Declaração Universal dos Direitos do Homem, cujo texto assegura que “ninguém será sujeito a interferências na sua vida privada, na sua família, no seu lar ou na sua correspondência, nem a ataques à sua honra e reputação. Toda pessoa tem direito à proteção da lei contra tais interferências ou ataques” (art. 12). O Pacto Internacional Sobre Direitos Civis e Políticos, de 1966, também se refere a esta garantia quando dispõe:

ARTIGO 17

1. Ninguém poderá ser objetivo de ingerências arbitrárias ou ilegais em sua vida privada, em sua família, em seu domicílio ou em sua correspondência, nem de ofensas ilegais às suas honra e reputação.

2. Toda pessoa terá direito à proteção da lei contra essas ingerências ou ofensas.

Muito embora este Pacto só tenha sido ratificado pelo Brasil no ano de 1992, através do Decreto n. 592, de 6 de julho daquele ano, a preocupação com a privacidade já havia demonstrado relevância quando a sua proteção foi disposta como direito fundamental pela Constituição de 1988, cujo art. 5º, inc. X, garante que “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação.”

Ao fazer referência à privacidade e à intimidade, entende-se que o legislador constituinte quis estabelecer distinção entre os institutos, distinção que também é anotada por diversos autores. Cunha Junior (2009, p. 662) assevera que a privacidade é menos secreta do que a intimidade, afirmando em seguida que “é sempre um viver entre os outros, mas que também exige uma certa reserva”. A intimidade, por outro lado, vai definir o aspecto mais pessoal ou “a esfera secreta da vida do indivíduo na qual tem o poder legal de evitar os demais.” (TAVARES, 2009, p. 655).

Esta compreensão é extraída da chamada teoria dos círculos concêntricos ou teoria das esferas. Maia, após dar notícia sobre a sua gênese na doutrina alemã, esclarece que intimidade e privacidade formariam esferas superpostas, tendo no seu núcleo o segredo. “A primeira e mais íntima das esferas, com menor raio, a *intimsphäre*, ou esfera íntima, constitui o âmbito da vida no qual o indivíduo pode manter-se em total segredo diante da coletividade” (MAIA, 2006, p. 456). Seguir-se-iam esferas ligadas àquilo que só é dado saber àqueles que convivem intimamente com a pessoa (*Geheimnisphäre*) e a outras informações, até chegar ao que pode ser de público sabido.

Em que pese a adoção de tais conceitos, não se pode deixar de lado a diretriz protetiva traçada, o que leva à adoção de outras abordagens, que possam aperfeiçoar os mecanismos de interpretação constitucional, capazes de tornar efetiva a proteção ali prevista. Assim é que, considerando aspectos atuais, notadamente aqueles pertinentes aos fluxos de informação, deve ganhar espaço a análise da questão a chamada “Teoria do Mosaico”. Esta teoria postula que a agregação de variados dados, mesmo públicos, pode redundar na obtenção de informação privada e, portanto, sob a proteção constitucional. Como assinalado, “esta teoria sustenta que nós mantemos expectativas razoáveis de privacidade em determinadas quantidades

de informação, mesmo que não temos essas expectativas nas partes que constituem o todo." (GRAY e CITRON, 2013, online).

A discussão tende ganhar maior destaque no atual momento, porquanto a maior parte da vigilância, notadamente a realizada online envolve justamente a agregação de dados, aspecto que já foi notado por Silva (2007, p. 102) em comentário ao art. 5º da Constituição Federal

O intenso desenvolvimento de complexa rede de fichários eletrônicos, especialmente sobre dados pessoais, constitui poderosa ameaça à privacidade das pessoas. O amplo sistema de informações computadorizadas gera um processo de esquadriamento das pessoas, que ficam com sua individualidade inteiramente devassada. O perigo é tanto maior quanto mais a utilização da informática facilita a interconexão de fichários, com a possibilidade de formar grandes bancos de dados que desvendem a vida dos indivíduos sem sua autorização, e até sem seu conhecimento.

Embora alvo de vivo debate teórico, a aplicação da Teoria do Mosaico ainda tem tímida aplicação na solução de questões práticas, notadamente aquelas submetidas ao crivo dos tribunais. Em janeiro de 2012 a Suprema Corte dos Estados Unidos enfrentou o primeiro debate cuja solução envolveu a Teoria do Mosaico. Em United States vs Jones a Corte entendeu que a utilização de um GPS no veículo do investigado ao longo de quatro semanas constituía uma busca, estando sob a proteção da Quarta Emenda. Embora não tenha sido tomado como razão de decidir, a Corte debateu que, a despeito dos deslocamentos ocorrerem em vias públicas, onde não havia expectativa de privacidade, a escala em que foi realizado o monitoramento demandava outra abordagem, considerando o que o conjunto de dados poderia revelar sobre a vida de uma pessoa (SUPREME COURT OF THE UNITED STATES, 2012, online).

O desenvolvimento de tais temas em julgamentos como o aqui apontado demonstra que a proteção constitucionalmente outorgada tem como efeito principal orientar a atuação do legislador ordinário, seja no sentido de torná-las efetivas ou para proibir atividade legislativa em sentido contrário. Formula-se, assim, uma norma geral de garantia, que também se desdobra no próprio texto constitucional para especificar direitos como a inviolabilidade do domicílio (art. 5º, inc. XI) e ao sigilo da correspondência, das comunicações telegráficas, telefônicas e de dados (art. 5º, inc. XII). Todas estas disposições se conjugam para criar "um espaço íntimo

intransponível” (MORAES, 2005, p. 47). Deve-se cuidar, ademais, que a Constituição, ao colocar a privacidade não apenas como direito tutelado, mas situa-la entre os chamados direitos fundamentais, elevou tal direito ao patamar mais elevado do sistema jurídico nacional, conferindo-lhe “reforçada proteção jurídica, sendo-lhe reservado um regime jurídico especial, até mesmo contra as demais normas constitucionais.” (CUNHA JUNIOR, 2009, p. 583).

Há de se considerar, contudo, que a natureza deste direito à privacidade não o retira da esfera de deliberação do titular, é dizer, embora encontre respaldo na Constituição para proteção da sua privacidade, é possível que o interessado admita a divulgação de certas informações. Como já foi assinalado:

Os direitos fundamentais não são suscetíveis de renúncia plena, mas podem ser objeto de autolimitações, que não esbarrem no núcleo essencial da dignidade da pessoa.

Nada impede que uma pessoa consinta em que se exponham as suas agruras durante um sequestro, ou por ocasião da morte de algum ente querido, dando entrevista a respeito, por exemplo. (MENDES et BRANCO, 2012, epub)

A diretiva que se estabelece para qualquer ação envolvendo privacidade, a partir de tal concepção, está assentada na necessidade de sua proteção, mas também na liberdade que têm as pessoas de gerir a própria privacidade. Fixada em balizas como estas, a atuação legislativa infraconstitucional deve ser construída em torno da proteção à privacidade, mas equilibrada de maneira que não venha a negar a liberdade que as pessoas têm de geri-la. Isto implica dizer também que a visão do sistema legal quanto à proteção da privacidade não pode desprezar aspectos concernentes à liberdade, na medida em que isto também foi objeto de consideração pelo legislador constitucional, sem deixar de considerar, porém, o cenário em que se desenvolvem estas questões, pois não se pode recusar que há escalas diferentes conforme se trate de relações privadas – e a natureza destas relações – ou aquelas envolvendo o Estado e o particular.

5.2 A NATUREZA DA RELAÇÃO E SUA FORMALIZAÇÃO

Embora seja indvidosa a proteção conferida à privacidade, a possibilidade de sobre ela se dispor, controlando o grau de acesso que terceiros possam ter àquilo que é considerado privado, suscita questionamentos acerca das circunstâncias em que estas disposições podem ser validamente elaboradas. Quando se trata da relação de usuários de aplicações de internet e os responsáveis por tais produtos e/ou serviços,

é importante que se estabeleça de saída a natureza de tal relação, identificando por conseguinte as diretrizes a que estaria submetida.

Torna-se relevante, portanto, questionar a relação mantida entre as empresas e seus usuários e, de forma mais enfática, a maneira como esta relação se estabelece e é conduzida no que se refere à proteção da privacidade, porquanto a possibilidade do próprio usuário estabelecer os limites e diretrizes para o acesso à informação ou mesmo conceder amplamente tal acesso não legitima, por si só, determinadas condutas, uma vez que essa anuênciam deve ser vista a partir de um quadro geral, pontuado por garantias de outra ordem, mas que têm por efeito estabelecer uma emissão da vontade válida.

A relação entre as empresas que fornecem aplicações de internet e os seus usuários é pautada por uma série de direitos e obrigações, firmadas a partir da mútua manifestação da vontade. Esta manifestação pode ser expressa, envolvendo uma afirmação ou mesmo tácita, extraída do ato de utilizar certos serviços ou programas. O que se tem de relevante, neste particular, é que por qualquer destas modalidades as manifestações são capazes de produzir efeitos, especialmente a formação de um vínculo jurídico entre as partes.

Muito embora estas obrigações e direitos não observem um modelo específico, previsto e definido em lei, podem ser reconhecidas como de natureza contratual, eis que presentes elementos outros, constitutivos deste tipo de vínculo, que não se sujeita à uma forma fechada, mas se desenvolve justamente nos espaços deixados pelas normas jurídicas à vontade das partes (MAMEDE, 2010, p. 3). É justamente neste espaço que se desenvolvem os contratos de forma livre, comumente denominados atípicos, que gozam do mesmo *status jurídico* daqueles denominados típicos no concernente à sua força obrigacional, porquanto se diferenciam apenas no fato dos primeiros oferecerem às partes a oportunidade de, observadas certas balizas, estabelecer o modelo contratual adequado à relação que entre elas se firma (DINIZ, 2005, p. 409), mesmo porque o próprio Código Civil admite expressamente esta contratação (art. 425).

É válido notar, entretanto, que embora esta atipicidade possa indicar um certo grau de flexibilidade na relação negocial, não importa necessariamente em formulação conjunta do vínculo, ou seja, inexiste na gênese destes contratos uma interação entre as vontades das partes, consubstanciada na prévia negociação sobre as condições

de um determinado contrato, como se via no modelo clássico, hoje praticamente fora de uso.

Modernamente, em especial nas relações que abrangem um público demasiado extenso, não há mais espaço para este tipo de negociação, sob pena de restar inviabilizado, técnica ou economicamente, o próprio processo de aquisição de bens e serviços. Não se pode conceber, por exemplo, que uma prestadora de serviços de telefonia móvel celular, cujas relações jurídicas abrangem uma base com milhões de clientes, negocie com cada um deles os termos da prestação de tais serviços. Em uma hipótese desta, o tempo para finalizar a contratação e os custos empregados na interação entre a empresa e os clientes acabariam por encarecer os serviços, podendo até mesmo torná-los inacessíveis a uma grande maioria.

Assim, a demanda por redução de custos e agilidade no estabelecimento das relações contratuais faz surgir uma forma de contrato onde o espaço para discussão dos termos é reduzido ou até mesmo inexistente. No primeiro caso, a uma das partes é facultada optar por categorias previamente estabelecidas pela outra dentro de um mesmo contrato. Fala-se, portanto, no modelo de contratação em que cabe a uma das partes estipular termos e condições do contrato, enquanto à outra resta aceitar tais termos ou não, sem possibilidade ou oportunidade de discussão desta ou daquela disposição específica. Trata-se de um modelo de contratação ajustado à época da produção em larga escala e do consumo em massa, como assinalado por Mamede (2010, p. 93):

A linha de produção em escala exige a padronização dos procedimentos de indústria, a incluir rotinas que tendam à invariabilidade, inclusive para prestação de serviços. Essa superprodução de bens e serviços não poderia afunilar-se em procedimentos de negociação caso a caso; a produção em massa, por certo, implica em distribuição em massa, vale dizer escoamento dos bens e da oferta de serviços em ritmo compatível com a produção.

A sistemática adotada, na qual o interessado simplesmente adere aos termos previamente estabelecidas pelo outro contratante acabou por fixar a denominação de tais contratos, ditos “de adesão”, sobressaindo a impossibilidade de discussão das cláusulas contratuais pelas partes (MELO, p. 3). Estes aspectos integram a definição constante do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

Identifica-se, neste ponto, o contraste com a visão clássica sobre o contrato como um acordo de vontades criador de uma lei entre as partes. Esta concepção está assentada na autonomia da vontade que, por sua vez, deriva de três premissas básicas, quais sejam liberdade para contratar, liberdade para escolher com quem contratar e liberdade para estipular os termos do contrato (COELHO, 2012, epub).

Um aspecto digno de nota quando se tem sob foco a relação entre empresas fornecedoras e usuários de aplicações da internet tem a ver com a maneira como este vínculo se forma, eis que dispensa a presença física dos contratantes, como também a utilização de documentos físicos. O vínculo se forma mediante comunicação telemática, realizada via de regra entre o usuário e o sistema da empresa, inexistindo a participação direta de qualquer preposto desta, no que se firma um contrato eletrônico entre estas partes.

A despeito do termo "contrato eletrônico", que é de utilização mais corrente, poder levar à compreensão de que se estaria diante de uma nova modalidade contratual, colocada ao lado daqueles contratos legalmente tipificados, esta conclusão seria equivocada, uma vez que a expressão largamente utilizada para referir aqueles contratos firmados através de dispositivos eletrônicos, vista com precisão, não se refere à substância do negócio jurídico, mas à forma e o meio através dos quais é aperfeiçoado o vínculo entre as partes.

De fato, já foi ressaltado neste trabalho o papel que os dispositivos eletrônicos passaram a desempenhar em variados aspectos das relações humanas, desenhando um cenário em que a formulação de contratos através de tais dispositivos não chega a se constituir qualquer novidade, notadamente por ser, na maior parte dos casos, condição indispensável ao estabelecimento destas relações, eis que inerentes à fruição de produtos ou serviços. Por outro lado, a própria formatação atual dos contratos como de adesão facilita a sua inserção em sistemas computacionais, ostentando uma complexidade muito aquém daquela em que tais sistemas podem atualmente trabalhar.

Estabelece-se, desta maneira, uma forma de contratação na qual o consentimento, a manifestação volitiva é realizada através de dispositivos eletrônicos e, na maioria das vezes, utiliza a Internet para troca de dados e informações constituintes do contrato que, em sua substância, pode ser típico, como o de compra e venda, ou atípico, como já foi dito dos serviços aqui enfocados.

Verifica-se, desse modo, que o termo “eletrônico” é referência não à substância da avença, mas ao meio onde se dá a formação do negócio que traz consigo algumas peculiaridades, dentre as quais Mulholland (2006, p. 86) destaca a utilização de meios eletrônicos na formação do negócio e a interatividade, identificada na dispensa da presença imediata das partes na contratação. Leal (2007, p. 79), ao tempo que esclarece o alcance da expressão, oferece o seguinte conceito de contrato eletrônico:

Eletrônico é o meio utilizado pelas partes para formalizar o contrato. Assim, pode-se entender por contrato eletrônico aquele em que o computador é utilizado como meio de manifestação e de instrumentalização da vontade das partes.

Aspecto dos mais relevantes quando se fala em mediação por dispositivos eletrônicos tem a ver com a automação, o uso de rotinas que dispensam a intervenção direta das partes na finalização do contrato, seja por uma ou por ambas as partes.

A utilização de recursos informáticos desta natureza já foi interpretada como uma manifestação volitiva emitida pela máquina e não pelas partes, o que efetivamente não ocorre. Na utilização da automação, a manifestação da vontade que estipula os termos do contrato continua a existir, ela só não é imediata, não é manifestada no momento da contratação, mas anteriormente, justamente quando se estabelece a rotina que vai guiar o procedimento de contratação, daí se afirmar a responsabilidade daquele concebe e utiliza o sistema (LORENZETTI, 2008, p. 558).

Tomando em consideração este aspecto, Boiago Junior (2005, p. 88) classifica os contratos eletrônicos em três espécies, definindo-os como intersistêmicos, interpessoais e interativos. Na primeira categoria, segundo o autor, estariam aqueles negócios elaborados mediante troca de dados por sistemas eletrônico, sem intervenção humana direta. Os contratos interpessoais seriam aqueles firmados diretamente por duas pessoas utilizando dispositivos eletrônicos. Interessa sobremaneira ao presente trabalho os chamados interativos, eis que neste caso, como esclarece o autor:

Deve existir um sistema eletrônico vinculado aos computadores, previamente programado, para ofertar produtos e serviços, colocando-os à disposição dos internautas, tendo como consequência e de maneira simultânea, o receptor da oferta do produto ou da prestação do serviço interagido com o computador do proponente. Esses tipos de contratações provêm da construção de uma comunicação efetivada entre uma pessoa e um sistema de programa de computador, previamente colocado à disposição do público. (p. 92)

Questão relevante quando o tema é contratação eletrônica interativa diz respeito à forma de manifestação da vontade. É que a anuênciam neste tipo de contratação é de regra manifestada mediante apenas um clique, daí a automação permitir que esta já venha previamente configurada, levando a parte aderente a contratar sem sequer se dar conta do ato que está praticando. Este modelo, denominado *opt-out*, foi largamente utilizado, mas sofreu variadas críticas na Comunidade Europeia e mesmo nos Estados Unidos, daí prevalecer atualmente a opção que demanda a ação do usuário, clicando em um determinado campo com vista aceitar a contratação (modelo *opt-in*). Aspectos relevantes quanto a este tipo de procedimento na proteção dos usuários serão debatidos mais adiante, quando da análise das contratações.

Fazer referência a esta forma de contratação se torna relevante quando se percebe ter ela influência sobre a manifestação da vontade do usuário, que se vê lançado em um modelo contratual onde a palavra escrita, mais veemente estipulação de direitos e obrigação, é substituída por outro tipo de mensagem, além de se ter do outro lado uma máquina analítica cuja agilidade e precisão aprofundam ainda mais a situação de desvantagem daquele, conforme sintetizou Marques (2005, p. 113)

Assim, entrando no mundo virtual dos *sites* (imagens), o caminho é repleto de imagens (e linguagens), e um simples tocar no teclado significa aceitação; um simples continuar um caminho virtual de imagens, de sons e de mínimas palavras significa uma declaração de vontade tácita; um simples continuar no *site*, em silêncio, abrindo *wraps* sem protestar ou cortar a conexão, pode significar um determinado tipo de contratação ou declaração negativa ou positiva.

É possível identificar, portanto, a existência de uma relação obrigacional entre usuários e fornecedores de serviços, ostentando tal relação uma natureza contratual. Estes contratos não encontram forma previamente definida e regulada em lei, inserindo-se dentre aqueles denominados atípicos, além de terem na formação do vínculo um procedimento típico de adesão, através dos quais há estipulação dos termos por uma das partes, na hipótese os fornecedores de serviços, ao passo que à outra parte cabe simplesmente aderir ou não àquilo que lhe é apresentado. Além de utilizar contratos padrões, a contratação é realizada utilizando contratos eletrônicos interativos, modalidade automatizada, na qual o usuário interage apenas com o

sistema previamente programado do fornecedor, afirmando a sua aceitação mediante simples clique do mouse.

Muito embora esta forma de contratação não traduza, por si só, qualquer ilegalidade, firmando-se como um instrumento adequado ao momento econômico e social, é inegável que as circunstâncias em que ela se opera podem dar lugar a abusos da parte que estabelece as condições e disponibiliza o contrato, que é geralmente aquela que se encontra em uma situação de superioridade econômica ou técnica. É de se considerar, no entanto, que esta posição de superioridade, que confere à parte o direito de estipular unilateralmente as condições do contrato não pode servir como instrumento de exploração desmedida da parte mais fraca, uma vez que existe aí um uso antissocial do instituto.

Tomada a concepção clássica da autonomia da vontade, não foi apenas com os contratos de adesão que houve uma redução no seu âmbito, justamente para adequar o instrumento aos modernos postulados de solidariedade e justiça, também se busca evitar que o contrato sirva de instrumento para viabilizar situações contrárias àqueles, é dizer, à parte estipulante não é dado utilizar sua posição mais privilegiada para aferir ganhos exagerados em detrimento da parte mais fraca. O contrato, instituto clássico de direito, não pode servir como instrumento para negar os seus postulados mais importantes.

Impõe-se, desse modo, estabelecer diretrizes para adequação do contrato a tais princípios, mas uma vez limitando a vontade da parte, desta feita o estipulante. A partir desta percepção, as mudanças e suas repercussões são profundas, daí, como lembra Tartuce (2014, epub), haver quem anuncie a crise e morte do contrato. O próprio autor, no entanto, sustenta que a crise não significa o caminho da extinção, mas da reformulação do instituto, que apenas renasce, moldado à realidade social e valores contemporâneos, quando se passa a reconhecer que a autonomia da vontade, postulado máximo do contrato, há de ser relativizada em nome do ideal de justiça que deve guiar todo e qualquer instituto jurídico. A autonomia da vontade, cristalizada nas disposições do Código Civil francês (1804), passou a ser interpretada à luz de outros valores. Como assinala Hironaka (2006, online) ao contrastar os dois momentos:

Não havia como prosperar indefinidamente, uma visão assim fanática e tão apertada em seus próprios limites. Por isso, opôs-se o tempo de revisão do velho espírito revolucionário, dentro dos melhores limites da democracia e da justiça, dos rumores de superação dos ideais napoleônicos, para enfrentar a substituição de normas simplesmente

supletórias por normas superiormente imperativas, na regulação dos contratos, de modo a se restringir a liberdade contratual (não a liberdade de contratar), pela adição de *normas de ordem pública*. Limitando-se a liberdade contratual, buscou-se impedir a opressão do fraco pelo forte, do tolo pelo esperto, do pobre pelo rico.

Fala-se, deste modo, em liberdade para contratar, mas exercida dentro de parâmetros socialmente relevantes. O contrato deixa de ser visto como um instrumento jurídico afeto exclusivamente ao âmbito negocial das partes, passando a observar balizas destinadas a concretizar o ideal de justiça em que está assentado o próprio sistema jurídico.

A legislação passou a veicular disposições que traduzem estes princípios, inicialmente em microssistemas, como ocorre com o Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/90) e o Código Civil (Lei n. 10.406/02), que encerra normas gerais sobre contratação. Estas disposições inauguram um novo sistema contratual, construído em torno da sua finalidade social (BOULOS, 2003, p. 131), além de estar baseado em cláusulas e princípios gerais que conduzem à concepção de uma relação em que se sobressai o espírito de parceria, dita “equilibrada e equitativa, considerando até ideais de fraternidade e justiça” (WALD, 2003, p. 69). Define-se, assim, um novo instrumento, como descrito por Godoy (2009, p. 136), para quem

Importa é considerar que o contrato em hipótese alguma pode ser considerado indiferente à sociedade em cujo seio se insere. A nova teoria contratual impõe se comprehenda como voltado à promoção de valores sociais e, mais, impõe se comprehenda sua interferência na esfera alheia.

Existe, portanto, uma relação contratual entre as partes, instrumentalizada via de regra através de um contrato de adesão no formato eletrônico. Esta contratação deve considerar, no entanto, princípios de boa-fé e lealdade, é dizer, não pode o contrato ser utilizado pelas empresas para obtenção de vantagens exageradas pelo proponente em desfavor do aderente. Estas balizas principiológicas servem para interpretação e integração da vontade das partes em temas envolvendo tal tipo de contratação. Contudo, não se pode dispensar a investigação quanto às normas positivadas, incidentes sobre esta relação, notadamente aquelas que deferem proteção aos usuários quanto à anuênciam manifestada nos termos de adesão.

5.3 MARCO CIVIL DA INTERNET

A Lei n. 12.965/2014 “Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil”, sendo aprovada e sancionada na esteira das denúncias sobre a espionagem em massa realizada pelos Estados Unidos da América e foi tornada pública por denúncia de um contratado da Agência Nacional de Segurança (NSA, em inglês). O cenário que se formou com as referidas denúncias fez com que o processo legislativo fosse agilizado, mas a elaboração do texto legal, conforme explicitado pelo Ministério da Justiça, remonta ao ano de 2009, através de uma parceria com Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas.

Muito embora a elaboração do texto inicial tenha ficado a cargo do Ministério, foi utilizada uma plataforma colaborativa para promover a participação do público, estabelecendo-se um debate ao longo de sete meses, que contou com mais de 2000 contribuições. Esta ampla participação, no entanto, não isentou o texto final de variadas críticas, especialmente no que concerne à neutralidade da rede e o armazenamento dos dados de conexão.

No que se refere precisamente à tutela da privacidade, a Lei traz várias disposições protetivas, mantendo, no entanto, a regra geral acerca do controle do usuário sobre os seus dados (CARVALHO, 2014, epub). A primeira disposição digna de nota diz respeito à previsão da proteção da privacidade e dos dados pessoais como um dos princípios (art. 3º, inc. II e III). Válido notar que entre os princípios também foi inserido o da “liberdade dos modelos de negócios promovidos na internet”, mas com a ressalva: “desde que não conflitem com os demais princípios estabelecidos nesta Lei” (art. 3º, inc. VIII).

Ao tratar dos direitos e garantias dos usuários, no seu Capítulo II, o Marco Civil da Internet não apenas elenca entre eles as garantias de gênese constitucional (art. 7º, inc. I a III), mas traz disposições específicas quanto ao acesso, utilização e compartilhamento dos dados dos usuários. Destacam-se, neste particular, as disposições constantes dos incisos VI a XI, do art. 7º, que estipulam os seguintes direitos dos usuários:

VI - informações claras e completas constantes dos contratos de prestação de serviços, com detalhamento sobre o regime de proteção aos registros de conexão e aos registros de acesso a aplicações de internet, bem como sobre práticas de gerenciamento da rede que possam afetar sua qualidade;

VII - não fornecimento a terceiros de seus dados pessoais, inclusive registros de conexão, e de acesso a aplicações de internet, salvo mediante consentimento livre, expresso e informado ou nas hipóteses previstas em lei;

VIII - informações claras e completas sobre coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de seus dados pessoais, que somente poderão ser utilizados para finalidades que:

- a) justifiquem sua coleta;
- b) não sejam vedadas pela legislação; e
- c) estejam especificadas nos contratos de prestação de serviços ou em termos de uso de aplicações de internet;

IX - consentimento expresso sobre coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, que deverá ocorrer de forma destacada das demais cláusulas contratuais;

X - exclusão definitiva dos dados pessoais que tiver fornecido a determinada aplicação de internet, a seu requerimento, ao término da relação entre as partes, ressalvadas as hipóteses de guarda obrigatória de registros previstas nesta Lei;

XI - publicidade e clareza de eventuais políticas de uso dos provedores de conexão à internet e de aplicações de internet;

Fazendo referência ao princípio da proteção da privacidade e intimidade (art. 10), mais adiante, são estabelecidos alguns mecanismos legais para tornar efetivos estes direitos, como ocorre com a proibição, dirigidas aos provedores de conexão, de guarda dos registrados de acesso a aplicações de internet (art. 14) e a de que os provedores de aplicações guardem registro de acesso a outras aplicações, salvo consentimento prévio, manifestado nos moldes estipulados no art. 7º (art. 16, inc. I). As diretrizes estabelecidas oferecem considerável proteção, calcadas em três vetores principais:

a) **Restrições à coleta dos dados pessoais.** Embora não se proíba a coleta dos dados pessoais, são estipuladas restrições relativas à necessidade do consentimento prévio e, mesmo diante deste consentimento, a coleta deve se enquadrar em padrões de razoabilidade, ou seja, não pode ser indiscriminada;

b) **Restrições ao compartilhamento.** O compartilhamento dos dados pessoais só poderá ser realizado mediante consentimento prévio do usuário.

c) **Consentimento informado.** Não é suficiente que o usuário manifeste o consentimento, é necessário que este seja livre e devidamente informado, ou seja, diante de informações claras e precisas acerca do uso de tais dados;

Ao estabelecer a restrição como regra e ponto de partida, o Marco Civil não proíbe que se proceda diferentemente, mas exige a autorização do usuário para que assim se faça. Trata-se de uma diretriz que tenta oferecer certo nível de proteção, colocando a gestão dos dados pessoais sob o controle deste, de quem se exige anuênciam para coleta, processamento, como também para compartilhar informações de tal natureza com terceiros.

Todavia, este procedimento resulta em outros problemas que devem ser enfrentados, uma vez que as pessoas, em sua maioria, não conseguem exercer este controle adequadamente. Solove (2013, online) anota que a qualidade das decisões tomadas pelas pessoas quanto à gestão da própria privacidade são comumente encaradas como o baixo valor que atribuem a esta. Todavia, ressalta o autor, variadas pesquisas demonstram ser a privacidade, de uma maneira geral, considerada muito importante. Desse modo, o autor identifica que a incoerência entre o valor que as pessoas dão à privacidade e as decisões que tomam quanto a ela está baseada nos problemas relacionados ao processo de tomada de decisão, especialmente no que diz respeito às informações que são recebidas e como são processadas.

Assim, muito embora o Marco Civil exija a anuência e que esta seja manifestada diante de informações claras e precisas, questões ligadas à obtenção da autorização devem ser encontradas em regimes jurídicos diversos, aplicáveis à relação mantida entre usuário e empresas que fornecem tais aplicações.

5.4 CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Quando se faz referência ao Código de Defesa do Consumidor a primeira questão que merece ser enfrentada diz respeito à sua incidência nas relações aqui tratadas.⁴

Nada obstante existam peculiaridades – notadamente a gratuidade -, é possível sustentar ser de consumo a relação estabelecida entre as empresas que fornecem tais serviços e os usuários que a eles aderem, eis que abrangidos os seus integrantes pelas definições dos art. 2º e 3º, ambos da Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor.

Existe entre as partes, de igual modo, uma prestação de serviços, tal como descrita na mesma Lei (art. 3º, §2º), valendo considerar que o fato de alguns dos

⁴ Considerando a caráter protetivo do Código de Defesa do Consumidor não é raro que empresas, especialmente aquelas que já se sujeitam a regimes jurídicos específicos, tentarem se colocar fora do seu âmbito de incidência. Um dos casos de maior repercussão ocorreu com as instituições financeiras que, através da Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2591/DF pediram que o Supremo Tribunal Federal reconhecesse a inaplicabilidade do CDC ao sistema financeiro. A ação foi julgada em 2006, tendo o STF afirmado que “**As instituições financeiras estão, todas elas, alcançadas pela incidência das normas veiculadas pelo Código de Defesa do Consumidor.**” (Rel. p/ Ac. Min. Eros Grau)

serviços não serem diretamente remunerados pelo consumidor não descaracteriza a relação mantida. A referência à remuneração pelo legislador tem como objetivo excluir do âmbito do Código de Defesa do Consumidor relações baseadas em filantropia, ou seja, aquelas em que não há qualquer forma de remuneração, tendo na sua base convicções espirituais ou filosóficas.

Entretanto, como já foi tratado neste trabalho, a alegada gratuidade sequer pode ser efetivamente reconhecida, uma vez que os serviços são fornecidos em troca dos dados dos usuários, procedimento este que é estabelecido no interesse das empresas, que utilizam tais dados para desenvolver outras atividades, remuneradas e as mais rentáveis. Mais acertado seria falar, em um cenário destes, em remuneração indireta, que não serve para descharacterizar a relação de consumo, como decidiu o Superior de Justiça (REsp. 566.468, Rel. Min. Jorge Scartezzini, 2004). É de se considerar, ademais, que o Código equipara a consumidor “a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo” (art. 2º, parágrafo único). Podestá (2005, p. 170):

Pela delimitação de nosso assunto, evidentemente ganha interesse a questão do usuário da “*Internet*” que celebra com determinado provedor um vínculo envolvendo certa prestação de serviço, na maioria das vezes, prestação de informações, acesso a correio eletrônico, bate papo (“*chat*”) entre outros, ou mesmo o mero usuário que sem celebrar qualquer contrato esteja exposto às práticas ditadas no mercado de consumo dentro do espaço virtual (o consumidor por equiparação). Não há como negar que a disciplina legal dos contratos celebrados no espaço virtual submete-se às disposições do Código de Defesa do Consumidor diante da configuração de todos os elementos referidos e, na espécie, identifica-se nítida obrigação de fazer decorrente dos tipos de serviços prestados envolvendo de forma genérica o fato.

Tomando como premissa inicial a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor às relações aqui tratadas, uma análise do texto da lei vai demonstrar que houve uma notável preocupação, no que se refere às relações de consumo, com o aspecto informacional. Trata-se de uma diretriz traçada pela Organização das Nações Unidas através da sua Resolução n. 39/248, de 16 de abril de 1985, que tem como tema a proteção do consumidor. Ali se estabelece como um dos princípios o “acesso dos consumidores a uma informação adequada que lhes permita realizar escolhas de acordo com as suas necessidades e desejos”. Conforme consta da exposição de motivos do Código de Defesa do Consumidor, esta diretriz foi incorporada ao texto

(BRASIL, 1989, P. 1663). Sobre a questão da informação no CDC, Marques aponta ser esta diretamente vinculada ao princípio da boa-fé e necessária para diminuir a assimetria naturalmente decorrente das posições de fornecedor e consumidor. Nas suas palavras:

Nas relações entre leigos e *experts*, consumidores e fornecedores, um dos agentes econômicos detém a informação, sabe algo, e pode comunicar este algo para o outro ou omitir, pode fazê-lo de boa-fé e lealmente, informando de forma completa, suficiente e adequada, informando sobre os riscos, os perigos, os efeitos, as chances e tudo o mais que for essencial para exercitar o seu direito de escolha. (2006, p. 772)

Nesse particular, é notável que três dos dez incisos que tratam dos direitos básicos do consumidor (art. 6º) envolvam, de alguma maneira, o aspecto informacional, seja para falar da “educação e divulgação sobre o consumo adequado” (inc. II) ou para tratar da publicidade enganosa e abusiva (inc. IV) ou para, de forma direta e precisa estabelecer que um deles é o direito à “informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;” (inc. III).

Do fornecedor é exigida, ainda, informação ostensiva e adequada acerca dos possíveis riscos que um produto ofereça à saúde e à segurança (art. 9º), estabelecendo também a Lei uma linha de responsabilidade por danos decorrentes de “informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.” (art. 12). Há preocupação, ainda, com a identificação do fabricante de produtos (art. 13, inc. I e II) e com a disparidade eventualmente existente entre o que é informado e as qualidades que o produto efetivamente ostenta (art. 18), como também pela discrepância entre estas e a mensagem publicitária (art. 20).

Esta preocupação com informar bem o público consumidor (FILOMENO et al, 2001, p. 125) na verdade percorre todo o corpo do texto legal, mas é vista com mais ênfase – e também no que aqui interessa – quando se trata do estabelecimento do vínculo entre fornecedor e consumidor, tanto que o Código se ocupou não apenas com o contrato, mas com a sua formação e execução, é dizer, a regulamentação vai além daquilo que está expresso no contrato, ela atenta para os atos que levam à contratação (publicidade e oferta) e com a execução, ou seja, o desenvolvimento da relação jurídica ali formalizada.

5.4.1 Fase Pré-Contratual

As mudanças sociais que impuseram a revisão da teoria contratual, com o surgimento dos contratos de adesão, estabeleceram também a percepção de que, muito embora formalizado em um dado instante, o vínculo entre as partes começa a se formar em momentos anteriores. Em uma época em que a publicidade se aperfeiçoou e a contratação à distância se tornou uma prática corrente, surge a necessidade de dar um tratamento jurídico adequado às questões daí surgidas, especialmente quando estão envolvidas relações de consumo, cuja característica mais marcante é a hipossuficiência de uma delas.

Ganham relevância, desse modo, aquelas informações que o fornecedor emite antes da contratação propriamente dita, mas que são fundamentais para influenciar a vontade do consumidor, fazendo-o decidir por determinado produto ou serviço. Em um novo cenário, pontuado pela boa-fé e o equilíbrio contratuais, aquilo que se promete é tão relevante quanto aquilo que se contrata, daí por que o Código de Defesa do Consumidor traz em seu texto previsões expressas quanto às informações veiculadas na fase que antecede a contratação, seja através da oferta ou mediante anúncios publicitários.

A preocupação com as informações previamente fornecidas ao consumidor é destacada no art. 31, exigindo que a oferta assegure que estas são “corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa”, enquanto que da publicidade se exige base técnica e fática para mensagem divulgada (art. 36), considerando-se enganosa “qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir a erro o consumidor” sobre variados aspectos do produto ou serviço. Entende-se que a publicidade de hoje não tem mais o caráter informativo que outrora ostentava, mas, ao revés, costuma ser um contraponto à informação, na medida em que não mais trata de características objetivas deste, cuidando de apelar para as emoções do consumidor (PASQUALOTTO, 1997, p. 92). É importante observar que o grau de sofisticação alcançado, com o desenvolvimento de técnicas capazes de influenciar a vontade do consumidor sem sequer ser percebida, levou o Legislador a se preocupar até mesmo com tal aspecto, daí haver determinado que “A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal” (art. 36).

O que se extrai, portanto, é a obrigação daquele que disponibiliza produto ou serviço em fornecer, já fase anterior à contratação, informações adequadas, dever que guiará não apenas a oferta, mas também a publicidade, é dizer, a ação de convencer o consumidor não pode se afastar do imperativo da boa-fé, lealdade e transparência.

5.4.2 Fase Contratual

A preocupação com a informação no contrato fica bem sintetizada já no dispositivo que abre o Capítulo VI, dedicado à proteção contratual. Ali fica positivado que os contratos de consumo não obrigarão os consumidores se estes não tiverem oportunidade de tomar conhecimento prévio do seu conteúdo ou se, mesmo sendo concedida tal oportunidade, “os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.” (art. 46).

A atenção do legislador se volta, portanto, não apenas para aquela contratação realizada às escuras, sem que o consumidor saiba exatamente quais são as suas obrigações e direitos decorrentes do instrumento ao qual está aderindo. A preocupação tem por foco também aquela informação que, embora prestada, não atende aos requisitos de clareza e precisão, ou seja, que sejam disponibilizadas, mas de tal forma que impossibilitem a compreensão do consumidor. Como adverte Nery Junior (2001, p. 485):

Dar oportunidade de tomar conhecimento do conteúdo do contrato não significa dizer para o consumidor ler as cláusulas do contrato de comum acordo ou as cláusulas contratuais gerais do futuro contrato de adesão. Significa, isto sim, fazer com que tome conhecimento efetivo do conteúdo do contrato. Não satisfaz a regra do artigo sob análise a mera cognoscibilidade das bases do contrato, pois o sentido teleológico e finalístico da norma indica dever do fornecedor dar efetivo conhecimento ao consumidor de todos os direitos e deveres que decorrerão do contrato, especialmente sobre as cláusulas restritivas de direito do consumidor, que, aliás, deverão vir em destaque nos formulários de contrato de adesão (art. 54, §4º, CDC).

Efetivamente, o Código de Defesa do Consumidor não se preocupa apenas com a existência ou mesmo disponibilidade da informação. A preocupação que guia a redação dos seus dispositivos é a efetiva assimilação desta pelo consumidor hipossuficiente, daí o texto tratar da forma como ela deve ser disposta, dos destaque às restrições e chegar mesmo à minúcia de definir o tamanho mínimo do texto que deve ser apresentado (art. 54, §3º).

5.5 A EXPERIÊNCIA EUROPEIA

Muito embora o Brasil tenha avançado na proteção da privacidade, especialmente após a entrada em vigor do Marco Civil da Internet, há ainda diversas lacunas que demandam atenção, seja para melhorar as diretrizes postas nas normas existentes, seja para criar mecanismos mais eficazes de proteção. Nesse particular, o tratamento dado pela União Europeia ao assunto é um dos mais completos, como também um dos mais rigorosos no que se refere à proteção da privacidade. Isto se inicia desde a Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, que confere proteção à vida privada, incluindo as comunicações (art. 7º), mas vai mais além, tratando da “proteção de dados pessoais” (art. 8º), nos seguintes termos:

1. Todas as pessoas têm direito à proteção dos dados de carácter pessoal que lhes digam respeito.
2. Esses dados devem ser objeto de um tratamento leal, para fins específicos e com o consentimento da pessoa interessada ou com outro fundamento legítimo previsto por lei. Todas as pessoas têm o direito de aceder aos dados coligidos que lhes digam respeito e de obter a respectiva retificação.
3. O cumprimento destas regras fica sujeito a fiscalização por parte de uma autoridade independente.

A disposição não apenas assegura a proteção aos dados pessoais (item 1), desdobramento do direito à privacidade, mas estabelece os princípios que devem reger o tratamento destes dados (item 2) e prevê a existência de uma entidade capaz de exercer a fiscalização sobre a observância de tais princípios. Estas disposições são complementadas por aquelas constantes da Diretiva 95/46/CE, que estabelece definições relevantes sobre o tratamento de dados pessoais (artigo 2º), além de traçar os princípios que regulam tal atividade, destacando-se entre eles a criação de restrições ao livre uso e manipulação dos dados obtidos e a exigência de consentimento, definida pelo próprio normativo como “qualquer manifestação de vontade, livre, específica e informada, pela qual a pessoa em causa aceita que dados pessoais que lhe dizem respeito sejam objecto de tratamento.” Há previsão expressa de informação ao interessado (pessoa em causa) acerca da coleta dos dados e outros aspectos relevantes:

Artigo 10º

Os Estados-membros estabelecerão que o responsável pelo tratamento ou o seu representante deve fornecer à pessoa em causa junto da qual recolha dados que lhe digam respeito, pelo menos as seguintes informações, salvo se a pessoa já delas tiver conhecimento:

- a) Identidade do responsável pelo tratamento e, eventualmente, do seu representante;
- b) Finalidades do tratamento a que os dados se destinam;
- c) Outras informações, tais como:
 - os destinatários ou categorias de destinatários dos dados,
 - o carácter obrigatório ou facultativo da resposta, bem como as possíveis consequências se não responder,
 - a existência do direito de acesso aos dados que lhe digam respeito e do direito de os rectificar, desde que sejam necessárias, tendo em conta as circunstâncias específicas da recolha dos dados, para garantir à pessoa em causa um tratamento leal dos mesmos.

A norma se apresenta muito mais amadurecida que a legislação brasileira, ainda tímida no que se refere ao tratamento dos dados e também carente de determinadas definições, expostas na diretiva europeia. Nada obstante, desde 2007 tem curso um processo de modificação da norma, motivado entre outras coisas pela necessidade de sua atualização frente às novas tecnologias (MARTINEZ e PARDILLO, 2012, epub). É o que ocorre, por exemplo, com a questão da chamada “anonimização” dos dados. A Diretiva considera dado pessoal a informação relativa a uma determinada pessoa identificada ou identificável, neste último caso, direta ou indiretamente. A partir de tal perspectiva, as informações se tornariam anônimas mediante a remoção dos traços identificadores, habilitando os dados para uso estatístico.

A questão, no entanto, é que o volume de dados hoje existente e a capacidade de processá-los e combina-los torna impossível realizar um procedimento desta natureza que seja verdadeiramente eficaz, salvo se for comprometido o valor dos próprios dados (OHM, 2010, online). Isto foi concretamente demonstrado em pelo menos dois episódios envolvendo as empresas America on Line e a Netflix. Ambas disponibilizaram extensas bases de dados que teriam sido tornados anônimos, mas que na verdade permitiram ou permitiriam a identificação de determinadas pessoas. No caso da AOL isto se deu a partir dos dados envolvendo cerca de 20 milhões de buscas e permitiram identificar pelo menos uma pessoa (NEW YORK TIMES, 2006, online), enquanto que a Netflix chegou a enfrentar um processo judicial pela divulgação de uma base contendo quase meio milhão de classificações dos seus clientes, que teriam sido tornados anônimos, mas que acabavam possibilitando a identificação (WIRED, 2009, online).

É digno de nota que a Diretiva europeia, muito embora outorgue aos usuários a possibilidade de dispor sobre os seus dados pessoais, institui entidades competentes para exercer fiscalização sobre as práticas utilizadas, como ocorre com a Autoridade

de Controle (Artigo 28) e o Grupo de protecção das pessoas no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais (Artigo 29). É de se considerar, em tal caso, que mesmo o nível cultural elevado, constatado na média da população europeia, não é garantia, por si só, de que possa lidar com as informações recebidas e com isto tomar as decisões mais adequadas quanto aos seus dados pessoais.

6. INFORMAÇÃO E PRIVACIDADE NOS TERMOS DE USO

A partir das disposições legais pertinentes à relação entre usuários e empresas que exploram aplicações de internet, buscou-se estabelecer quais seriam as diretrizes legais em vigor que resguardariam o direito à informação dos primeiros, habilitando-os a tomar decisões adequadas quanto à proteção da própria privacidade. É possível afirmar, à vista do que está disposto nos marcos legais citados, que este direito à informação envolve vários aspectos, que podem ser agrupados em duas vertentes principais, conforme envolvam a disponibilidade da informação e a qualidade desta.

A disponibilidade diz respeito ao fato da informação sobre a coleta e processamento dos dados estar previamente disponível para o usuário, como estão distribuídas estas informações, as circunstâncias da alteração dos termos e também a existência de um histórico das mudanças. Na parte pertinente à qualidade da informação, questionam-se basicamente se são observados vários aspectos relevantes, quais sejam:

- Os dados que serão coletados e armazenados;
- a finalidade da coleta e do processamento destes dados;
- se os dados serão compartilhados com terceiros e quem são estes;
- as condições para compartilhamento de dados com o governo;
- o tempo em que os dados permanecerão armazenados;
- o destino dos dados no caso de ruptura do vínculo;

Não basta, entretanto, que estas informações existam, é necessário que elas sejam compreensíveis aos usuários, utilizando-se nesta avaliação não apenas as expressões constantes do Código de Defesa do Consumidor e do Marco Civil da Internet, mas também da Lei n. 12.414/2011, que “disciplina a formação e consulta a bancos de dados com informações de adimplemento, de pessoas naturais ou de pessoas jurídicas, para formação de histórico de crédito”. Referida lei exige que as informações constantes dos bancos de dados sejam “objetivas, claras, verdadeiras e de fácil compreensão” (art. 3º, §1º), disposição análoga àquela existente no Código de Defesa do Consumidor (art. 43, §1º), muito embora a Lei aqui mencionada (Lei n. 12.414/2011) vá mais além e defina logo em seguida o que seriam estes atributos:

§ 2º Para os fins do disposto no §1º, consideram-se informações:

- I - objetivas: aquelas descritivas dos fatos e que não envolvam juízo de valor;
- II - claras: aquelas que possibilitem o imediato entendimento do cadastrado independentemente de remissão a anexos, fórmulas, siglas, símbolos, termos técnicos ou nomenclatura específica;
- III - verdadeiras: aquelas exatas, completas e sujeitas à comprovação nos termos desta Lei; e
- IV - de fácil compreensão: aquelas em sentido comum que assegurem ao cadastrado o pleno conhecimento do conteúdo, do sentido e do alcance dos dados sobre ele anotados.

Os termos analisados foram acessados via web no dia 12 de dezembro de 2014 e compõem o Anexo I deste trabalho. É importante observar que algumas empresas utilizam documentos distintos para dispor sobre as condições gerais de uso e sobre a política de privacidade, significando dizer que o maior ou menor número de páginas pode decorrer deste fato. No quadro abaixo (quadro 2) estão relacionados os documentos pesquisados e se eles se referem especificamente à privacidade ou são gerais, incluindo privacidade.

Quadro 2 – Abrangência dos termos de uso e número de páginas

ÁREA	SERVIÇO/ APLICAÇÃO	NÚMERO DE PÁGINAS	SERVIÇO/ PRIVACIDADE
Busca	Google	09	Privacidade
	Bing	11	Privacidade
Rede Social	Facebook	07	Privacidade
	Twitter	06	Privacidade
Web Mail	Outlook	09	Privacidade
	Yahoo Mail	03	Privacidade
Nuvem (armaz.)	Dropbox	02	Privacidade
	iCloud	07	Privacidade
Mensagem Instantânea	WhatsApp	12	Serviço
	Viber	04	Privacidade

Fonte: Elaborado pelo autor

Foge ao escopo deste trabalho verificar a encontrabilidade (findability) da informação, daí por que foram utilizados apenas os termos acessados a partir do primeiro link existente, não havendo aprofundamento da navegação para páginas secundárias e assim por diante. Não quer isto dizer, contudo, que aspectos desta natureza não sejam destacados, uma vez que, conforme já foi apontado, exige-se que a informação seja ostensiva.

Considerando que muitos links são inseridos em textos, destacados apenas pela cor, quando houver a transcrição destes textos será utilizado o formato *italico* para destacá-los.

6.1 DISPONIBILIDADE DA INFORMAÇÃO

O primeiro aspecto verificado quanto à disponibilidade da informação diz respeito à possibilidade de acessar os termos de serviço ou privacidade previamente, ou seja, antes da adesão ao serviço ou sua simples utilização. Em todos serviços avaliados havia, na página de adesão ou uso, link disponível para acesso aos termos de uso e privacidade.

Um dos aspectos que foi destacado neste trabalho, no entanto, diz respeito ao fato dos usuários muitas vezes sequer tomarem conhecimento acerca da existência de tais termos, o que leva ao questionamento sobre o destaque que é dado pelo serviço ao link na página de adesão ou uso do serviço. Nesse ponto, serviços que dispensam adesão, como a busca da Google e o Bing disponibilizam o link no rodapé da página, mas sem qualquer destaque.

Outros serviços Facebook, Twitter, Outlook, Yahoo Mail e Dropbox exigem inscrição prévia e são acessados via web. Neles, à exceção do Twitter, os links estão colocados antes do usuário clicar para aderir, mas sem qualquer destaque ou procedimento para chamar a atenção do consumidor. No Facebook, por exemplo, o link está inserido em uma frase:

Ao clicar em Abrir uma conta, você concorda com nossos *Termos* e que você leu nossa *Política de Dados*, incluindo nosso *Uso de Cookies*.⁵

Esta opção, que também é utilizada pelo Outlook e Yahoo Mail, não contribui para chamar a atenção do usuário quanto à existência dos termos, notadamente quando colocadas em letras diminutas ou cores esmaecidas. Não se considera neste caso existir qualquer destaque. O procedimento do Twitter, no entanto, é ainda mais prejudicial, na medida em que o texto sequer foi colocado antes do clique de adesão, mas abaixo dele. Antes do clique há apenas outra opção, já marcada (opt out), que também afeta a privacidade do usuário, mas sobre a qual a empresa utiliza expressões vagas, que não oferecem a exata dimensão do que será feito. Trata-se da

⁵ Cadastre-se. Disponível em: <<https://www.facebook.com/>>. Acesso em: 09 fev. 2015.

seguinte oferta: “Personalize o Twitter de acordo com os sites que eu visitei recentemente. *Saiba mais.*”⁶ Ao clicar em saiba mais, o usuário é levado ao seguinte texto:

Personalize o Twitter de acordo com seus interesses.

As sugestões personalizadas tornam a criação de um ótimo histórico — repleto de Tweets, links, mídia e conversas de pessoas nas quais você tem interesse — mais fácil e mais rápida. O Twitter pode fazer sugestões mais inteligentes e mais relevantes sobre quem você pode querer seguir.⁷

Muito embora o tópico seguinte se proponha a explicar “como funcionam as sugestões personalizadas”, segue na mesma trilha de apontar os benefícios, sem em nenhum momento relatar que na verdade a empresa realizará o monitoramento da navegação do usuário na web.

Neste particular, é de considerar como mais adequado o procedimento do Dropbox, exigindo, antes do clique de adesão, que o usuário marque uma caixa (opt in) afirmando que concorda com os termos do serviço, estando aí inserido o link. Ao tentar finalizar o cadastro sem marcar a caixa o usuário recebe a mensagem, em vermelho, de que é necessário marcar a opção e declarar que está de acordo com os termos de serviço para acessar.

Os serviços iCloud, Viber e WhatsApp são iniciados a partir de aplicativos instalados em smartphones ou tablets, muito embora possam também ser acessados em computadores. Em todos eles há links para os termos quando da adesão, destacando-se apenas que no caso do iCloud esta adesão ocorre no momento do registro da conta em um dos produtos Apple, apesar de ser possível não utilizar o serviço naquele momento.

Quando se fala em disponibilidade do termo, é importante considerar também a frequência com que alterações são realizadas. Na data em que os termos foram recolhidos (12.12.14), constava que a grande maioria havia passado por modificações recentes. Dos dez termos aqui tratados, apenas 2 não haviam sido alterados no ano de 2014 e alteração mais antiga datava de 2012, conforme demonstrado no quadro 3.

⁶ Participe hoje do Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/signup>> Acesso em: 09 fev. 2015.

⁷ Sobre sugestões personalizadas. Disponível em: <<https://support.twitter.com/articles/20169944-sobre-sugestoes-personalizadas>> Acesso em: 09 fev. 2015.

Quadro 3 – Datas da última modificação dos termos de uso

SERVIÇO/APLICAÇÃO	ÚLTIMA MODIFICAÇÃO
Google	Mar 14
Bing	Set 14
Facebook	Nov 13
Twitter	Set 14
Outlook	Set 14
Yahoo Mail	Out 14
Dropbox	Mar 14
iCloud	Set 14
WhatsApp	Jul 12
Viber	Jun 14

Fonte: Elaborado pelo autor

Observa-se, no entanto, que apenas o Google disponibiliza link para um histórico dos termos anteriores, inexistindo tal referência nas demais. Merece atenção o fato de haver a alteração unilateral dos termos do contrato, algo que é legalmente vedado (CDC, art. 51, inc. XIII), mas que poderia ser considerado, pelo menos nos serviços gratuitos, mediante prévia notificação dos usuários para exercessem nova opção.

O que se tem, no entanto, é prática de alterar as disposições dos termos, conforme surge nova maneira de manipular os dados ou novos dados sejam necessários, sem que se dê ao usuário sequer a oportunidade prévia de anuir com a mudança ou mesmo, considerando o foco na informação, saber o que foi alterado. É que, muito embora se aponte a existência de mudança, não há mais qualquer informação sobre o que foi modificado com relação ao conteúdo anterior, nem os termos estão disponíveis para consulta e comparação.

Quanto ao idioma em que a informação se apresenta, os termos selecionados estão escritos em português, à exceção do WhatsApp e Viber, cujas políticas estão redigidas em inglês.

6.2 CONTEÚDO DO TERMO

Analisa-se neste ponto vários aspectos pertinentes ao conteúdo do termo, relacionados à disponibilidade de informações consideradas relevantes sobre a privacidade do usuário, as quais devem estar disponíveis e, por vezes, destacadas para que pudesse haver uma concordância minimamente válida, tal como exigida no Marco Civil da Internet. Este ponto se desenvolve a partir de três eixos nos quais são realizados os questionamentos pertinentes quanto à informação disponível nos termos. O primeiro eixo se refere à coleta e processamento dos dados, estando

inserido nele a questão das informações sobre os dados que são capturados, como são processados e qual é a sua finalidade. O segundo eixo se refere ao compartilhamento dos dados, seja com instituições privadas ou públicas. O terceiro e último eixo trata do destino dos dados no caso de ruptura do vínculo.

6.2.1 Coleta e processamento dos dados

O primeiro questionamento que se impõe neste caso é sobre a existência de informação quanto à coleta dos dados do usuário e sua finalidade. Todos os termos informam da realização deste procedimento. Todavia, as expressões utilizadas para veicular tais informações adotam uma linha específica de vincular o recolhimento à melhoria dos serviços, ou seja, investe-se em formar a percepção do consumidor de que o recolhimento dos seus dados pessoais é feito apenas no seu benefício. Por exemplo:

A Microsoft coleta diversos tipos de informações a fim de operar de forma eficiente e fornecer os melhores produtos, serviços e experiências possíveis a você. (Microsoft)

Coletamos informações para fornecer serviços melhores a todos nossos usuários... (Google)

O Twitter coleta e utiliza a sua informação descrita abaixo com o objetivo de disponibilizar os serviços, avaliá-los e melhorá-los constantemente. (Twitter)

As diferenças que se enxergam dizem respeito à quantidade de informação disponível sobre aquilo que é coletado, que efetivamente muda conforme o caso. É possível registrar a existência, em todos os termos, de tais informações em um volume considerável. Entretanto, o que se deve destacar neste ponto é falta de clareza, dada a opção, em alguns casos pela utilização de termos técnicos, que podem ser de difícil intelecção para o usuário comum, em que pese eventual esforço para explicar o significado de determinadas expressões.

É razoável supor que este prejuízo no fornecimento de informações claras e precisas se dê, em grande parte, em virtude da abordagem utilizada pelas empresas, voltada sempre à construção de uma imagem positiva em torno de si, que implica até mesmo em afastar a noção de que são empresas que atuam na busca de lucro. Neste proceder, criar uma ideia de que os dados são recolhidos em benefício do próprio usuário é apenas o primeiro passo. O segundo é evitar que ele compreenda em que medida os dados fornecidos permitem conhecer da sua vida privada.

A opção de não disponibilizar qualquer informação ao usuário não se apresenta como a melhor, uma vez que pode ser interpretada como falta de transparência e conduzir à incerteza que prejudica o processo decisório (BAZERMAN, 2004). A informação – mesmo não compreendida e, portanto, inútil – transmite a sensação de segurança necessária à aceitação dos termos.

As informações existentes nos termos optam por descrever gêneros ou métodos e não exatamente os dados que são coletados. Quanto a estes, as referências são genéricas, referindo apenas possibilidades. A Microsoft, no termo do serviço Outlook, não apenas descreve genericamente o que são cookies, mas exemplifica alguns daqueles que poderão ser utilizados com o usuário, disponibilizando uma lista com alguns destes nomes: MUID, ANON, CC, NAP, MH, ACH01, TOptOut. Diz-se ali do primeiro que é utilizado para identificar “navegadores específicos que visitam os sites da Microsoft. É usado para publicidade, análise de site e outros fins operacionais.” O segundo (ANON) é descrito afirmando-se que “Contém o ANID, um identificador único usado para ajudar a identificar quais os anúncios que um cliente poderá gostar. Também é usado para resguardar sua opção de recusar a publicidade personalizada da Microsoft, caso você tenha optado por associar essa recusa à sua conta Microsoft.” Todo este texto poderia ser traduzido pela simples informação de que são cookies de rastreamento do usuário. Entretanto, tal expressão tem uma carga evidentemente negativa.

Quanto ao processamento dos dados o mesmo pode ser dito. As finalidades não são expostas de forma objetiva, mas mediante a utilização de expressões vagas. O Facebook afirma que faz uso dos dados “como parte de nossos esforços para manter os produtos, serviços e integrações do Facebook seguros e protegidos;” Notável como tornar a publicidade mais eficiente se transforma, na linguagem do terno de privacidade daquela rede social em “para avaliar ou entender a eficiência dos anúncios que você e outras pessoas visualizam, incluindo fornecer anúncios relevantes para você;” Válido registrar que a polêmica ocorrida no ano de 2014 (NEW YORK TIMES, 2016, online) pela divulgação de um experimento realizado ainda no ano de 2012, que envolveu a alteração do humor dos usuários através da manipulação do seu feed no Facebook (KRAMER et al., 2014, online). Ao ser contestada a legitimidade da pesquisa, a empresa se valeu justamente do seu termo de uso, afirmando que ela estaria entre uma das finalidades ali descritas.

A política de privacidade da Apple não foge à regra da generalização e da inversão quanto à finalidade da coleta. Segundo a empresa, as informações pessoais são utilizadas para fornecer produtos melhores para os clientes. O que chama a atenção no caso da empresa é o tratamento dado às informações definidas como não pessoais, ou seja, “dados que, analisados de maneira independente, não permitem a associação direta a um indivíduo específico”. A empresa considera que pode “coletar, usar, transferir e revelar” estas informações para “qualquer propósito”. O que chama atenção é a disposição contida, mais adiante e sem qualquer destaque, no sentido de que “dados agregados são considerados informações não pessoais para os propósitos desta política de privacidade.”

Os textos, de uma forma geral, não traduzem informações precisas e objetivas, mas acepções genéricas, além de estarem envolvidos em juízos de valor destacando que tudo aquilo é feito no interesse do usuário.

Importante notar, ainda neste ponto, que grande parte das empresas não se limita a processar apenas os dados extraídos por suas aplicações. Há menção, nos termos, à obtenção de informações a partir de terceiros, o que amplia as possibilidades de processamento além daquela já existente a partir dos dados coletados.

6.2.2 Compartilhamento dos dados

Um dos aspectos mais relevantes quando se fala na coleta de dados pessoais diz respeito ao compartilhamento destes dados com terceiros. Isto se dá porque o compartilhamento assinala com uma possibilidade concreta do usuário perder qualquer controle sobre estes dados. Desenha-se uma situação de insegurança ainda maior do que a coleta e processamento por aqueles com quem o indivíduo já mantém uma relação, em que pesem os termos desta relação. É possível que o terceiro possua algum vínculo legal ou contratual com quem coletou e processou os dados, o que o sujeitaria, pelo menos em tese, aos parâmetros estabelecidos com aquele. Entretanto, com a pessoa de quem os dados foram coletados o terceiro não mantém vinculação contratual alguma.

Observe-se que na Diretiva 95/46/CE, como exposto, exige a comunicação ao usuário quando o responsável pelo processamento dos dados é pessoa diversa

daquela que os coleta. Disposição similar aparece na Lei n. 12.414/2011 (art. 5º, inc. V) que chega a igualar as responsabilidades daqueles que recebem informações:

Art. 9º O compartilhamento de informação de adimplemento só é permitido se autorizado expressamente pelo cadastrado, por meio de assinatura em instrumento específico ou em cláusula apartada.

§ 1º O gestor que receber informações por meio de compartilhamento equipara-se, para todos os efeitos desta Lei, ao gestor que anotou originariamente a informação, inclusive quanto à responsabilidade solidária por eventuais prejuízos causados e ao dever de receber e processar impugnação e realizar retificações.

Não há disposição similar na Lei do Marco Civil da Internet, encontrando-se no Código de Defesa do Consumidor previsão de aviso quando da abertura de qualquer cadastro (art. 43, §2º), regra que tem sido largamente interpretada e aplicada quanto às chamadas listas de inadimplentes. Não há, por outro lado, no ordenamento nacional, qualquer disposição proibindo o compartilhamento, daí ser possível afirmar que a sua realização não é, por si só, um ato ilegal, muito embora deva ser resguardado pela devida informação ao consumidor.

O que se encontra nos termos de uso, no entanto, é outra opção. Mais uma vez expressões genéricas são utilizadas, não havendo informação precisa quanto às circunstâncias ou para qual finalidade os dados poderão ser compartilhados ou mesmo quem, de uma forma geral, poderá recebê-los. A Apple diz apenas que: “Eventualmente, determinadas informações pessoais podem ser disponibilizadas a parceiros estratégicos que trabalham com a Apple para fornecer produtos e serviços que ajudam a Apple na comercialização com os clientes.” O Dropbox, por sua vez, faz referência apenas a empresas terceirizadas que lhe prestem serviço. A despeito de prever como regra a vedação ao compartilhamento das informações do usuário, o WhatsApp estabelece exceções, entre as quais:

Poderemos compartilhar suas informações pessoais com prestadores de serviços, quando entendermos que é razoavelmente necessário para realizar, melhorar ou manter o serviço WhatsApp.

Os documentos, como se vê, fornecem informações destituídas de um grau mínimo de precisão e objetividade, desenhando-se um cenário onde o usuário não tem qualquer meio para avaliar conveniência ou risco do compartilhamento, porquanto as designações utilizadas nos termos são pontudas por expressões com alto grau de subjetividade, como o Yahoo! que afirma compartilhar informações apenas com “parceiros nos quais confiamos”.

Há de se considerar que as disposições constantes dos termos, neste particular, não estão oferecendo ao usuário informações capazes de proporcionar um livre convencimento informado, ou seja, não existem ali para a proteção do consumidor. As disposições dos termos, na verdade, traduzem uma autorização, geral e genérica, uma espécie de cláusula-mandato, para que os serviços possam compartilhar os dados dos usuários.

Anote-se, por fim, que a existência, como faz referência a Yahoo! de acordos de confidencialidade e proibições expressas quanto ao compartilhamento surtem pouco efeito prático. É que o próprio formato digital, como se viu, facilita a cópia e torna irrelevantes os seus custos, constituindo um grande incentivo para que sejam elas duplicadas nas mãos de quem quer que se encontrem, mesmo que a pretexto de segurança. Por outro lado, o descumprimento de tais obrigações pode até acarretar sanções no plano jurídico, mas estas possivelmente ficarão adstritas ao âmbito contratual da empresa com o terceiro.

Há razões de sobra para ser assim. Como estão postos os termos e considerando as disposições legais existentes, dificilmente o usuário saberá quando, como e com quem os seus dados estão sendo compartilhados. Caberia ao fornecedor dos serviços informar a existência de eventual desvio. Contudo, a possibilidade de ser responsabilizado em razão da solidariedade imposta pelo Código de Defesa do Consumidor servirá como inegável estímulo para que se omita. O que se tem, a partir desta moldura fática, é a possibilidade dos dados serem copiados e distribuídos sem o usuário sequer tomar conhecimento.

Outro ponto merecedor de atenção diz respeito ao compartilhamento com entidades governamentais. Obviamente, tal compartilhamento não necessaria sequer de previsão no termo de licença uma vez que, no regime constitucional e legal vigente, tal deverá se dar mediante ordem judicial, é dizer, havendo determinação judicial a empresa que mantém os dados é obrigada a entrega-los independente do que fora convencionado com a parte. Nada obstante, todos os termos trazem em seu texto previsão neste sentido. Não o fazem certamente para alertar de uma circunstância que já é prevista em lei e a respeito da qual o usuário pouco ou nada tem a aduzir em desfavor do fornecedor da aplicação ou serviço.

Na verdade, as expressões são utilizadas buscando alargar as disposições para além da hipótese de determinação judicial, estendendo-as a outras autoridades

estatais e, por vezes, sujeitando o tema a um juízo de valor da própria empresa. A Apple, neste particular, afirma:

Pode ser necessário que a Apple revele suas informações pessoais, seja por lei, processo legal, litígio e/ou solicitações de autoridades públicas e governamentais dentro ou fora de seu país de residência. Também podemos revelar informações sobre você se determinarmos que, para propósitos de segurança nacional, imposição da lei ou outros problemas de importância pública, a revelação será necessária ou apropriada.

A Microsoft também afirma que os dados poderão ser fornecidos quando a empresa de boa-fé acreditar que é necessário para “cumprir a lei ou responder a processos legais instaurados por autoridades competentes, incluindo os provenientes das autoridades ou de agências governamentais”. A Yahoo! veicula disposição bastante restritiva, referindo-se expressamente “a ordens judiciais nos termos da legislação em vigor”. Entretanto, no item seguinte do mesmo texto prevê a possibilidade de compartilhamento:

Quando acreditarmos de boa-fé ser necessário compartilhar informações com o objetivo de investigar, impedir ou adotar medidas relativas a atividades ilegais, suspeitas de fraude, situações envolvendo possíveis ameaças à segurança física de qualquer pessoa, violações dos Termos do Serviço do Yahoo e políticas aplicáveis ou com base em procedimentos especificados e autorizados pela lei.

Como no direito nacional não há outra forma de acesso a dados particulares que não seja mediante determinação judicial, o que estes textos almejam, no entanto, é legitimar o compartilhamento de dados em circunstâncias como as encontradas nos Estados Unidos da América, onde o USA Patriot Act e a FISA⁸ afastaram, sob determinadas circunstâncias, a exigência de mandado judicial para interceptação de comunicações e dados. A segunda norma é especialmente dirigida a estrangeiros e trabalha com ordens secretas. Sob a égide destas normas foi realizada uma larga captura de dados nos servidores de diversas empresas, apontadas como colaboradoras. Tomando por base informações vazadas por Snowden, Harding (2014, p. 163) traça a seguinte cronologia:

Um slide enfatizava as datas em que empresas de tecnologia do Vale do Silício haviam assumido o compromisso de se tornar parceiras corporativas da agência de espionagem. A primeira a fornecer material

⁸ USA Patriot Act representa um acrônimo para a expressão, em inglês, “Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism Act”, enquanto FISA significa “Foreign Intelligence Surveillance Act”

ao PRISM foi a Microsoft. A data era 11 de setembro de 2007. Exatos seis anos após o 11 de Setembro. Em seguida, vieram Yahoo (março de 2008) e Google (janeiro de 2009). Depois, Facebook (junho de 2009), PalTalk (dezembro de 2009), YouTube (setembro de 2010), Skype (fevereiro de 2011) e AOL (março de 2011). Por razões desconhecidas, a Apple resistiu por cinco anos. Foi a última grande empresa de tecnologia a se inscrever. Ela se juntou em outubro de 2012 – Exatamente um ano após a morte de Jobs.

Várias empresas negaram o compartilhamento de dados, mas a sua obtenção foi admitida pelo próprio governo americano (SAVAGE et al, 2013), suspeitando-se que a captura tenha envolvido cerca de dois bilhões de dados de brasileiros (O GLOBO, 2013, online).

O que se pode extrair de tal cenário é a disposição constante da licença sendo utilizada como uma tentativa de legitimar procedimentos que, frente ao sistema jurídico nacional, podem ensejar as mais variadas reações legais.

Outro ponto relevante nesta temática tem a ver com a transferência dos dados em razão de fusões ou aquisições. Considerando serem os dados um dos ativos mais valiosos destas empresas, a sua transferência em caso de aquisições é natural, muito embora isto tenha implicações para o usuário, na medida em que será outra empresa a obter seus dados. O Dropbox prevê expressamente que:

Em caso de reorganização, fusão, aquisição ou venda de nossos ativos, suas informações podem ser transferidas como parte do acordo. Você será notificado (enviaremos uma mensagem para o e-mail associado à sua conta, por exemplo) sobre qualquer mudança desse tipo e explicaremos quais as opções disponíveis.

Muito embora se fale em notificar o usuário, as opções disponíveis, entre as quais a exclusão dos dados, não são apresentadas desde logo, daí não haver garantia de que existirá caso a empresa mude de mãos. O Twitter prevê a transferência dos dados, mas não há qualquer informação quanto a uma eventual notificação do usuário. O WhatsApp, por sua vez, alerta expressamente para a possibilidade de uma transferência, em determinadas circunstâncias, não ser realizada sequer sob a gestão, mas por força de determinações em processos como falência.

6.2.3 Manutenção dos dados

A questão da manutenção e exclusão dos dados dos usuários também tem sido alvo de controvérsia, na medida em que dados pessoais são mantidos e manipulados mesmo após a ruptura do vínculo com as empresas. O barateamento do

armazenamento tem sido um fato decisivo, porquanto o custo de manter os dados tem se tornado cada vez mais reduzido, contrastando diretamente que o valor destes.

A informação nestes casos deve envolver dois aspectos distintos, quais sejam a manutenção dos dados enquanto existe vínculo entre usuário e empresa e a sua manutenção após rompido este vínculo. As duas situações reclamam informações. Todavia, também neste ponto não encontram termos claros tratando do assunto. O Twitter informa apenas que no prazo de 18 meses poderá excluir totalmente os dados ou apenas as informações de identificação. A Microsoft informa da exclusão do IP em seis meses e outros identificadores em 18 meses.

No que se refere, no entanto, à exclusão dos dados após encerramento da conta, o termo do Facebook informa da exclusão e consequência para os dados do usuário, dando conta de que alguns serão apagados decorridos 90 dias, mas outra parte, que houver sido compartilhada, será mantida, vinculada às contas das pessoas com quem foram compartilhadas. O Viber informa que a conta poderá ser imediatamente desativada, deixando entender que haverá a imediata exclusão dos dados do usuário.

Quanto à exclusão dos dados dos usuários, os termos analisados fornecem pouca ou nenhuma informação, muito embora se trate de questão relevante e cuja regulação não traria qualquer prejuízo aos serviços.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relação entre usuários e provedores de serviços de internet tem na questão da coleta e processamento dos dados um dos pontos de tensão e controvérsia. Embora se reconheça que tal atividade é indispensável para a manutenção dos serviços, é importante assumir que esta atividade, quando realizada indiscriminadamente, acaba por ferir a privacidade e a intimidade. Encontrar o equilíbrio quanto a estes interesses é uma das questões mais relevantes para o futuro da Rede que, se de um lado não deve ter interrompido estes fluxos, não pode, por outro lado, ser transformada em um mecanismo de vigilância e de um controle sub-reptício.

Considerada, sob outra visão, a natureza da privacidade, um direito cujo exercício é fortemente influenciado por fatores culturais e aspectos profundamente

subjetivos, não é possível se retirar dos usuários a prerrogativa de exercerem o controle sobre aquilo que lhes diz respeito, cedendo ou restringindo o acesso aos seus dados pessoais conforme isto se lhes apresente conveniente. Esta tem sido a opção adotada em diversos sistemas jurídicos voltados à proteção da privacidade.

Todavia, ao se conferir esta prerrogativa aos usuários, é indispensável a existência de mecanismos que permitam o seu exercício de forma efetivamente livre, manifestado através de escolhas conscientes, o que só é possível mediante a obtenção de informações completas, claras e precisas acerca dos procedimentos pertinentes ao recolhimento dos dados, seu processamento e eventual compartilhamento.

Muito embora exista no ordenamento nacional um arcabouço legislativo que assegura o direito à informação, não se constata uma efetiva repercussão nos termos e políticas de uso, caracterizados por disposições genéricas e pouco claras, muitas vezes voltadas a criar no espírito do usuário uma perspectiva favorável aos procedimentos levados a efeito pelas empresas no que se refere à coleta e processamento dos dados.

As disposições legais, a despeito de suficientes para estabelecer o direito à informação, devem ser – como de fato são – genéricas, até porque, considerada a rápida evolução tecnológica, não seria possível ao processo legislativo se manter atualizado frente às novas questões dali decorrentes, daí a necessidade de uma atuação regulamentar voltada ao preenchimento de tais lacunas, para que se empreste efetividade àquelas normas.

Não se pode deixar de considerar que as informações disponíveis em ambientes de internet em muito diferem daquelas constantes de documentos físicos. Questões ligadas ao volume e localização da informação ganham outro significado no ambiente virtual, demandando uma investigação sobre outros aspectos, que ultrapassam o sentido semântico das expressões.

É importante, no entanto, que se busque, nesta atividade, uma maior contribuição da Ciência de Informação, possibilitando traduzir o direito à informação em uma garantia efetiva nos respectivos termos, desenvolvendo-se estudos voltados ao próprio fenômeno informacional para que se possam estabelecer alguns eixos principais, capazes de balizar o conteúdo dos termos e políticas de uso, não no plano

de disposição da vontade, mas no que se refere à informação capaz de produzir uma manifestação volitiva efetivamente esclarecida.

As disposições constantes do Marco Civil da Internet e do Código de Defesa do Consumidor, assegurando informações claras e completas, não surtirão efeitos concretos se não houver uma regulamentação que leve em conta estudos da informação voltados a tratar das relações mantidas entre fornecedores e usuários, fixando um parâmetro mínimo daquilo que deve ser disponibilizado, bem assim a forma de disponibilização.

Não se pode deixar de lado, também, que a necessidade de uso de termos técnicos, por vezes inafastáveis, pode colocar a compreensão dos textos além do alcance das pessoas comuns. Muito embora exista a necessidade de se desenvolver estudos específicos nesta área, visando delimitar o problema, a instituição de entidades de controle, capazes de realizar o controle em abstrato do conteúdo dos termos, como também fiscalizar a adequação dos procedimentos às diretrizes legais, é uma medida que se mostra pertinente no atual contexto.

Há necessidade de se estudar e estabelecer, ainda, regramentos quanto ao fluxo de informação, tendo como objeto específico a tutela dos dados pessoais dos usuários brasileiros em infraestruturas situadas fora do solo nacional, tornando tais dados vulneráveis a jurisdições administrativas estrangeiras.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Chris. **Free**: O futuro dos preços. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- _____. **A Cauda Longa**: Do mercado de massas para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006
- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. **Correntes Teóricas da Ciência da Informação**. Ciência da Informação, V. 38, n. 3, 2009. Disponível em <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/1719>>. Acesso em: 10 jul. 2013.
- ARENDT, Hanna. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007
- ASSANGE, Julian; APPELBAUM, Jacob; MÜLLER-MAGUN, Andy & ZIMMERMANN, Jérémie. **Cyberpunks**: Liberdade e o futuro da Internet. Eletrônico. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.
- AZEVEDO NETTO, Carlos Xavier de. Uma face da ciência da informação. In: PINTO, Virgínia Bentes; CAVALCANTE, Lídia Eugênia; SILVA, Casemiro Neto (orgs.). Ciência da informação abordagens transdisciplinares gênese e aplicações. Fortaleza: UFC, 2007
- BADÍA, Enrique. **Marco Conceptual. Derecho ¿Pendiente?** In: PÉREZ, Jorge e BADÍA, Enrique (Coord.) El debate sobre la privacidad y seguridad en la Red: Regulación y mercados. Barcelona: Fundación Telefónica, 2012.
- BAKER, Stephen. **Numerati**: Conheça os numerati: eles já conhecem você. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BARLOW, John Perry. **Declaration of the Independence of Cyberspace**. Disponível em: <<https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>>. Acesso em: 11 jul. 2013.
- BAUMAN, Zygmunt. **44 Cartas do Mundo Líquido Moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- _____. **Vigilância Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013
- BAZERMAN, Max H. **Processo Decisório**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- BEZANSON, Randall P. **The Right to Privacy Revisited: Privacy, News, and Social Change, 1890-1990**. Disponível em: <<http://scholarship.law.berkeley.edu/californialawreview/vol80/iss5/1>> Acesso em: 02 nov 2014.
- BOBBIO, Norberto. **O Futuro da Democracia**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- BOULOS, Daniel Martins. **A autonomia privada, a função social do contrato e o novo Código Civil**. In: ALVIN, Arruda; CÉSAR, Joaquim Portes de Cerqueira; ROSAS, Roberto (Org.) **Aspectos controvertidos do novo Código Civil**: escritos

em homenagem ao Ministro José Carlos Moreira Alves. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003.

BRASIL. Constituição, 1988.

_____. Decreto n. 592, de 6 de julho de 1992.

_____. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

_____. Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002.

_____. Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014.

_____. Supremo Tribunal Federal. **HC 89.083**, Relator Min. Marco Aurélio, julgamento em 19-08-2008, Primeira Turma, DJE de 05-02-2009.

_____. Supremo Tribunal Federal. Suspensão de Segurança. Relator Min. Ayres Britto, Tribunal Pleno, julgamento em 09-06-2011, DJE 30-09-2011.

_____. Diário do Congresso Nacional, 3 de maio de 1989, p. 1663 (Seção II)

BATTELLE, John. **A busca**: como o google e seus competidores reinventaram os negócios e estão transformando nossas vidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BOIAGO JUNIOR. José Wilson. **Contratação Eletrônica**: Aspectos Jurídicos. Curitiba: Juruá, 2005.

BORKO, Harold. **Information Science – what is it?** American Documentation, Washington. 19:1 (Jan. 1968) 3-5, 1968.

BUSH, Vannevar. **As we may think.** 1945. Disponível em <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/?single_page=true>. Acesso em 10 jul 2013.

CAPURRO, Rafael; HJØRLAND, Birger. **The concept of information**. Arist: Annual review of information science and technology, New York, v.37, 2003.

CARVALHO, Ana Cristina Azevedo P., **Marco Civil da Internet no Brasil**: Análise da Lei n. 12.965/14 e do Direito de Informação. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

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

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Civil**, 3: Contratos. São Paulo: Saraiva, 2012.

COHEN, Julie E. **What Privacy Is For.** Harvard Law Review, Vol. 126, 2013.
Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=2175406>> Acesso em 23 fev 2014.

COHN, Marjorie. **Trading Civil Liberties For Apparent Security Is a Bad Deal,** Chapman Law Review, Vol. 12, No. 3, 2009; Thomas. Disponível em:
<<http://ssrn.com/abstract=1508165>> Acesso em 19 nov 2014.

CONARQ – Conselho Nacional de Arquivos. **Dicionário Brasileiro de Terminologia Arquivística.** Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2005.

COULANGES, Fustel de. **A Cidade Antiga.** São Paulo: Martins Fontes, 1998

CUNHA JÚNIOR, Dirley da. **Curso de direito constitucional.** Salvador: JusPodivm, 2009.

DARNTON, Robert. **A questão dos livros:** passado, presente e futuro. São Paulo: Schwarcz, 2009.

DEPARTMENT OF JUSTICE. **The USA PATRIOT Act: Preserving Life and Liberty.** 2001, Disponível em: <<http://www.justice.gov/archive/lh/highlights.htm>>. acesso em: 14 out. 2014.

DINIZ, Maria Helena. **Código Civil Anotado.** São Paulo: Saraiva, 2005.

DRUCKER, Peter. **A informação de que um executivo necessita hoje em dia.** O Melhor de Peter Drucker – A Administração. São Paulo: Nobel, 2001.

ESTADÃO. **Facebook ultrapassa marca de 1 bilhão de usuários ativos.** 04 de outubro de 2012. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/negocios/facebook-ultrapassa-marca-de-1-bilhao-de-usuarios,129481e>>. Acesso em: 04 maio 2014.

EXAME.COM. **As maiores empresas do mundo em valor de mercado.** Disponível em <<http://exame.abril.com.br/mercados/noticias/as-maiores-empresas-do-mundo-em-valor-de-mercado/lista>>. Acesso em: 27 out 2014.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa.** Curitiba: Positivo, 2009.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos autores do Anteprojeto.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001

FINANCIAL TIMES. **Facebook must be weary of changing the rules.** 11 de dezembro de 2009. Disponível em <<http://www.ft.com/intl/cms/s/0/efc1281e-e687-11de-98b1-00144feab49a.html?siteedition=intl#axzz3OYvq9ZZz>> Acesso em 03 jan 2015.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa.** Porto Alegre: Artemed, 2009.

FREIRE, Gustavo Henrique de Araújo; FREIRE, Isa Maria. **Introdução à ciência da informação**. João Pessoa: Editora Universitária, 2010.

G1. Após mudança polêmica em política, Instagram enfrenta ação judicial. 24 de dezembro de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/12/apos-mudanca-polemica-em-politica-instagram-enfrenta-acao-judicial.html>>. Acesso em: 03 maio 2014.

G1. Receita do Facebook cresce 61% no 2º trimestre e lucro mais do que dobra. 23 de julho de 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/07/receita-do-facebook-cresce-61-no-2-trimestre-e-lucro-mais-do-que-dobra.html>>. Acesso em 30 jul. 2014.

GANDELMAN, Henrique. **De Gutenberg à internet: direitos autorais na era digital**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas. 2008.

GIZMODO BRASIL. Facebook ultrapassa 1 bilhão de usuários no celular e tablete. 24 de abril de 2014. Disponível em: <<http://gizmodo.uol.com.br/facebook-1q2014/>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

O GLOBO. EUA espionaram milhões de e-mails e ligações de brasileiros. 06 jul de 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/mundo/eua-espionaram-milhoes-de-mails-ligacoes-de-brasileiros-8940934>> Acesso em: 19 de out de 2014.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petropólis: Vozes, 1975.

GRAY David C., CITRON, Danielle Keats. **A Shattered Looking Glass: The Pitfalls and Potential of the Mosaic Theory of Fourth Amendment Privacy**. North Carolina Journal of Law and Technology, Vol. 14. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=2287972>> Acesso em 13 nov 2014.

HAJE, Lara. Governo vai pedir agilidade para marco civil da internet no Senado. **Agência Câmara Notícias**. 26 mar. 2014. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/COMUNICACAO/464572-GOVERNO-VAI-PEDIR-AGILIDADE-PARA-MARCO-CIVIL-DA-INTERNET-NO-SENADO.html>>. Acesso em: 14 out. 2014.

HARDING, Luke. **Os arquivos Snowden: A história secreta do homem mais procurado do mundo**. Rio de Janeiro: LeYa, 2014

HARPER, Jim. It's Modern Trade: Web Users Get as Much as They Give. THE WALL STREET JOURNAL. 2010. Disponível em: <<http://www.wsj.com/news/articles/SB10001424052748703748904575411530096840958?mg=reno64-wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB10001424052748703748904575411530096840958.html>>. Acesso em: 14 out. 2014.

HIRONAKA, Giselda Maria Fernandes Novaes. **Contrato: Estrutura milenar de fundação do direito privado.** Disponível em:
http://www.flaviotartuce.adv.br/artigosc/Giselda_Contrato.doc Acesso em 14 fev. 2014.

KEEN, Andrew. **O Culto do Amador:** Como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores, Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 2009.

KRAMER, Adam D. I., GUILLORY, Jamie E., HANCOCK, Jeffrey T. **Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks.** 2014, Disponível em: < <http://www.pnas.org/content/111/24/8788.full?tab=author-info>> Acesso em: 2 de out 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica.** São Paulo: Atlas, 2003.

LEAL, Sheila do Rocio Cercal Santos. **Contratos Eletrônicos:** Validade jurídica dos contratos via internet. São Paulo: Atlas, 2007.

LEMOS, Ronaldo. **Direito, Tecnologia e Cultura.** Rio de Janeiro: FGV, 2005.

LESSIG, Lawrence. **Code Version 2.0.** Nova Iorque: Basic Book, 2006

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência:** o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LEVY, Steven. **Os Heróis da Revolução:** Como Steve Jobs, Steve Wozniak, Bill Gates, Mark Zuckerberg e outros mudaram para sempre as nossas vidas. São Paulo, Évora, 2012.

_____. **Google: A biografia.** São Paulo: Universo dos Livros, 2012.

LORENZETTI, Ricardo Luís. **Contratos “Eletrônicos”.** In: LUCCA, Newton de; SIMÃO FILHO, Adalberto (Coord.). **Direito & Internet: aspectos jurídicos relevantes,** Vol. II. São Paulo: Quartier latin, 2008.

MAIA, Luciano Soares. **A privacidade e os princípios de proteção do indivíduo perante os bancos de dados pessoais.** Disponível em:
http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/bh/luciano_soares_maia.pdf Acesso em: 03 jun. 2014.

MAIL ON LINE. **George Orwell, Big Brother is watching your house.** 31 de março de 2007. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-445897/George-Orwell-Big-Brother-watching-house.html>>. Acesso em: 03 maio 2014.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor:** O novo regime das relações contratuais. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

MARTINEZ, Jorge Pérez. PARDILLO, Arturo Vergara. **Modelo reguladores de protección de datos para una era global.** In: PÉREZ, Jorge e BADÍA, Enrique (Coord.) El debate sobre la privacidad y seguridad en la Red: Regulación y mercados, Barcelona: Fundación Telefónica, 2012

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. **Big Data** Como Extrair Volume, Variedade, Velocidade e Valor da Avalanche de Informação Cotidiana. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

MELO, Diogo L. Machado de. **Cláusulas contratuais gerais:** Contratos de adesão, cláusulas abusivas e o Código Civil de 2002. São Paulo: Saraiva, 2008.

MENDES, Gilmar Ferreira; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet. **Curso de Direito Constitucional**, São Paulo: Saraiva, 2012.

MEY, Eliane Serrão Alves. Biblioteca Alexandrina. Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação. v. 1, n. 2, 2004 Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/article/view/295>> Acesso em: 05 jul. 2013.

MORAES, Alexandre de. **Direito Constitucional**, São Paulo: Atlas, 2005.

MULHOLLAND, Caitlin. **Internet e Contratação:** Panorama das relações contratuais eletrônicas de consumo. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NEW YORK TIMES. **A Face Is Exposed for AOL Searcher No. 4417749.** 9 de agosto de 2006. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2006/08/09/technology/09aol.html?pagewanted=all&_r=0> Acesso em: 12 de nov 2014.

. **Facebook Tinkers With Users' Emotions in News Feed Experiment, Stirring Outcry,** 29 de junho de 2014. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2014/06/30/technology/facebook-tinkers-with-users-emotions-in-news-feed-experiment-stirring-outcry.html?_r=0> Acesso em: 27 de set 2014.

NUNES, Jefferson Veras; ALMEIDA JUNIOR, Oswaldo Francisco de. **Revisitando o conceito de sociedade da informação:** O social e o técnico em interação? In: CAVALCANTE, L. E.; BENTES PINTO, Virgínia; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregório (Org.) **Ciência da informação e contemporaneidade:** Tessituras e olhares. Fortaleza: UFC, 2012.

NISSENBAUM, Helen. **Privacidad amenazada:** Tecnología, política y la integridad de la vida social. Madrid: Oceano, 2013.

OHM, Paul. **Broken Promises of Privacy:** Responding to the Surprising Failure of Anonymization. *UCLA Law Review*, Vol. 57, p. 1701, 2010. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1450006>> Acesso em 22 de out 2014.

O'REILLY, Tim. **O que é Web 2.0.** Padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 11 jul. 2013.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Declaração Universal dos Direitos Humanos. Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. Disponível em: <http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm>. Acesso em: 16 ago. 2014

_____. **ONU aprova projeto de Brasil e Alemanha sobre direito à privacidade nas comunicações digitais** Disponível em: <<http://www.onu.org.br/onu-aprova-projeto-de-brasil-e-alemanha-sobre-direito-a-privacidade-nas-comunicacoes-digitais/>>. Acesso em: 03 maio 2014.

ORWELL, George. **1984.** 17. ed. São Paulo: Nacional, 1984.

PASQUALOTTO, Adalberto. **Os efeitos obrigacionais da publicidade no Código de Defesa do Consumidor.** São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1997.

PINTO, Álvaro Vieira. **O conceito de tecnologia.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

PRIVACIDADE. In.: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em:<<http://pt.wikipedia.org/wiki/Privacidade>>. Acesso em: 14 out. 2014.

PYNCHON, Thomas. Posfácio. In: ORWELL, George. 1984. São Paulo: Companhia das Letras, [2003].

RICHARDS, Neil M., **The Dangers of Surveillance.** Harvard Law Review, 2013. Disponível em <Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2239412>> Acesso em 18 out 2014.

SANDEL, Michael J. **O que o dinheiro não compra:** Os limites morais do mercado. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

SANTOS, Manoel J. Pereira dos. **Considerações iniciais sobre a proteção jurídica das bases de dados.** In: LUCCA, Newton de; SIMÃO FILHO, Adalberto (Coord.). *Direito & Internet: aspectos jurídicos relevantes*. São Paulo: Quartier latin, 2005. PODESTÁ, Fábio Henrique. *Direito à Intimidade em Ambiente da Internet*.

_____. **Princípios para Formação de um regime de dados pessoais.** In: LUCCA, Newton de; SIMÃO FILHO, Adalberto (Coord.). *Direito & Internet: aspectos jurídicos relevantes*, Vol. II. São Paulo: Quartier Latin, 2008.

SAVAGE, Charlie; WYATT, Edward e BAKER, Peter. U.S. Confirms That It Gathers Online Data Overseas. **The New York Times**. 06 jun 2013. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2013/06/07/us/nsa-verizon-calls.html?pagewanted=1&_r=1> Acesso em: 17 de nov de 2014.

SCHMIDT, Eric. COEHN, Jared. **A Nova Era Digital: Como será o futuro das pessoas, das nações e dos negócios**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

SERRA, J. Paulo. **A informação como utopia**. Covilhã: Livros Labcom, 1998.

SILVA, José Afonso da. **Comentário contextual à constituição**, São Paulo: Malheiros, 2007.

SILVA NETO, Amaro Moraes e. **Privacidade na Internet: Enfoque Jurídico**. Bauru: Edipro, 2001.

SOLOVE, Daniel J. **Privacy Self-Management and the Consent Dilemma**. Harvard Law Review, 2013. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=2171018>> Acesso em: 27 out 2014

_____. **Understanding Privacy**. Cambridge: Havard University Press, 2008.

SOUSA, Flávio R. C., MOREIRA, Leonardo O. e MACHADO, Javam C., **Computação em Nuvem: Conceitos, Tecnologias, Aplicações e Desafios**. Disponível em: <<http://www.ufpi.br/subsiteFiles/ercemapi/arquivos/files/minicurso/mc7.pdf>> Acesso em: 11 jan 2015

SUPREME COURT OF THE UNITED STATES. **United States v. Jones**. 2012. Disponível em: <<http://www.supremecourt.gov/opinions/11pdf/10-1259.pdf>> Acesso em: 26 out. 2014.

TAPSCOTT, Dom; WILLIAMS, Anthony D. **Wikinomics: Como a interação global está mudando tudo**. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 2007.

TARTUCE, Flávio. **Direito Civil, v. 3: teoria geral dos contratos e contratos em espécie**, São Paulo: Método, 2014.

TAVARES, André Ramos. **Curso de direito constitucional**. São Paulo: Saraiva, 2009.

THE RIGHT to Privacy: Historic Supreme Court Decisions. LandMark Publications, 2011.

TOFFLER, Alvin. **A Terceira Onda: a morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização**. 29 ed. Rio de Janeiro: Livraria Resposta, 2007.

TOFFLER, Alvin; TOFFLER Heidi. **A riqueza revolucionária: o significado da riqueza no futuro**. São Paulo: Futura, 2007.

TRANCER, Bill. **Click: o que milhões de pessoas estão fazendo online e por que isso é importante.** São Paulo: Globo, 2009.

WALD, Arnoldo. **A evolução do contrato no terceiro milênio e o novo Código Civil.** In: ALVIN, Arruda; CÉSAR, Joaquim Portes de Cerqueira; ROSAS, Roberto (Org.) **Aspectos controvertidos do novo Código Civil:** escritos em homenagem ao Ministro José Carlos Moreira Alves. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003.

WARREN, Samuel D; BRANDEIS, Louis D. **The Right to Privacy.** Harvard Law Review, v. 4, n. 5 Dec. 1890. Disponível em: <http://groups.csail.mit.edu/mac/classes/6.805/articles/privacy/Privacy_brand_warr2.html>. Acesso em: 12 jun. 2014.

WEBSTER'S, Merriam. **Dictionary of Law.** Springfield: Merriam-Webster, 1996. (p. 382)

WIRED. **Netflix Spilled Your Brokeback Mountain Secret, Lawsuit Claims.** 12 de dezembro de 2009. Disponível em: <<http://www.wired.com/2009/12/netflix-privacy-lawsuit/>> Acesso em: 12 nov. 2014.

ANEXOS: TERMOS DE USO

ANEXO A – Google: Política de privacidade



Política de Privacidade

Última modificação: 31 de março de 2014 ([visualizar versões arquivadas](#))

Existem muitas maneiras diferentes pelas quais você pode usar nossos serviços – pesquisar e compartilhar informações, comunicar-se com outras pessoas ou criar novo conteúdo. Quando você compartilha informações conosco, por exemplo, criando [uma Conta do Google](#), podemos tornar esses serviços ainda melhores – mostrar-lhe **resultados de pesquisa** e anúncios mais relevantes, ajudá-lo a **se conectar com pessoas** ou tornar o **compartilhamento com outras pessoas mais rápido e fácil**. Quando você usa nossos serviços, queremos ser claros quanto ao modo como estamos usando suas informações e ao modo como você pode proteger sua privacidade.

Nossa Política de Privacidade explica:

- Quais informações coletamos e por que as coletamos.
- Como usamos essas informações.
- As opções que oferecemos, incluindo o modo de acessar e atualizar informações.

Tentamos manter tudo o mais simples possível, mas se você não estiver familiarizado com termos como cookies, endereços de IP, pixel tags e navegadores então leia sobre esses [termos-chave](#) primeiro. Sua privacidade é importante para o Google, portanto, sendo você um usuário novo ou antigo do Google, por favor reserve um tempo para conhecer nossas práticas. E, se você tiver alguma dúvida, [consulte esta página](#).

Informações que coletamos

Coletamos informações para fornecer serviços melhores a todos nossos usuários – desde descobrir coisas básicas, como o idioma que você fala, até coisas mais complexas, como **os anúncios que você achará mais úteis** ou **as pessoas on-line que são mais importantes para você**.

Coletamos informações de duas maneiras:

- **Informações fornecidas por você.** Por exemplo, muitos de nossos serviços exigem que você se inscreva em uma Conta do Google. Quando você abre essa conta, pedimos [informações pessoais](#), como seu nome, endereço de e-mail, número de telefone ou **cartão de crédito**. Se você quiser aproveitar ao máximo os recursos de compartilhamento que oferecemos, podemos também pedir-lhe para criar um [Perfil do Google](#) publicamente visível, que pode incluir nome e foto.
- **Informações que pedimos a partir do uso que você faz de nossos serviços.** Podemos **coletar informações** sobre os serviços que você usa e como os usa, como quando você visita um website que utiliza nossos serviços de publicidade ou quando você **vê e interage com nossos anúncios** e conteúdo. Essas informações incluem:

- **Informações do dispositivo**

Podemos coletar **informações específicas do dispositivo** (como seu modelo de hardware, versão do sistema operacional, [identificadores exclusivos de produtos](#) e informações de rede móvel, inclusive número de telefone). O Google pode associar seus **identificadores de dispositivo** ou **número de telefone** com sua Conta do Google.

- **Informações de registro**

- detalhes de como você usou nosso serviço, como suas consultas de pesquisa.
- informações de registro de telefonia, como o número de seu telefone, número de quem chama, números de encaminhamentos, horário e data de chamadas, duração das chamadas, informações de identificador de SMS e tipos de chamadas.
- Endereço de protocolo de Internet
- informações de evento de dispositivo como problemas, atividade de sistema, configurações de hardware, tipo de navegador, idioma do navegador, data e horário de sua solicitação e URL de referência.
- cookies que podem identificar exclusivamente seu navegador ou sua Conta do Google.

○ **Informações do local**

Quando você usa um serviço do Google capaz de identificar a sua localização, podemos **coletar e processar informações sobre sua localização real**, como sinais de GPS enviados por um dispositivo móvel. Além disso, podemos usar várias tecnologias para determinar o local, como dados de sensor de seu dispositivo que podem, por exemplo, fornecer informações sobre pontos próximos de acesso Wi-Fi e torres de celular.

○ **Números de aplicativo exclusivos**

Determinados serviços incluem um número de aplicativo exclusivo. Este número e as informações sobre sua instalação (por exemplo, o tipo de sistema operacional e o número da versão do aplicativo) devem ser enviados ao Google quando você instalar ou desinstalar esse serviço ou quando esse serviço entrar em contato periodicamente com nossos servidores, como para atualizações automáticas.

○ **Armazenamento local**

Podemos coletar e armazenar informações (inclusive informações pessoais) localmente em seu dispositivo usando mecanismos como armazenamento no navegador da web (inclusive HTML 5) e caches de dados de aplicativo.

○ **Cookies e identificadores anônimos**

Nós, juntamente com nossos parceiros, usamos várias tecnologias para coletar e armazenar informações quando você visita um serviço do Google e isso pode incluir o envio de um ou mais cookies ou identificadores anônimos para seu dispositivo. Também usamos cookies e identificadores anônimos quando você interage com serviços que oferecemos a nossos parceiros, como **serviços de publicidade** ou recursos do Google que podem aparecer em outros sites.

Como usamos as informações que coletamos

Usamos as informações que coletamos em todos nossos serviços para fornecer, manter, proteger e melhorar esses serviços, **desenvolver novos e proteger o Google e nossos usuários**. Também usamos essas informações para oferecer ao usuário um conteúdo específico - como fornecer para o usuário resultados mais relevantes de pesquisa e anúncios.

Podemos usar o nome que você fornece em seu Perfil do Google em todos os serviços que oferecemos que exigem uma Conta do Google. Além disso, podemos substituir seus nomes antigos associados com sua Conta do Google de modo que você esteja representado de maneira consistente em todos nossos serviços. Se outros usuários já tiverem seu e-mail ou outras informações que identifiquem você, nós podemos mostrar-lhes suas informações do Perfil do Google publicamente visíveis, como seu nome e sua foto.

Ao entrar em contato com o Google, podemos manter um registro de sua comunicação para ajudar a resolver qualquer problema que você possa ter. Podemos usar seu endereço de e-mail para informá-lo sobre nossos serviços, como aviso

Usamos as informações coletadas de cookies e de outras tecnologias, como etiquetas de pixel, para **melhorar a experiência de usuário** e a qualidade geral de nossos serviços. Por exemplo, salvando suas preferências de idioma, nossos serviços aparecerão no idioma que você preferir. Ao exibirmos anúncios personalizados, não associaremos cookies de navegador ou identificadores anônimos a determinadas categorias, como aquelas baseadas em raça, religião, orientação sexual ou saúde.

Podemos **combinar informações pessoais de um serviço com informações, inclusive informações pessoais, de outros serviços do Google para facilitar o compartilhamento de informações com pessoas que você conhece, por exemplo**. Não combinaremos informações do cookie da "DoubleClick" com informações de identificação pessoal, exceto se tivermos sua autorização ("opt-in") para tanto.

Solicitaremos sua autorização antes de usar informações para outros fins que não os definidos nesta Política de Privacidade.

O Google processa informações pessoais em nossos servidores de muitos países do mundo. Podemos processar suas informações pessoais em um servidor localizado fora do país em que você vive.

Transparência e escolha

As pessoas têm diferentes preocupações sobre privacidade. Nossa objetivo é a clareza quanto às informações que coletamos, de modo que você possa fazer escolhas importantes sobre como elas são usadas. Por exemplo, você pode:

- Rever e controlar determinados tipos de informações ligados a sua Conta do Google por meio do Google Dashboard.
- O usuário pode visualizar e editar suas preferências sobre os anúncios exibidos no Google e na Web, como as categorias de seu interesse, por meio das Configurações de anúncios. O usuário também pode desativar determinados serviços de anúncios da Google aqui.
- Use nosso editor para ver e ajustar a forma como seu Perfil do Google é mostrado a indivíduos em particular.
- Controle com quem você compartilha informações.
- Obtenha informações de muitos de nossos serviços.

Você também pode configurar seu navegador para bloquear todos os cookies, inclusive cookies associados com nossos serviços, ou para indicar quando um cookie estiver sendo configurado por nós. Entretanto, é importante lembrar que muitos de nossos serviços **podem não funcionar de maneira adequada** se seus cookies estiverem desativados. Por exemplo, pode ser que não nos lembremos de suas preferências de idioma.

Informações que você compartilha

Muitos de nossos serviços permitem que você compartilhe informações com outras pessoas. Lembre-se de que quando você compartilha informações publicamente, elas podem ser indexadas por mecanismos de pesquisa, inclusive o Google. Nossos serviços oferecem a você várias opções de **compartilhamento e remoção de seu conteúdo**.

Acesso e atualização de suas informações pessoais

Sempre que você usa nossos serviços, nosso objetivo é oferecer-lhe **acesso a suas informações pessoais**. Se essas informações estiverem erradas, nos empenhamos em lhe oferecer maneiras rápidas de atualizá-las ou excluí-las – exceto quando temos de mantê-las para fins comerciais legítimos ou jurídicos. Ao atualizar suas informações pessoais, podemos solicitar que você confirme sua identidade antes de atendermos sua solicitação.

Podemos recusar as solicitações que sejam repetitivas, que requeiram esforço técnico desproporcional (por exemplo, desenvolvimento de um novo sistema ou mudança fundamental de uma prática existente), coloquem em risco a privacidade de outros ou que sejam extremamente impraticáveis (por exemplo, solicitações referentes a informações localizadas em

Nos casos em que pudermos fornecer acesso e correção de informações, faremos isso gratuitamente, exceto quando isso exigir esforço desproporcional. Nosso objetivo é manter nossos serviços de modo a proteger informações de destruição accidental ou maliciosa. Assim, depois de excluir informações de nossos serviços, não podemos excluir imediatamente cópias residuais de nossos servidores ativos e pode não ser possível remover informações de nossos sistemas de backup.

Informações que compartilhamos

Não compartilhamos informações pessoais com empresas, organizações e indivíduos externos ao Google, salvo em uma das seguintes circunstâncias:

- **Com sua autorização**

Compartilharemos informações pessoais com empresas, organizações ou indivíduos externos ao Google quando tivermos sua autorização para isso. Solicitamos autorização (“opt-in”) para compartilhamento de quaisquer informações sensíveis de caráter pessoal.

- **Com administradores de domínios**

Se sua Conta do Google for administrada por um administrador de domínio (por exemplo, para usuários do Google Apps), então seu administrador de domínio e revendedores que fornecem suporte de usuário a sua organização terão acesso às informações de sua Conta do Google (inclusive dados de e-mail e outros dados). Seu administrador de domínio pode ser capaz de:

- visualizar estatísticas de sua conta, como estatísticas relacionadas a aplicativos que você instala.
- alterar a senha de sua conta.
- suspender ou encerrar o acesso a sua conta.
- acessar ou reter informações armazenadas como parte de sua conta.
- receber informações de sua conta para satisfazer qualquer legislação, regulação, **processo legal ou solicitação governamental aplicável**.
- restringir sua capacidade de excluir ou editar informações ou configurações de privacidade.

Por favor, consulte a política de privacidade de seu administrador para mais informações.

- **Para processamento externo**

Fornecemos informações pessoais a nossas afiliadas ou outras empresas ou pessoas confiáveis para processá-las para nós, com base em nossas instruções e em conformidade com nossa Política de Privacidade e quaisquer outras medidas de segurança e de confidencialidade adequadas.

- **Por motivos legais**

Compartilharemos informações pessoais com empresas, organizações ou indivíduos externos ao Google se acreditarmos, de boa-fé, que o acesso, uso, conservação ou divulgação das informações seja razoavelmente necessário para:

- cumprir qualquer legislação, regulamentação, processo legal ou solicitação governamental aplicável.
- cumprir Termos de Serviço aplicáveis, inclusive investigação de possíveis violações.
- detectar, impedir ou abordar de alguma outra forma fraude, questões técnicas ou de segurança.
- proteger contra dano aos direitos, a propriedade ou a segurança do Google, nossos usuários ou o público, conforme solicitado ou permitido por lei.

Podemos compartilharinformações de identificação não pessoais agregadas publicamente e com nossos parceiros – como sites de editores, anunciantes ou sites relacionados. Por exemplo, podemos compartilhar informações publicamente **para**

Se o Google estiver envolvido em uma fusão, aquisição ou venda de ativos, continuaremos a garantir a confidencialidade de qualquer informação pessoal e avisaremos os usuários afetados antes que as informações pessoais sejam transferidas ou sejam submetidas a uma política de privacidade diferente.

Segurança das informações

Trabalhamos com afinco para proteger o Google e nossos usuários de acesso não autorizado ou alteração, divulgação ou destruição não autorizada das informações que detemos. Especificamente:

- Criptografamos muitos de nossos serviços usando SSL.
- Oferecemos a você uma verificação em duas etapas quando você acessa sua Conta do Google e um Recurso de Navegação segura no Google Chrome.
- Analisamos nossa coleta de informações, práticas de armazenamento e processamento, inclusive medidas de segurança física, para proteção contra acesso não autorizado aos sistemas.
- Restringimos o acesso a informações pessoais por parte de empregados, contratados e representantes do Google que necessitam saber essas informações para processá-las para nós, e que estão sujeitos a rigorosas obrigações contratuais de confidencialidade, podendo ser processados ou dispensados se deixarem de cumprir tais obrigações.

Quando esta Política de Privacidade se aplica

Nossa Política de Privacidade se aplica a todos os serviços oferecidos pelo Google Inc. e suas afiliadas, inclusive serviços oferecidos em outros locais (como nossos serviços de anúncio), mas exclui serviços que têm políticas de privacidade separadas que não incorporam esta Política de Privacidade.

Nossa Política de Privacidade não se aplica a serviços oferecidos por outras empresas ou indivíduos, inclusive produtos ou sites que podem ser exibidos a você nos resultados de pesquisa, sites que podem incluir serviços do Google, ou outros sites com links de nossos serviços. Nossa Política de Privacidade não abrange as práticas de informação de outras empresas e organizações que anunciam nossos serviços e que podem usar cookies, pixels tags e outras tecnologias para oferecer anúncios relevantes.

Compliance e cooperação com as autoridades reguladoras

Revisamos regularmente nosso cumprimento com a Política de Privacidade. Aderimos também a várias estruturas auto-reguladoras. Quando recebemos reclamações formais por escrito, entramos em contato com o autor da reclamação para acompanhamento. Trabalhamos com autoridades reguladoras apropriadas, inclusive autoridades locais de proteção de dados para resolver quaisquer reclamações referentes à transferência de dados pessoais que não podemos resolver diretamente com nossos usuários.

Alterações

Nossa Política de Privacidade pode ser alterada de tempos em tempos. Nós não reduziremos seus direitos nesta Política de Privacidade sem seu consentimento explícito. Publicaremos quaisquer alterações da política de privacidade nesta página e, se as alterações forem significativas, forneceremos um aviso com mais destaque (incluindo, para alguns serviços, notificação por e-mail das alterações da política de privacidade). Também manteremos as versões anteriores desta Política de Privacidade arquivadas para você visualizá-las.

Práticas específicas de produto

Os seguintes avisos explicam as práticas de privacidade específicas em relação a determinados produtos e serviços do Google que você pode usar:

- Google Chrome e Chrome OS

- [Google Livros](#)
- [Carteira virtual do Google](#)
- [Fiber](#)

105

Outros materiais úteis relacionados a privacidade e segurança

Além disso, materiais úteis relacionados a privacidade e segurança podem ser encontrados nas [páginas de políticas e princípios do Google](#), incluindo:

- Informações sobre [nossas tecnologias e nossos princípios](#), que incluem, entre outras coisas, mais informações sobre
 - [como o Google usa cookies](#).
 - [tecnologias que usamos para anúncios](#).
 - [como reconhecemos padrões como rostos](#).
 - Uma [página](#) que explica quais dados são compartilhados com o Google quando o usuário visita sites que utilizam nossos produtos de publicidade, análise e sociais.
 - A [Central de segurança](#) do Google, que fornece informações sobre como ficar seguro on-line.
-

"acesso às suas informações pessoais"

Por exemplo, com o Painel do Google o usuário pode ver de modo rápido e fácil alguns dos dados associados à sua Conta do Google.

[Saiba mais.](#)

"anúncios que o usuário acha mais úteis"

Por exemplo, se o usuário costuma visitar sites e blogs sobre jardinagem, é possível que veja anúncios relacionados a jardinagem enquanto navega na Web.

[Saiba mais.](#)

"serviços de publicidade"

Por exemplo, se o usuário costuma visitar sites e blogs sobre jardinagem que exibam nossos anúncios, é possível que comece a ver anúncios relacionados a esse interesse enquanto navega na Web.

[Saiba mais.](#)

"coletar informações"

Isso inclui informações como: dados de uso e preferências, mensagens do Gmail, perfil do G+, fotos, vídeos, histórico de navegação, pesquisas de mapas, documentos ou outro conteúdo hospedado na Google.

[Saiba mais.](#)

"combinar informações pessoais de um serviço com informações, incluindo informações pessoais, de outros serviços da Google"

Por exemplo, quando o usuário está conectado à sua Conta do Google e faz uma pesquisa no Google, pode ver os resultados de pesquisa da Web pública, junto com páginas, fotos e postagens do Google+ dos seus amigos. Da mesma forma, as pessoas que o usuário conhece ou que o seguem no Google+ podem ver suas postagens e perfil nos seus resultados de pesquisa.

[Saiba mais.](#)

"conectar-se às pessoas"

Por exemplo, o usuário pode receber sugestões de pessoas que talvez conheça ou com as quais queira se conectar no Google+, com base nas conexões que tem com pessoas em outros produtos da Google, como o Gmail. Da mesma forma, as pessoas que têm uma conexão com o usuário podem ver seu perfil como sugestão.

[Saiba mais.](#)

"cartão de crédito"

Embora não peçamos um cartão de crédito durante a inscrição, a confirmação da idade do usuário por meio de uma pequena transação de cartão de crédito é uma maneira de confirmar que ele atende aos nossos requisitos de idade, caso sua conta tenha sido desativada depois de ele ter digitado uma data de nascimento indicando que não tem idade suficiente para ter uma Conta do Google.

[Saiba mais.](#)

"desenvolver novidades"

Por exemplo, o software de verificação ortográfica do Google foi desenvolvido por meio da análise de pesquisas anteriores nas quais os usuários corrigiram sua própria ortografia.

[Saiba mais.](#)

"identificadores de dispositivos"

Os identificadores de dispositivos permitem que a Google saiba qual dispositivo exclusivo o usuário está utilizando para acessar nossos serviços, o que pode ser usado para personalizar nossos serviços para seu dispositivo ou analisar problemas do dispositivo relacionados aos nossos serviços.

[Saiba mais.](#)

"informações específicas do dispositivo"

Por exemplo, quando o usuário acessa o Google Play do seu computador, a Google pode usar essas informações para ajudá-lo a decidir em quais dispositivos ele deseja que os itens comprados estejam disponíveis para uso.

[Saiba mais.](#)

"melhorar sua experiência de usuário"

Por exemplo, os cookies nos permitem analisar a forma como os usuários interagem com nossos serviços.

[Saiba mais.](#)

"processo legal ou solicitação governamental aplicável"

Como outras empresas de tecnologia e comunicação, a Google recebe regularmente solicitações de governos e tribunais do mundo todo para entregar dados do usuário.

[Saiba mais.](#)

"coletar e processar informações sobre sua localização real"

Por exemplo, o Google Maps pode centralizar a visualização de mapas na sua localização atual.

[Saiba mais.](#)

"pode não funcionar corretamente"

Por exemplo, usamos um cookie chamado "lbcn", que possibilita que o usuário abra muitos Documentos Google em um navegador.

[Saiba mais.](#)

Por exemplo, se o usuário adicionar um número de telefone como opção de recuperação, caso ele esqueça a senha, a Google pode enviar uma mensagem de texto com um código para que o usuário possa redefini-la.

[Saiba mais.](#)

"proteger a Google e nossos usuários"

Por exemplo, se o usuário estiver preocupado com o acesso não autorizado ao seu e-mail, a "Última atividade da conta" no Gmail exibe informações sobre a atividade recente no seu e-mail, tais como os endereços IP que acessaram o e-mail, o local associado, a hora e a data de acesso.

[Saiba mais.](#)

"compartilhamento"

Por exemplo, com o Google+, o usuário tem muitas opções de compartilhamento.

[Saiba mais.](#)

"compartilhar de modo mais rápido e fácil com os outros"

Por exemplo, se alguém já é um contato do usuário, a Google completará automaticamente o nome dessa pessoa caso o usuário queira adicioná-la a uma mensagem do Gmail.

[Saiba mais.](#)

"as pessoas on-line mais importantes para o usuário"

Por exemplo, quando o usuário digita um endereço no campo Para, Cc ou Cco de uma mensagem que está escrevendo, o Gmail sugere endereços da sua lista de contatos.

[Saiba mais.](#)

"facilitar o compartilhamento de coisas com as pessoas que o usuário conhece"

Por exemplo, se o usuário se comunicou com alguém pelo Gmail e quer adicioná-lo a um Documento Google ou a um evento no Google Agenda, a Google facilita isso, ao completar automaticamente o endereço de e-mail quando o usuário começa a digitar o nome dessa pessoa.

[Saiba mais.](#)

"ver nossos anúncios e interagir com eles"

Por exemplo, frequentemente informamos aos anunciantes se veiculamos seu anúncio em uma página e se esse anúncio teve a chance de ser visto pelos usuários (em vez de, por exemplo, estar em uma parte da página que os usuários não visualizaram).

[Saiba mais.](#)

"Podemos compartilhar publicamente informações agregadas e que não sejam de identificação pessoal"

Quando muitas pessoas começam a pesquisar algo, isso pode fornecer informações muito úteis sobre as tendências específicas daquela época.

[Saiba mais.](#)

"resultados de pesquisa mais relevantes"

Por exemplo, podemos tornar as pesquisas mais relevantes e interessantes para o usuário incluindo fotos, postagens e

outros itens do usuário e dos seus amigos.

10

Saiba mais

"como remover seu conteúdo"

Por exemplo, o usuário pode excluir seu [Histórico da Web](#), [seu blog](#), [um Google Site de sua propriedade](#), [seu canal do YouTube](#), [seu perfil do Google+](#) ou [sua Conta inteira do Google](#).

"mostrar tendências"

É possível ver algumas delas no [Google Trends](#) e [YouTube Trends](#).

ANEXO B – Bring: Declaração de Privacidade Bing e MSN

Declaração de Privacidade Bing e MSN

Última atualização: setembro de 2014

Esta declaração de privacidade se aplica aos sites, serviços, produtos e aplicativos Bing e MSN que coletam dados e apresentam estes termos. Não é aplicável a outros produtos e serviços da Microsoft que não contenham qualquer link para a Declaração de Privacidade do Bing e MSN.

Cookies e tecnologias similares

Resumo

Quando você usa os serviços Bing e MSN com um navegador, colocamos um ou mais "cookies" em sua máquina. Por exemplo, o Bing usa um cookie com um identificador exclusivo, conhecido como ID de Pesquisa, para operar o serviço e habilitar determinados recursos de pesquisa. Se você entrar no Bing ou em outros serviços da Microsoft usando uma conta da Microsoft, iremos definir ou ler um ou mais cookies adicionais. Utilizamos estes cookies para operar os serviços Bing e MSN e para lhe proporcionar uma experiência de pesquisa mais relevante. É possível usar as configurações do seu navegador para remover ou bloquear cookies em seu computador.

Também usamos Web beacons para ajudar a enviar cookies e compilar análises. Eles podem incluir Web beacons de terceiros, que não estão autorizados a coletar suas informações pessoais.

Texto completo

Quando você usa os serviços Bing e MSN com um navegador, colocamos um ou mais "cookies" em sua máquina. Por exemplo, o Bing usa um cookie com um identificador exclusivo, conhecido como ID de Pesquisa, para operar o serviço e habilitar determinados recursos de pesquisa. Se você entrar no Bing ou em outros serviços da Microsoft usando uma conta da Microsoft, iremos definir ou ler um ou mais cookies adicionais. Utilizamos estes cookies para operar os serviços Bing e MSN e para lhe proporcionar uma experiência de pesquisa mais relevante. É possível usar as configurações do seu navegador para remover ou bloquear cookies em seu computador.

Abaixo, você encontrará mais informações sobre cookies e como controlá-los.

Utilização de cookies

A maioria dos sites da Web da Microsoft usa "cookies", que são arquivos de texto pequenos colocados em seu disco rígido por um servidor Web. Os cookies contêm texto que pode ser lido por um servidor Web localizado no domínio que o emitiu. Esse texto geralmente consiste em uma cadeia de números e letras que identificam exclusivamente seu computador, mas também pode conter outras informações. Veja um exemplo de um número ID exclusivo armazenado em um cookie que a Microsoft pode inserir em seu dispositivo quando você visitar um de nossos sites da Web: E3732CA7E319442F97EA48A170C99801

Nós poderemos usar cookies para:

- **Armazenamento de preferências e configurações.** Se você inserir sua cidade ou código postal para obter notícias locais ou informações climáticas em um site da Microsoft, podemos armazenar essa cidade ou código postal em um cookie para que você veja as informações locais relevantes quando retornar àquele site. Isto pode lhe poupar tempo ao eliminar a necessidade de inserir repetidamente as mesmas informações cada vez que visita o site.
- **Entrar no serviço e autenticação.** Quando você entra em um site ou serviço usando sua conta Microsoft, nós armazenamos sua ID exclusiva, bem como a hora de logon, em um cookie criptografado no disco rígido. Esse cookie permite que você se move pelas páginas do site sem ter de entrar novamente em cada página. Quando você sai do serviço, os cookies são excluídos do computador. Utilizamos também cookies para melhorar a sua experiência de entrada no serviço. Por exemplo, o seu endereço de e-mail pode ser armazenado num cookie que permanecerá no computador depois de sair do serviço. Este cookie permite que o endereço de e-mail seja preenchido previamente, para que você só tenha de digitar sua senha da próxima vez que entrar no serviço. Se estiver usando um computador público ou não desejar que estas informações sejam armazenadas, você poderá selecionar o botão de opção adequado na página de entrada no serviço para que o cookie não seja usado.
- **Publicidade selecionada.** Quando exibirmos anúncios online a você, colocaremos um ou mais cookies persistentes em seu dispositivo a fim de reconhecê-lo cada vez que exibirmos um anúncio para você. Por oferecemos anúncios em nossos próprios sites, bem como naqueles de nossos parceiros de publicidade e editoras, somos capazes de compilar informações ao longo do tempo sobre os tipos de páginas, conteúdo e anúncios que você, ou outros usuários que usam seu computador, visitaram ou viram nos sites da Microsoft e em outros sites. Essas informações são usadas para diferentes propósitos, por exemplo, elas nos ajudam a tentar garantir que você não veja os mesmos anúncios várias vezes. Também usamos essas informações para selecionar e exibir anúncios selecionados que acreditamos que possam ser de seu interesse. Você pode obter mais informação sobre esta utilização dos cookies, incluindo como recusar a recepção de publicidade personalizada da Microsoft, em [Declaração de Privacidade da Microsoft Advertising](#).
- **Análise de site.** Poderemos usar cookies para contar o número de visitantes exclusivos de uma página da Web ou serviço, ou para desenvolver outras estatísticas agregadas sobre as operações de nossos sites e serviços. Essas análises nos ajudam a operar e aprimorar o desempenho desses sites e serviços.

Alguns dos cookies que geralmente usamos estão listados no seguinte gráfico. Essa lista não é extensiva, mas pretende ilustrar as razões pelas quais colocamos cookies. Se você visitar um de nossos sites, o site pode definir alguns ou todos os cookies apresentados a seguir:

Nome do cookie	Descrição
MUID	Identifica navegadores exclusivos de sites da Microsoft. É usado para publicidade, análise de site e outros fins operacionais. .
ANON	Contém o ANID, um identificador único usado para ajudar a identificar de quais anúncios um usuário pode gostar. Também é usado para resguardar a decisão do usuário de não participar de anúncios selecionados baseados no comportamento, se o usuário escolheu associar a opção de não participar em sua conta da Microsoft.
CC	Contém um código do país conforme determinado pela pesquisa de endereço IP inversa.
Autenticação de conta da Microsoft	Os cookies de autenticação (p.ex., RPSTAuth, MSNRPSAuth, KievRPSAuth) usados quando um usuário entra com uma conta da Microsoft.
NAP	Contém uma versão criptografada do país, código postal, idade, gênero, idioma e profissão do usuário, se conhecidos, baseada no perfil Windows Live do usuário.
MH	É exibido em sites compartilhados em que a Microsoft faz parceria com um anunciante, este cookie identifica o anunciante para que o anúncio correto seja selecionado.
ACH01	Armazena informações sobre em qual anúncio e onde o usuário clicou no anúncio.

TOptOut Indica que o usuário informou que não deseja receber anúncios selecionados baseados em comportamento enviados pela Microsoft.

Além dos cookies, a Microsoft pode definir quando você visita nossos sites da Web e terceiros também podem definir determinados cookies em seu dispositivo quando você visita os sites da Microsoft. Em alguns casos, isto se deve ao fato de contratarmos terceiros para nos fornecerem determinados serviços em nosso nome, tais como análise de site. Em outros casos, deve-se ao fato de nossas páginas da Web conterem conteúdo ou anúncios de terceiros, tais como vídeos, notícias ou anúncios entregues por outras redes de anúncios. Por seu navegador se conectar aos servidores Web desses terceiros para recuperar aquele conteúdo, eles conseguem definir ou ler seus próprios cookies em seu dispositivo e coletar informações sobre suas atividades online em sites ou serviços online.

Como controlar cookies

- **Controle de navegador para bloquear cookies.** A maior parte dos navegadores da web aceita automaticamente os cookies, mas normalmente é possível alterar a definição do navegador para bloquear cookies.

Por exemplo, no Internet Explorer 11, você pode bloquear cookies seguindo as seguintes etapas:

1. Clique em "Ferramentas" e, em seguida, selecione "Opções da Internet"
2. Clique na guia "Privacidade" na parte superior da janela
3. Desloque o controle deslizante para cima ou para baixo para indicar as regras que pretende aplicar para bloquear cookies

As instruções para bloquear cookies em outros navegadores estão disponíveis na respectiva declaração de privacidade do navegador.

Se você optar por bloquear os cookies, poderá não ser possível entrar no serviço ou utilizar outros recursos interativos de sites e serviços da Microsoft que dependam de cookies e algumas das preferências de publicidade igualmente dependentes dos cookies poderão não ser respeitadas.

- **Controles do navegador para excluir cookies.** Se você aceitar os cookies, poderá exclui-los mais tarde.

Por exemplo, no Internet Explorer 11, você pode excluir cookies seguindo as seguintes etapas:

1. Clique em "Ferramentas" e, em seguida, selecione "Opções da Internet"
2. Na guia "Geral", embaixo de "Histórico de navegação", clique no botão "Excluir"
3. No pop-up, selecione a caixa junto a "Cookies"
4. Clique no botão "Excluir"

As instruções para excluir cookies em outros navegadores estão disponíveis na respectiva declaração de privacidade do navegador.

Se você optar por excluir cookies, quaisquer configurações e preferências controladas por esses cookies, incluindo as preferências de publicidade, serão apagadas e poderão ter de ser recriadas.

- **Controles do navegador para "Não rastrear" e Proteção contra rastreamento.** Alguns navegadores mais recentes incorporaram recursos para "Não rastrear". A maioria desses recursos, quando ligados, enviam um sinal ou preferência aos sites que você visita indicando que você não deseja ser rastreado. Dependendo das práticas de privacidade do site, ele pode continuar realizando atividades que você considera como rastreamento, apesar de ter expressado esta preferência. Por, no momento, não haver um consenso com relação à interpretação do sinal DNT, a Microsoft não responde aos sinais DNT de navegadores em seus próprios sites ou serviços online ou em sites ou serviços online de terceiros nos quais a Microsoft fornece publicidade, conteúdo ou pode coletar informações. Continuamos trabalhando com a indústria online para definir um consenso com relação ao tratamento dos sinais DNT. Entretanto, os usuários poderão continuar cancelando a recepção de anúncios personalizados da Microsoft como indicado acima.

O Internet Explorer (versões 9 e superiores) possui um recurso chamado Proteção contra rastreamento que ajuda a evitar que sites da Web que você frequenta enviem automaticamente detalhes sobre sua visita para fornecedores de conteúdo de terceiros. Quando você adiciona uma Lista de proteção contra rastreamento, o Internet Explorer bloqueará o conteúdo de terceiros, inclusive cookies, de qualquer site que seja listado como o site a ser bloqueado. Ao limitar chamadas para esses sites, o Internet Explorer limitará as informações que esses sites de terceiros podem coletar sobre você. Para obter mais informações sobre as Listas de proteção de controle e Não controlar, consulte a [declaração de privacidade do Internet Explorer](#) ou [ajuda do Internet Explorer](#).

- **Controles para não participar de Publicidade.** Dado que os cookies podem ser usados para muitos fins, os usuários que não pretendem a publicidade personalizada poderão optar por aceitar os cookies, mas recusando essa utilização em particular em [Sua privacidade e anúncios personalizados Microsoft](#). As empresas do setor de publicidade online desenvolveram diretrizes e programas para ajudar a proteger a privacidade dos usuários. Esses programas incluem páginas da Web que você pode visitar para optar por não receber anúncios direcionados, com base em comportamento, de todas as empresas participantes (incluindo a Microsoft). Essas páginas incluem:

- Página de escolha do consumidor da Digital Advertising Alliance (DAA): <http://www.aboutads.info/choices/>
- Página de opção de não participar da Network Advertising Initiative (NAI): http://www.networkadvertising.org/managing/opt_out.asp
- Na Europa, também pode visitar Suas opções online: <http://www.youronlinechoices.com/>
- No Canadá, em inglês, visite [Ad Choices: Digital Advertising Alliance of Canada](#) (DAAC) e em francês consulte [Choix de Pub: l'Alliance de la publicité numérique du Canada \(DAAC\)](#)

Empresas de publicidade individuais também podem oferecer seus próprios recursos de opção pela não participação, além de escolhas de anúncios mais avançados.

Por exemplo, os controles de preferências e de recusa de publicidade da Microsoft estão disponíveis em [Sua privacidade e anúncios personalizados Microsoft](#).

Observe que a opção por não participar não significa que você deixará de receber anúncios ou que verá menos anúncios; entretanto, se você efetivamente optar por não receber, os anúncios que você receberá não serão mais selecionados baseados no comportamento. Além disso, a recusa da publicidade personalizada não impede a coleta de informações.

Utilização de Web beacons

As páginas Web da Microsoft podem conter imagens eletrônicas conhecidas como Web beacons - por vezes, designadas gifs de pixel único - que podem ser utilizadas para ajudar a enviar os cookies de nossos sites, para permitir contar os usuários que visitaram essas páginas e fornecer serviços compartilhados. Poderemos incluir Web beacons em mensagens de e-mail promocionais ou nos nossos boletins informativos, para determinar se as mensagens foram ou não abertas e utilizadas.

Finalmente, poderemos trabalhar com outras empresas que anunciam nos sites da Microsoft para inserir Web beacons nos respectivos sites ou anúncios para que possamos desenvolver estatísticas sobre a frequência com que um clique em um anúncio colocado em um site da Microsoft resulta em uma aquisição ou outra ação no site do anunciante.

Finalmente, os sites da Microsoft poderão conter Web beacons de terceiros para ajudar na compilação de estatísticas agregadas sobre a eficácia das nossas campanhas promocionais ou de outras operações nos nossos sites. Esses Web beacons podem permitir que terceiros definam ou leiam um cookie em seu computador. Essas empresas podem coletar informações sobre suas atividades online em sites ou serviços online. No entanto, não permitimos que terceiros utilizem os web beacons de nossos sites para coletar ou acessar a informações pessoais. Você poderá não participar da coleta ou uso de dados por essas empresas de análise de terceiros ao clicar nos links para cada um dos fornecedores de análise a seguir:

- Omnitrite (Adobe): <http://www.d1.sc.omtrdc.net/optout.html>
- Nielsen: http://www.nielsen-online.com/corp.jsp?section=leg_prs&nav=1#Optoutchoices
- Coremetrics: <http://www.coremetrics.com/company/privacy.php#optout>
- Visible Measures: <http://corp.visiblemeasures.com/viewer-settings>

- Google Analytics: <http://tools.google.com/dlpage/gaoptout>(requer que você instale um complemento do navegador)

Outras tecnologias similares

Além dos cookies e Web beacons padrão, os sites da Web podem usar outras tecnologias para armazenar e ler arquivos de dados em seu computador. Isto pode ser feito para manter suas preferências ou para aumentar a velocidade e melhorar o desempenho ao armazenar alguns arquivos localmente. Mas, assim como cookies padrão, também pode ser usado para armazenar um identificador exclusivo para seu computador, o qual pode então ser usado para rastrear comportamento. Essas tecnologias incluem Objetos compartilhados locais (ou "Flash cookies") e Armazenamento de aplicativos Silverlight.

- **Objetos compartilhados locais ou "Flash Cookies".** Sites da Web que usam as tecnologias Adobe Flash poderão usar Objetos compartilhados locais ou "Flash cookies" para armazenar dados em seu computador. Observe que a capacidade de limpar Flash cookies pode ou não ser controlada pela configuração de seu navegador para cookies padrão conforme variar de acordo com o navegador. Para gerir ou bloquear os cookies Flash, acesse a http://www.macromedia.com/support/documentation/en/flashplayer/help/settings_manager.html
- **Silverlight Application Storage.** Sites da Web ou aplicativos que usam a tecnologia Microsoft Silverlight também são capazes de armazenar dados ao usar o Armazenamento de aplicativo Silverlight. Para saber como gerenciar ou bloquear esse armazenamento, acesse a [Silverlight](#) declaração de privacidade

Coleta de suas informações

Resumo

Quando você usa o Bing e os serviços da MSN, a Microsoft poderá coletar muitos tipos de informações de forma a operar com eficiência e fornecer aos usuários os melhores produtos, serviços e experiências possíveis. Coletamos informações quando você faz o registro, entra e usa nossos sites e serviços. Também podemos obter informações de outras empresas. Coletamos essas informações de formas diversas, incluindo através de formulários web, tecnologias como os cookies, registros da web e software em seu computador ou outro dispositivo.

Quando você faz uma pesquisa, a Microsoft coleta o seguinte:

- Termo de pesquisa, data e hora da pesquisa
- Endereço IP, configuração do navegador e sua localização
- Quaisquer identificadores exclusivos contidos nos cookies

Armazenamos termos de pesquisa (e os IDs dos cookies associados aos termos de pesquisa) em um local separado de qualquer informação de conta que identifique diretamente o usuário, como o nome, o endereço de email ou números de telefone. Temos mecanismos de proteção tecnológicas em vigor, projetados para evitar a correlação não autorizada desses dados e removemos totalmente o endereço IP após 6 meses, cookies e outros identificadores de sessão cruzada, após 18 meses.

O Bing fornece serviços de pesquisa para parceiros selecionados e respectivos usuários. Alguns exemplos incluem o Yahoo! e a Nokia. Com o objetivo de fornecer esses serviços, os serviços do Bing recebem determinadas informações relacionadas com a pesquisa, nomeadamente a data, hora, endereço IP, um identificador exclusivo, entre outros dados.

Texto completo

A Microsoft coleta diversos tipos de informações a fim de operar de forma eficiente e fornecer os melhores produtos, serviços e experiências possíveis a você. Algumas dessas informações são fornecidas diretamente por você. Obtemos algumas delas ao observar como você interage com nossos produtos e serviços. Outras estão disponíveis em fontes diferentes, que podem ser combinadas com os dados que coletamos diretamente. Independentemente da fonte, acreditamos que é importante tratar dessas informações com cuidado e ajudá-lo a manter sua privacidade.

O que coletamos:

- **Pesquisa.** Quando você realiza uma pesquisa, a Microsoft irá coletar os termos de pesquisa indicados por você, juntamente com seu endereço IP, os identificadores exclusivos dos cookies, a hora e data da pesquisa e a configuração de seu navegador. Nós tentaremos obter sua localização com base em seu endereço IP, e usaremos essa informação para exibir resultados de pesquisa de acordo com sua localização geográfica. Ao usar um navegador da web, você pode mudar sua localização padrão usando, por exemplo, um link "Opções" na página de pesquisa. Além disso, sua localização e outras configurações de pesquisa são armazenadas em um cookie em sua máquina. Se você estiver usando um dispositivo móvel e tiver autorizado os serviços de Pesquisa do Bing a utilizar sua localização atual, também coletaremos informações sobre sua localização. Para obter informações sobre a desativação de serviços de pesquisa com base na localização no Windows 8, consulte a seção [Serviços de Localização Bing](#) nesta declaração de privacidade.
- **Registo.** Quando você se registra em nossos sites ou serviços, poderá lhe ser solicitado informações sobre você próprio, como seu nome, data de nascimento e CEP.
- **Entrar.** Para acessar a alguns serviços da Microsoft, será necessário entrar com um endereço de email e uma senha, designados por conta Microsoft. Se você acessar nossos serviços por meio de um celular, também poderá utilizar seu número de telefone e um PIN como credencial alternativa ao nome do usuário e senha. Ao entrar em um site ou serviço da Microsoft, você poderá entrar automaticamente em outros sites e serviços da Microsoft que usem a conta da Microsoft. Clique [aqui](#) para obter mais informações sobre a privacidade da conta Microsoft.
- **Utilização de nossos sites, aplicativos e serviços.** Coletamos informações que indicam a forma como você interage com nossos aplicativos e serviços, incluindo o navegador que está usando, endereço IP, localização, cookies ou outros IDs exclusivos, as páginas que visita e as funcionalidades que usa.
- **Dados de outras fontes.** Podemos obter informações adicionais sobre o usuário, como dados demográficos que compramos de outras empresas.
- **Serviços de pesquisa para o Yahoo!** O Bing fornece serviços de pesquisa ao Yahoo! e respectivos usuários. Para fornecer esses serviços, o Bing recebe do Yahoo! determinadas informações relacionadas à pesquisa. Essas informações incluem: data, hora, endereço IP, um identificador exclusivo e outras informações relacionadas à pesquisa. Quando recebemos uma consulta de pesquisa e as informações relacionadas do Yahoo!, lidamos com elas de acordo com a prática de retenção e exclusão da identificação do Yahoo!. Esse procedimento inclui a exclusão completa do endereço IP da maior parte dos arquivos de log em um prazo de noventa dias. As informações fornecidas como parte integrante dos serviços de pesquisa servem para ajudar a selecionar a publicidade que lhe é apresentada ao realizar essa pesquisa.

Como coletamos:

Usamos diversos métodos e tecnologias para coletar informações sobre como você usa nossos sites e serviços, como:

- Formulários Web, como quando você digita informações em um formulário de registro ou digita uma consulta de pesquisa em uma caixa de pesquisa.
- Tecnologias como cookies e sinalizadores web (consulte a [seção de cookies](#) desta declaração de privacidade para obter mais informações sobre essas tecnologias).
- Registros da web, que nos permitem coletar as informações padrão que o navegador ou o aplicativo envia para todos os sites que você visita, tais como seu endereço IP, o tipo e o idioma do navegador e a URL do site de origem, bem como as páginas que visita e os links usados ao visitar nossos sites e serviços.

- Software instalado em seu computador ou outros dispositivos, que pode enviar as informações necessárias de volta para operar, atualizar ou aprimorar aquele software.

Armazenamento e Retenção:

Armazenamos termos de pesquisa (e os IDs dos cookies associados aos termos de pesquisa) em um local separado de qualquer informação de conta que identifique diretamente o usuário, como o nome, o endereço de email ou números de telefone. Além disso, possuímos proteções tecnológicas e de procedimento integradas, projetadas para evitar a correlação não autorizada dessas informações. Nós tomamos medidas adicionais para proteger a privacidade de informações de pesquisa armazenadas, ao remover completamente o endereço IP após 6 meses, e os cookies e outros identificadores de sessão cruzada após 18 meses.

Como usamos suas informações pessoais

Resumo

A Microsoft usa as informações que coletamos para operar, aprimorar e personalizar os produtos e serviços que oferecemos. Também poderemos usar as informações para nos comunicarmos com você, por exemplo, fornecer informações sobre sua conta e atualizações de segurança.

Para serviços do Bing, usamos essas informações para lhe fornecer resultados de pesquisa relevantes. Também usamos as informações coletadas para manter e aprimorar a qualidade, segurança e integridade de nossos serviços. Por exemplo, podemos usar essas informações para fins de pesquisa e para aprimorar a relevância dos resultados da pesquisa do Bing. Essas informações também são necessárias para detectar e proteger contra ameaças de segurança, como ataques de botnets, fraudes de clique, worms, entre outras.

Finalmente, conforme descrito na seção [Apresentação de Publicidade](#) deste documento, poderemos usar os dados de consulta de pesquisa com o objetivo de personalizar os anúncios exibidos durante a utilização de nossos serviços ou dos serviços de nossos parceiros de publicidade.

Texto completo

Como usamos suas informações pessoais.

A Microsoft usa as informações que coletamos para operar, aprimorar e personalizar os produtos e serviços que oferecemos. As informações coletadas através de um serviço da Microsoft poderão ser combinadas com informações coletadas através de outros serviços da Microsoft para lhe oferecer uma experiência mais consistente e personalizada em suas interações conosco. Também poderemos complementar esta experiência com informações de outras empresas. Por exemplo, poderemos usar serviços de outras empresas que nos ajudam a calcular uma área geográfica geral com base em seu endereço IP, para personalizarmos determinados serviços relativamente à sua área geográfica.

Para serviços do Bing, usamos essas informações para lhe fornecer resultados de pesquisa relevantes. Também usamos as informações coletadas para manter e aprimorar a qualidade, segurança e integridade de nossos serviços. Por exemplo, podemos usar essas informações para fins de pesquisa e para aprimorar a relevância dos resultados de pesquisa. Essas informações também são necessárias para detectar e proteger contra ameaças de segurança, como ataques de botnets, fraudes de clique, worms, entre outras.

Também poderemos usar as informações para nos comunicarmos com você, por exemplo, informando quando uma assinatura está acabando, avisando quando atualizações de segurança estiverem disponíveis ou informando quando você precisa tomar atitudes para manter sua conta ativa.

A Microsoft disponibiliza muitos de nossos sites e serviços de graça, por serem suportados pela publicidade. Para disponibilizar amplamente estes serviços, as informações que coletamos poderão ser usadas para ajudar a melhorar os [anúncios](#) que lhe apresentamos, tornando-os mais relevantes para você. Por exemplo, podemos usar dados da consulta de pesquisa para personalizar os anúncios que exibimos a você enquanto utiliza nossos serviços ou serviços de nossos parceiros de publicidade. Os termos de pesquisa digitados no Bing são categorizados e determinados segmentos de usuário são inferidos com base naqueles termos. Por exemplo, se você pesquisar por termos associados ao esporte, poderemos associar um "segmento de esporte" ao identificador exclusivo do cookie, o que originará uma maior probabilidade de lhe serem apresentados anúncios relacionados com esporte.

Razões pelas quais compartilhamos suas informações pessoais

Resumo

Compartilhamos suas informações com seu consentimento. Nós também poderemos compartilhar ou divulgar informações com afiliados e fornecedores da Microsoft quando exigido por lei ou para responder perante um processo jurídico; para proteger nossos clientes; para proteger vidas; para manter a segurança de nossos serviços e para proteger os direitos ou a propriedade da Microsoft.

Poderemos compartilhar alguns dos dados de pesquisa anônimos com outras entidades selecionadas para fins de pesquisa.

Quando você clica em um link em uma página de resultados da pesquisa do Bing, o site de destino receberá as informações padrão que seu navegador envia para qualquer site que você visita, incluindo a URL do site de origem. O site de destino poderá determinar o termo de pesquisa que você inseriu, pois a URL na página de resultados da pesquisa do Bing contém o texto da consulta de pesquisa inserido.

Se seu navegador permitir que as páginas sejam pré-executadas em segundo plano para um desempenho mais rápido, o Bing pode usar essas funcionalidades e seu navegador pode pré-executar página(s) em segundo plano para obter resultados mais rápidos. Quando seu navegador executa uma página em segundo plano, será como se você tivesse visitado essa página, possibilitando o envio da URL da página de resultados do Bing (que podem conter sua consulta de pesquisa) e a transferência de qualquer arquivo cookie que a página pode definir. Você pode excluir cookies através das definições de seu navegador. Clique [aqui](#) para obter mais informações sobre como excluir cookies ou controlar a pré-execução de páginas no Internet Explorer 11.

Texto completo

Compartilhamos suas informações com seu consentimento. Nós também poderemos compartilhar ou divulgar informações com afiliados e fornecedores da Microsoft quando exigido por lei ou para responder perante um processo jurídico; para proteger nossos clientes; para proteger vidas; para manter a segurança de nossos serviços e para proteger os direitos ou a propriedade da Microsoft.

Poderemos compartilhar alguns dos dados de pesquisa anônimos com outras entidades selecionadas para fins de pesquisa. Antes de fazer isso, removemos todos os identificadores exclusivos, como endereços IP e IDs de cookies, das informações. Também processamos as informações para remover qualquer informação identificável que possa ter sido incluída pelos usuários nos termos de pesquisa (como números de previdência social ou números de cartão de crédito). Além disso, exigimos que esses terceiros mantenham as informações seguras e que não as usem para outros fins.

Quando você clica em um resultado de pesquisa ou anúncio em uma página de resultados de pesquisa do Bing, o site de destino receberá as informações padrão que seu navegador envia para qualquer site que você visita, incluindo a URL do site de origem (neste caso, a página de resultados de pesquisa do Bing). O site de destino poderá determinar o termo de pesquisa que você inseriu, pois a URL na página de resultados da pesquisa do Bing contém o texto da consulta de pesquisa inserido

(que pode incluir nomes, endereços ou quaisquer outras informações identificativas que você inseriu).

Se seu navegador permitir que as páginas sejam pré-executadas em segundo plano para um desempenho mais rápido, o Bing pode usar essas funcionalidades e seu navegador pode pré-executar página(s) em segundo plano para obter resultados mais rápidos. Quando seu navegador executa uma página em segundo plano, será como se você tivesse visitado essa página, possibilitando o envio da URL da página de resultados do Bing (que podem conter sua consulta de pesquisa) e a transferência de qualquer arquivo cookie que a página pode definir. Você pode excluir cookies através das definições de seu navegador. Clique [aqui](#) para obter mais informações sobre como excluir cookies ou controlar a pré-execução de páginas no Internet Explorer 11.

Nós podemos compartilhar ou divulgar informações pessoais com outras subsidiárias controladas pela Microsoft e suas afiliadas, bem como com fornecedores ou agentes que trabalhem em nosso nome. Por exemplo, as empresas contratadas para prestar serviço de suporte ao cliente ou ajudar na proteção e segurança de nossos serviços podem precisar de acesso às informações pessoais para desempenhar essas funções. Nesses casos, essas empresas devem cumprir nossos requisitos de privacidade de dados e elas não têm permissão para usar as informações para qualquer outro propósito. Nós também poderemos divulgar informações pessoais como parte de uma transação do grupo, tal como uma fusão ou uma venda de ativos.

Por fim, nós podemos acessar, divulgar e salvar suas informações pessoais, incluindo seus conteúdos privados (tais como o conteúdo de suas mensagens de email, outras comunicações privadas ou arquivos em pastas privadas), quando acreditamos em boa fé que isso é necessário para:

1. cumprir a lei ou responder a processos legais instaurados por autoridades competentes, incluindo os provenientes das autoridades ou de agências governamentais;
2. proteger nossos clientes, por exemplo, para evitar spam ou tentativas de defraudar os usuários dos serviços, ou para ajudar a evitar ferimentos graves ou perda de vidas;
3. operar e manter a segurança de nossos serviços, incluindo evitar ou impedir um ataque em nossos sistemas informáticos ou redes; ou
4. proteger os direitos ou a propriedade da Microsoft, incluindo a aplicação dos termos que regem o uso dos serviços; no entanto, se nós recebermos informações que indiquem que alguém está usando nossos serviços para traficar propriedade física ou intelectual da Microsoft, não inspecionaremos a vida privada do cliente por conta própria, mas poderemos denunciar a questão para as autoridades.

Tenha em conta que alguns de nossos sites e serviços incluem links para sites ou serviços de terceiros que possuem políticas de privacidade diferentes das da Microsoft. Se você enviar informações pessoais para qualquer desses sites ou serviços, seus dados serão regidos pelas declarações de privacidade desses terceiros.

Acessando suas informações pessoais e seu histórico de pesquisa

Resumo

Quando você utiliza um navegador da web, a página de preferências do Bing lhe permite gerenciar suas preferências de pesquisa, tais como o histórico de pesquisa, as configurações de linguagem de pesquisa e seus interesses ou favoritos salvos, que podem ser usados nos serviços Microsoft quando você se conecta usando sua conta Microsoft. Essas configurações permitem personalizar sua experiência de pesquisa e fornecem funcionalidades que são mais relevantes para você e para os seus interesses.

Na Pesquisa Bing de seu navegador, usando os termos de pesquisa que você insere e os resultados em que você clica, o histórico de pesquisa disponibiliza uma forma fácil de revisitar os sites e as pesquisas que você usou antes. Você pode impedir que seu histórico de pesquisa apareça no site seguindo as etapas disponibilizadas [aqui](#) ou visitando a página de preferências do Bing apresentada anteriormente. Se você limpar seu histórico, ele será removido do serviço Histórico de Pesquisa, impedindo que o histórico seja apresentado no site, mas não elimina a informação de nossos registros normais de pesquisas, que é guardada anonimamente conforme descrito na seção [Coleta de Suas Informações](#).

Texto completo

Quando você utiliza um navegador da web, a página de preferências do Bing lhe permite gerenciar suas preferências de pesquisa, tais como o histórico de pesquisa, as configurações de linguagem de pesquisa e seus interesses ou favoritos salvos, que podem ser usados nos serviços Microsoft quando você se conecta usando sua conta Microsoft. Essas configurações permitem personalizar sua experiência de pesquisa e fornecem funcionalidades que são mais relevantes para você e para os seus interesses.

Gestão do Histórico de Pesquisa

Na Pesquisa Bing de seu navegador, usando os termos de pesquisa que você insere e os resultados em que você clica, o histórico de pesquisa disponibiliza uma forma fácil de revisitar os sites e as pesquisas que você usou antes. Você pode impedir que o histórico de pesquisa surja no site seguindo as etapas disponibilizadas [aqui](#). Se você limpar seu histórico, ele será removido do serviço Histórico de Pesquisa, impedindo que o histórico seja apresentado no site, mas não elimina a informação de nossos registros normais de pesquisas, que é guardada anonimamente conforme descrito na seção [Coleta de Suas Informações](#).

Gerenciar Interesses e Configurações de personalização

Quando você fez logon em sua conta da Microsoft, a página de interesses lhe permite ver, gerenciar e eliminar tópicos e favoritos, tais como tópicos de notícias ou equipes esportivas que você configurou nos aplicativos Bing e MSN ou interesses que confirmou quando usou outros Serviços Microsoft como a Cortana. Você também pode eliminar esses interesses e outras informações usadas para personalização na guia Personalização da página Configurações. Uma vez que esses interesses e as definições de personalização são usados nos Serviços Microsoft da plataforma Bing (descritos na seção [Serviços Microsoft da plataforma Bing](#)), eliminar essas configurações pode ter efeito na personalização de outros serviços associados ao Bing, como a Cortana e os aplicativos MSN. Eliminar essas configurações também pode impedir que novos interesses ou configurações de personalização sejam criadas caso você continue usando recursos de personalização nestes serviços e aplicativos Microsoft.

Para controlar os recursos de personalização nestes serviços e aplicativos, saia de sua conta da Microsoft ou desconecte sua conta da Microsoft do serviço ou aplicativo específico na opção Configurações. Para impedir a personalização Cortana nos dispositivos Windows aplicáveis, você pode desabilitar a Cortana visitando Configurações->Aplicativos->Cortana em seu dispositivo Windows.

Entrar em contato com a Microsoft para acessar outras informações

Você também pode entrar em contato com a Microsoft através do [formulário web](#). Nós faremos os esforços razoáveis para responder aos pedidos pela web para acesso ou eliminação de seus dados pessoais no espaço de 30 dias.

Serviços Microsoft da plataforma Bing

115

Resumo

Os serviços e aplicativos Microsoft associados aos serviços Bing, tais como aplicativos MSN e Bing, Cortana e serviços de mapeamento Microsoft usam a pesquisa Bing para lhe disponibilizar recursos melhorados e formas práticas de acessar a informação como previsão meteorológica, relatórios de tráfego ou resultados de pesquisas na Internet (nem todos os aplicativos Microsoft ou recursos Bing estão disponíveis em todos os países). Esses serviços da plataforma Bing estão disponíveis em uma variedade de plataformas, incluindo aplicativos pré-instalados com o Windows, aplicativos criados para o iOS, aplicativos na Microsoft Store e como plug-ins e barras de ferramentas do navegador.

Quando você faz uma pesquisa em um serviço ou aplicativo da plataforma Bing, essa informação será enviada para a Microsoft para lhe fornecer os resultados da pesquisa que você está solicitando. Usamos e protegemos essas informações conforme descrito na seção [Coleta de Suas Informações](#) desta declaração.

Alguns serviços da plataforma Bing, tais como a Cortana e os aplicativos MSN, disponibilizam para você uma experiência melhorada quando você conecta estes serviços a uma conta da Microsoft. Quando você faz logon e conecta esses serviços da plataforma Bing à sua conta da Microsoft, a Microsoft pode usar suas informações para personalizar estes e outros serviços e aplicativos. A personalização lhe oferece uma experiência personalizada, apresentando funcionalidades que são mais relevantes para você e para os seus interesses.

Texto completo

Os serviços e aplicativos Microsoft associados aos serviços Bing, tais como aplicativos MSN, Cortana e serviços de mapeamento Microsoft usam a pesquisa Bing para lhe disponibilizar recursos melhorados e formas práticas de acessar a informação como previsão meteorológica, relatórios de tráfego ou resultados de pesquisas na Internet (nem todos os aplicativos Microsoft ou recursos Bing estão disponíveis em todos os países). Esses serviços da plataforma Bing estão disponíveis em uma variedade de plataformas, incluindo aplicativos pré-instalados com o Windows, aplicativos criados para o iOS, aplicativos na Microsoft Store e como plug-ins e barras de ferramentas do navegador.

Quando você faz uma pesquisa em um serviço ou aplicativo da plataforma Bing, essa informação será enviada para a Microsoft para lhe fornecer os resultados da pesquisa que você está solicitando. Usamos e protegemos essas informações conforme descrito na seção [Coleta de Suas Informações](#) desta declaração.

Em relação à funcionalidade de Sugestão automática, os caracteres que você inserir em um serviço ou aplicativo da plataforma Bing para fazer uma pesquisa serão enviados para a Microsoft para lhe fornecer sugestões de pesquisa em tempo real.

Aplicativos MSN e Bing

Quando você instala aplicativos MSN e Bing, tais como o aplicativo MSN Esporte e MSN Meteorologia, coletamos informações que nos dizem se o aplicativo foi instalado corretamente, a data da instalação, a versão do aplicativo e outras informações sobre o computador, como o sistema operacional e o navegador. Essas informações serão coletadas com regularidade para nos ajudar a determinar o número de usuários do aplicativo e os problemas associados às diferentes versões do aplicativo e a sistemas operacionais e navegadores diferentes.

Além disso, quando você usa um aplicativo MSN ou Bing, coletamos informações sobre a forma como interage com cada aplicativo, como os botões em que clica, informações usadas pela Microsoft para operar os serviços Bing e ajudar a melhorar o Bing e outros produtos e serviços da Microsoft.

Nos aplicativos MSN e Bing, o botão Configurações dispõe também de uma opção Microsoft Advertising que permite ativar ou desativar a utilização das informações coletadas pelos aplicativos MSN e Bing para personalização de publicidade.

Cortana

Cortana, uma assistente pessoal disponível nas versões 8.1 do Windows phone, pertence à plataforma Bing. A Cortana tem a capacidade de acompanhar seus interesses para lhe proporcionar uma experiência personalizada, tais como através de lembretes personalizados, sugestões, resultados de pesquisa e recomendações de aplicativos. Suas consultas de pesquisa no Bing feitas através da Cortana são tratadas como qualquer outra consulta de pesquisa no Bing e combinadas de forma a melhorar seus resultados de pesquisa Bing, bem como a relevância dos anúncios personalizados. Essas pesquisas estão sujeitas às Políticas de serviços Bing apresentadas nesta declaração. Quando você fez logon em sua conta da Microsoft, seus interesses Cortana podem ser sincronizados e utilizados por outros aplicativos e serviços Microsoft, tais como aplicativos MSN ou Bing, para personalizar seus interesses de perfil, preferências e favoritos nesses aplicativos também. Para mais informações sobre a forma como a Cortana coleta e utiliza suas informações, consulte a [declaração de privacidade Cortana](#).

Personalização e sincronização

Alguns serviços da plataforma Bing, tais como a Cortana e os aplicativos MSN, disponibilizam para você uma experiência melhorada quando você conecta estes serviços a uma conta da Microsoft. Quando você faz logon e conecta esses serviços da plataforma Bing à sua conta da Microsoft, a Microsoft pode usar suas informações para personalizar estes e outros serviços e aplicativos. A personalização lhe oferece uma experiência personalizada, apresentando funcionalidades que são mais relevantes para você e para os seus interesses. Estes recursos usam informações obtidas nas pesquisas que você faz nestes serviços e aplicativos da plataforma Bing (conforme descrito nas seções "[Coleta de Suas Informações](#)" e "[Uso de Suas Informações](#)" acima) e informações associadas à sua conta da Microsoft.

Todas as informações usadas para personalização e sincronização são armazenadas nos servidores da Microsoft e são transmitidas usando SSL, por motivos de segurança. Algumas informações usadas para personalizar seus aplicativos em um determinado PC não serão sincronizadas nesse PC e em seus dispositivos até que você adicione esse PC à sua conta Microsoft como PC seguro.

Para aplicativos MSN e Bing, tais como o aplicativo MSN Meteorologia e MSN Esporte, caso você tenha feito logon no Windows ou no Windows Phone com uma conta da Microsoft (ou uma conta de domínio conectada a uma conta da Microsoft), o recurso de personalização e sincronização serão ativados por predefinição. Se você pretender parar a personalização e sincronização em um aplicativo MSN ou Bing, saia de sua conta Microsoft através das configurações do aplicativo.

Para alguns serviços ou aplicativos da plataforma Bing, você poderá precisar conectar sua conta da Microsoft ao serviço ou aplicativo antes de ativar a personalização ou consentir a personalização antes de usar esse aplicativo. Consulte a declaração de privacidade do serviço ou aplicativo específico para mais informações.

As configurações de personalização e de sincronização podem ser diferentes, de acordo com a versão de seu serviço ou aplicativo da plataforma Bing. Para mais informações sobre como gerenciar as configurações de personalização, consulte a seção "[Acesso às suas informações](#)".

Personalização e sincronização em aplicativos Bing mais antigos e aplicativos Bing em dispositivos que não sejam da Microsoft

Outros aplicativos Bing em dispositivos Microsoft e dispositivos que não sejam Microsoft, como versões mais antigas do aplicativo Bing para iOS, não dispõem da personalização/sincronização que lhe permite usar sua conta Microsoft para entrar ou sair no aplicativo.

As versões mais antigas dos aplicativos Bing para Windows não disponibilizam a funcionalidade personalização e dependem da opção de Sincronização de configurações nas configurações do PC para determinar a sincronização das configurações personalizadas do aplicativo. Se você não pretender sincronizar as configurações personalizadas do aplicativo, você pode desativar esta funcionalidade nas configurações do PC -> Sincronizar configurações. Você também pode

desativar a sincronização não entrando no Windows com uma conta Microsoft (ou uma conta de domínio conectada a uma conta Microsoft).

Em aplicativos Bing em seu dispositivo iOS, as funcionalidades de personalização ou sincronização podem ser ativadas e desativadas entrando ou saindo de sua conta Microsoft.

11

Configurar serviços e aplicativos da plataforma Bing para usarem outras fontes de dados:

Alguns serviços e aplicativos da plataforma Bing disponibilizam a opção de configurar o serviço ou o aplicativo para utilizar informações adicionais de outros produtos e serviços da Microsoft ou de terceiros. Por exemplo:

- As informações do Facebook, se a personalização do Facebook estiver ativa, para serem usadas por serviços e aplicativos que usem recursos sociais (como o Guia Local nos Mapas e na Cortana). Consulte a seção "Conectar o Facebook aos Serviços Bing" para obter mais detalhes.
- Os dados financeiros de instituições financeiras terceiras que você compartilha com o aplicativo Dinheiro. O aplicativo Dinheiro apenas apresenta essas informações e não as armazena juntamente com suas informações de pesquisa. As credenciais de logon que você usa para acessar a informações financeiras de terceiros são criptografadas em seu PC e não são enviadas para a Microsoft.
- Informações de outras empresas que você tenha configurado, como itinerários de viagem no aplicativo Viagens e assinaturas no aplicativo Notícias.
- O Flurry Analytics é usado em alguns aplicativos da plataforma Bing para entender melhor como você utiliza o aplicativo. Para saber mais sobre o Flurry Analytics e obter informações sobre como recusar sua participação, visite <http://flurry.com/legal-privacy/end-user-opt-out>.

Programa de Melhoramento da Experiência do Bing para Barra de Ferramentas do Bing e Área de Trabalho do Bing

Se você estiver usando o Ambiente de Trabalho ou Barra de Ferramentas do Bing e escolher participar no Programa de Melhoramento da Experiência do Bing, coletamos também informações adicionais sobre a forma como usa esses aplicativos específicos do Bing, incluindo informações sobre suas pesquisas no âmbito desses aplicativos. Além disso, se você participar no programa de Experiência do Bing na Barra de Ferramentas do Bing, coletamos informações sobre os endereços dos sites que visitar para ajudar a melhorar a classificação e relevância da pesquisa. As informações coletadas através do Programa de Melhoramento da Experiência do Bing nos ajudam a melhorar a qualidade e desempenho de nossos produtos e serviços.

Para ajudar a proteger sua privacidade, não usamos quaisquer informações coletadas através do Programa de Melhoramento da Experiência do Bing para identificá-lo, entrar em contato ou selecionar publicidade para você. Além disso, tomamos medidas para armazenar tais informações separadamente de quaisquer informações de conta que o identifiquem diretamente, como nome, endereço de email ou números de telefone. Por fim, excluímos as informações coletadas através do Programa de Melhoramento da Experiência do Bing ao fim de dezoito meses. Você pode deixar de participar no Programa de Melhoramento da Experiência do Bing seguindo as instruções [aqui](#).

Binglets

Os Binglets integram serviços de terceiros na pesquisa do Bing, os quais permitem associar uma ação aos resultados de sua pesquisa. Por exemplo, se você pesquisar restaurantes, um Binglet oferece a funcionalidade para permitir que você reserve uma mesa. Quando você usa um "Binglet" de terceiros em um aplicativo Bing, as informações fornecidas são compartilhadas com esse terceiro. Para obter detalhes sobre a coleta de informações de terceiros e práticas de uso, consulte a política de privacidade em seus sites. O Bing não coleta nem armazena separadamente informações fornecidas a um Binglet de terceiros

Conectar o Facebook aos Serviços Bing

A pesquisa Bing e os Serviços Microsoft da plataforma Bing também têm recursos disponíveis que lhe permitem se conectar ao Facebook para personalizar ainda mais sua experiência na pesquisa Bing e personalizar sua experiência nos serviços Microsoft da plataforma Bing. Um exemplo dessas funcionalidades de personalização adicionais é o Guia Local no Windows Phone. você pode desativar essas funcionalidades da personalização imediata do Facebook acessando <https://www.facebook.com/settings?tab=applications> e removendo o aplicativo Bing.

Serviços de localização Bing

Resumo

Se você permitiu que um serviço Microsoft ou um aplicativo que usa serviços Bing acessasse sua localização, a localização de seu dispositivo será enviada para a Microsoft juntamente com os termos de pesquisa, a data e a hora da pesquisa, e um identificador exclusivo gerado pelo serviço Microsoft ou pelo aplicativo. As funcionalidades de mapas nos serviços e aplicativos Microsoft também usam serviços Bing, e quando você submete informações, tais como um endereço para ser visualizado em um mapa, esse serviço ou aplicativo o encaminha para os serviços Bing para processamento.

Além disso, se você conectar um serviço Bing ou um aplicativo a outro serviço que disponha das funcionalidades de "Check-in" ou "Lembrete", tais como o Facebook ou o Foursquare, quando você usa estes aplicativos, a Microsoft armazena sua localização juntamente com suas informações de conta Microsoft.

Texto completo

Se você permitiu que um serviço Microsoft ou um aplicativo que usa serviços Bing acessasse sua localização, a localização de seu dispositivo será enviada para a Microsoft juntamente com os termos de pesquisa, a data e a hora da pesquisa, e um identificador exclusivo gerado pelo serviço Microsoft ou pelo aplicativo. As funcionalidades de mapas nos serviços e aplicativos Microsoft também usam serviços Bing, e quando você submete informações, tais como um endereço para ser visualizado em um mapa, esse serviço ou aplicativo o encaminha para os serviços Bing para processamento.

Além disso, se você conectar um serviço Bing ou um aplicativo a outro serviço que disponha das funcionalidades de "Check-in" ou "Lembrete", tais como o Facebook ou o Foursquare, quando você usa estes aplicativos, a Microsoft armazena sua localização juntamente com suas informações de conta Microsoft.

Você pode deixar de enviar informações relativas à localização, quer através das configurações de privacidade do Windows, quer através de configurações específicas do aplicativo, de acordo com a versão do Windows ou dispositivo. Por exemplo, no Windows 8.1, você tem a opção de atualizar tanto no menu de privacidade do Windows como no botão de configurações do aplicativo. Em versões mais antigas do Windows ou dispositivos que disponham de outros sistemas operacionais, consulte as informações de ajuda sobre como desligar a localização para esse sistema operacional ou dispositivo.

Ao usar as funcionalidades de mapas da Microsoft, nós mantemos um registro de todos os pedidos que o aplicativo utilizado faz ao serviço do Bing. As informações relacionadas com a localização existentes no pedido ou derivadas deste poderão ser usadas para calcular os pagamentos aos nossos fornecedores de dados que disponibilizam dados de mapas, de modo a podermos operar o serviço. Ocionalmente, iremos capturar todas as informações na solicitação para serem usadas ao realizar testes e na manutenção do serviço. Essas informações incluem a data e a hora do pedido e informações relacionadas com a localização que você tenha fornecido ao aplicativo, tais como a latitude e a longitude, o endereço, o nome do local ou os endereços de início e fim de um percurso.

Crianças

Resumo

Quando um site ou serviço da Microsoft coleta informações relacionadas com a idade, ele bloqueará o acesso a usuários menores de 13 anos ou solicitará que obtenham o consentimento de pais ou tutores antes de poderem usá-lo.

Quando a autorização for concedida, a conta da criança é tratada de forma semelhante a qualquer outra conta, incluindo a possibilidade de o titular da conta se comunicar com outros usuários.

Os pais podem alterar ou revogar o consentimento conforme descrito nesta declaração de privacidade.

Texto completo

Quando um site ou serviço da Microsoft coleta informações relacionadas com a idade, ele bloqueará o acesso a usuários menores de 13 anos ou solicitará que obtenham o consentimento de pais ou tutores antes de poderem usá-lo. Não pediremos intencionalmente a crianças com menos de 13 anos que fornecam mais informações do que as necessárias para o fornecimento dos nossos serviços.

Quando o consentimento for concedido, a conta da criança é tratada de forma muito semelhante a qualquer outra conta. A criança poderá ter acesso a serviços de comunicação como e-mail, mensagem instantânea e quadro de mensagens online e poderá se comunicar livremente com outros usuários de todas as idades.

Os encarregados de educação poderão alterar ou revogar as opções de consentimento anteriormente realizadas, bem como rever, editar ou solicitar a eliminação das informações pessoais das menores de idade. Por exemplo, os pais podem visitar sua [conta Microsoft](#) e clicar em "Permissões".

Exibição de Publicidade

Resumo

Grande parte dos anúncios online nos sites e serviços da Microsoft são apresentados pela Microsoft Advertising. Quando exibirmos anúncios online a você, colocaremos um ou mais cookies para reconhecer seu computador quando exibirmos um anúncio para você. Ao longo do tempo, poderemos reunir informações dos sites em que apresentamos anúncios e usar essa informação para ajudar a fornecer publicidade mais relevante.

Você poderá cancelar a recepção de anúncios personalizados da Microsoft Advertising visitando a página [Sua privacidade e anúncios personalizados Microsoft](#). Para obter mais informações sobre a forma como a Microsoft Advertising coleta e usa informações, consulte a [Declaração de privacidade da Microsoft Advertising](#).

Texto completo

Muitos de nossos sites da Web e serviços online são financiados por publicidade.

Grande parte dos anúncios online nos sites e serviços da Microsoft são apresentados pela Microsoft Advertising. Quando lhe apresentamos anúncios online, colocamos um ou mais cookies persistentes no seu computador, para reconhecê-lo sempre que exibirmos um anúncio para você. Por oferecemos anúncios em nossos próprios sites da Web, bem como aqueles de nossos parceiros de publicidade e editoras, conseguimos compilar informações ao longo do tempo sobre os tipos de páginas, conteúdo e anúncios que você ou outros usuários estão usando em seu computador, visitaram ou viram. Essas informações são usadas para diferentes propósitos, por exemplo, elas nos ajudam a tentar garantir que você não veja os mesmos anúncios várias vezes. Também usamos essas informações para selecionar e exibir anúncios selecionados que acreditamos que possam ser de seu interesse.

Você poderá cancelar a recepção de anúncios personalizados da Microsoft Advertising visitando a página [Sua privacidade e anúncios personalizados Microsoft](#). Para obter mais informações sobre a forma como a Microsoft Advertising coleta e usa informações, consulte a [Declaração de privacidade da Microsoft Advertising](#).

Também permitimos que outras empresas de publicidade, incluindo outras redes publicitárias, apresentem anúncios nos nossos sites. Em alguns casos, esses terceiros também podem colocar cookies em seu computador e coletar informações sobre suas atividades online em sites ou serviços online. Atualmente essas empresas incluem, entre outras: [24/7 Real Media](#), [AdBlade](#), [AdConion](#), [AdFusion](#), [Advertising.com](#), [AppNexus](#), [Bane Media](#), [Brand.net](#), [CasaleMedia](#), [Collective Media](#), [InMobi](#), [Interclick](#), [JumpTap](#), [Millennial Media](#), [Mobclix](#), [Mojiva](#), [ROI Media](#), [SpecificMedia](#), [Tribal Fusion](#), [ValueClick](#), [Yahoo!](#), [YuMe](#) e [Zumobi](#). Estas empresas poderão oferecer a você uma maneira de não participar de anúncios selecionados, baseados em seus cookies. Você poderá obter mais informações, clicando nos nomes das empresas acima e seguindo os links dos sites da Web de cada empresa. Muitas delas são também membros da [Network Advertising Initiative](#) ou da [Digital Advertising Alliance](#), que oferecem ambas uma forma simples de cancelar o envio de publicidade personalizada pelas empresas participantes.

Você deve estar ciente de que alguns navegadores incorporaram funcionalidades "Não Rastrear" (Do Not Track - DNT) que, quando ativadas, enviam um sinal no cabeçalho do navegador aos sites e serviços online, indicando que você não deseja ser controlado. É de responsabilidade do site ou serviço online que você visita (e de quaisquer terceiros que fornecem publicidade, conteúdos ou outras funcionalidades do site ou serviço online) decidir como interpretar e tratar o sinal. No entanto, ainda não existe consenso com relação ao tratamento do sinal DNT. Consequentemente, no momento, a Microsoft não responde aos sinais DNT de navegadores em seus próprios sites ou serviços online, ou em sites ou serviços online de terceiros nos quais a Microsoft fornece publicidade, conteúdo ou pode coletar informações. Continuamos trabalhando com a indústria online para definir um consenso com relação ao tratamento dos sinais DNT. Entretanto, os usuários poderão continuar cancelando a recepção de anúncios personalizados da Microsoft como indicado acima.

Preferências de comunicação

Resumo

Você pode interromper a entrega de email promocional proveniente dos sites e serviços da Microsoft, seguindo as instruções específicas na mensagem de email recebida. Você também tem a opção de escolher proativamente a recepção de email, chamadas telefônicas e correio postal promocional da Microsoft, visitando e entrando no [Gerenciador de Comunicações Promocionais](#).

Texto completo

Se você recebe emails promocionais da Microsoft e deseja parar de receber-lhos no futuro, poderá fazer isso seguindo as orientações daquela mensagem.

Você também tem a opção de escolher proativamente a recepção de email, chamadas telefônicas e correio postal promocional da Microsoft, visitando e entrando no [Gerenciador de Comunicações Promocionais](#), que lhe permite atualizar as informações de contato, gerenciar as preferências de contato no âmbito da Microsoft, cancelar assinatura e escolher se pretende compartilhar suas informações de contato com parceiros da Microsoft. Se não possuir uma conta Microsoft, você pode gerenciar suas preferências de comunicação por email da Microsoft, através deste [formulário web](#). Estas opções não se aplicam à exibição de publicidade online: consulte a seção "Exibição de Publicidade (Não exibir)" para obter mais informações a respeito desta questão. Também não se aplicam à recepção de comunicações obrigatórias do serviço, consideradas parte de determinados serviços da Microsoft, e que poderá receber periodicamente a menos que cancele o serviço.

Informações de instrumento de pagamento

Resumo

Os dados de pagamento são as informações que você fornece quando realiza compras online. Eles podem incluir seu número de instrumento de pagamento (*por ex.*, cartão de crédito, PayPal), seu nome e endereço para faturamento e o código de segurança associado ao seu instrumento de pagamento (*por exemplo*, o CSV ou CVV). Esta seção fornece informação adicional com relação à coleta e uso de sua informação de pagamento.

Texto completo

Os dados de pagamento são as informações que você fornece quando realiza compras online. Eles podem incluir seu número de instrumento de pagamento (*por ex.*, cartão de crédito, PayPal), seu nome e endereço para faturamento e o código de segurança associado ao seu instrumento de pagamento (*por exemplo*, o CSV ou CVV). Esta seção fornece informação adicional com relação à coleta e uso de sua informação de pagamento.

Os dados de pagamento são usados para concluir sua transação, bem como para a detecção e prevenção de fraude. Apoiando essas utilizações, a Microsoft pode compartilhar seus dados de pagamento com bancos e outras entidades que processam transações de pagamento ou outros serviços financeiros, e para a prevenção de fraude e redução de risco de crédito.

Quando você fornece dados de pagamento enquanto está com sessão iniciada em sua conta Microsoft ou de organização, iremos armazenar esses dados para ajudá-lo a concluir futuras transações.

Você pode atualizar ou remover as informações do instrumento de pagamento associada à sua conta Microsoft, iniciando sessão em <https://commerce.microsoft.com>. Você pode remover as informações do instrumento de pagamento associadas com a sua conta de organização entrando em contato com o [Suporte ao cliente](#). No entanto, após fechar sua conta ou remover um instrumento de pagamento, a Microsoft pode reter seus dados de instrumento de pagamento durante o tempo considerado razoável para completar sua transação existente, para cumprir os requisitos legais e de relatórios da Microsoft, e para a detecção e prevenção de fraude.

Conta da Microsoft

Resumo

A conta da Microsoft é um serviço que lhe permite fazer logon nos produtos, sites e serviços da Microsoft e dos parceiros da Microsoft. Quando você cria uma conta da Microsoft, pedimos que forneça algumas informações. Quando você entra em um site ou serviço usando sua conta da Microsoft, coletamos algumas informações para confirmar sua identidade em nome do site ou serviço, para protegê-lo contra uso mal-intencionado da conta e para proteger a eficiência e segurança do serviço de conta da Microsoft. Também enviamos algumas dessas informações a sites e serviços nos quais você faz logon com sua conta da Microsoft.

Nós usamos informações demográficas (sexo, país, idade e CEP, mas não usamos seu nome e informações de contato) da sua conta da Microsoft para lhe fornecer anúncios personalizados. **Você pode cancelar o recebimento de anúncios personalizados do Microsoft Advertising acessando a nossa [página de seleção](#).**

Para obter detalhes adicionais sobre a conta da Microsoft, inclusive como criar e usar uma conta da Microsoft, como editar informações da conta e como coletamos e usamos informações relacionadas à conta da Microsoft, clique em Saiba Mais.

Texto completo

A conta da Microsoft (anteriormente conhecida como Windows Live ID e Microsoft Passport) é um serviço que permite que você entre nos produtos, sites e serviços da Microsoft, bem como naqueles de parceiros selecionados da Microsoft.

Criar uma conta da Microsoft

Você pode criar uma conta da Microsoft [aqui](#) fornecendo um endereço de email, uma senha e outras informações de segurança, como um endereço de email alternativo e um número de telefone. Usaremos suas informações de segurança apenas para fins de segurança - por exemplo, para confirmar sua identidade ou redefinir sua senha se você não conseguir acessar a conta da Microsoft. Alguns serviços poderão exigir segurança adicional e, nesses casos, poderá ser solicitado que você forneça informações adicionais. O endereço de email e a senha que você usa para se inscrever em sua conta da Microsoft são suas "credenciais", que usará para se autenticar em nossa rede. Atribuímos um número de ID exclusivo para suas credenciais para identificar as credenciais e as informações associadas.

Você pode usar um endereço de email fornecido pela Microsoft (como aqueles terminados em outlook.com, live.com, hotmail.com ou msn.com) ou um endereço de email fornecido por terceiros (como aqueles terminados em gmail.com ou yahoo.com) ao se inscrever para uma conta da Microsoft. Você deve usar um endereço de email que possui em um serviço de email no qual você possui acesso.

Quando você criar uma conta da Microsoft, também pediremos que você forneça as seguintes informações demográficas: sexo, país, data de nascimento, código postal. Poderemos usar a data de aniversário para confirmar se crianças obtiveram o consentimento apropriado de pais ou responsáveis para usar uma conta da Microsoft, conforme exigido pela legislação local. Usamos essas informações demográficas para pesquisa de mercado. Essas informações demográficas também são usadas por seus sistemas publicitários para fornecer anúncios personalizados sobre produtos e serviços que lhe podem ser úteis, mas nossos sistemas publicitários não recebem nem utilizam informações que possam identificá-lo diretamente ou de modo pessoal (como eu nome, endereço de email e número de telefone). Se preferir não receber anúncios personalizados, você pode registrar esta preferência em sua conta da Microsoft visitando [esta página](#), para que sempre que entrar em sites ou serviços com a conta da Microsoft, nossos sistemas de publicidade não lhe forneçam anúncios personalizados. Para obter mais informações sobre como a Microsoft usa as informações para publicidade, consulte a [Política de Privacidade do Microsoft Advertising](#).

Após criar uma conta da Microsoft usando um endereço de email fornecido por um terceiro, lhe enviaremos um email solicitando que confirme ser o proprietário do endereço de email associado à sua conta da Microsoft. Este processo foi concebido para confirmar a validade do endereço de email e para ajudar a impedir que endereços sejam usados sem autorização dos proprietários.

Usaremos o endereço de email que você utilizou para criar sua conta da Microsoft para lhe enviar comunicações relacionadas ao seu uso dos serviços e produtos da Microsoft e para a segurança da sua conta. Também podemos enviar emails promocionais sobre produtos e serviços da Microsoft, conforme o permitido pelas leis locais. Para obter informações sobre como gerenciar o recebimento de comunicações promocionais, visite [Comunicações](#).

Entrar em software, sites ou serviços com sua conta da Microsoft

Quando você entra em um site ou serviço usando sua conta da Microsoft, coletamos algumas informações para confirmar sua identidade em nome do site ou serviço, para protegê-lo contra uso mal-intencionado da conta e para proteger a eficiência e segurança do serviço de conta da Microsoft. Por exemplo, quando você entra no serviço, o serviço de conta da Microsoft recebe suas credenciais e registra seu nome de entrada e outras informações, como o número exclusivo atribuído às suas

credenciais, o endereço IP, a versão do navegador da Web, o sistema operacional e horário e data. Se você usar uma conta da Microsoft para entrar em um dispositivo ou em um software que esteja instalado em um dispositivo, uma ID exclusiva aleatória será atribuída ao dispositivo; essa ID exclusiva aleatória será enviada como **11** parte de suas credenciais ao serviço de conta da Microsoft quando você entrar posteriormente em um site ou serviço com sua conta da Microsoft e será usada para ajudar a proteger sua conta. O serviço de conta da Microsoft envia as seguintes informações de verificação limitada ao site ou serviço em que você entrou: um número de ID exclusivo que permite que o site ou serviço determine se você é a mesma pessoa em uma sessão de entrada no serviço e na sessão seguinte; o número de versão atribuído à sua conta (um novo número é atribuído sempre que você altera suas informações de entrada); se seu endereço de email foi confirmado; e se sua conta foi desativada.

Quando você entra no Windows com uma conta da Microsoft, o Windows envia informações padrão do computador para a Microsoft, assim como o fabricante, o modelo e a versão do dispositivo. Você pode utilizar estas informações padrão do dispositivo para personalizar determinadas comunicações para você – por exemplo, emails elaborados para ajudá-lo a usar o dispositivo. Se você entrar em seu dispositivo Windows 8.1 com sua conta da Microsoft, o Windows usará as suas informações da conta da Microsoft para fazer você entrar nos aplicativos, sites da Web e serviços da Microsoft. Para saber mais sobre entrar no Windows com uma conta da Microsoft, consulte a [Política de Privacidade do Windows 8.1](#).

Alguns sites e serviços de terceiros que permitem que você entre em sua conta da Microsoft solicitam seu endereço de email para lhe fornecer os serviços. Nesses casos, quando você entrar, a Microsoft fornecerá ao site ou serviço seu endereço de email, mas não sua senha. Se você criou as credenciais de sua conta da Microsoft com o site ou o serviço, ele pode ter acesso limitado às informações associadas às suas credenciais e ao seu perfil, conforme observado durante a criação da conta.

Se você recebeu sua conta de um terceiro, como uma escola, empresa, provedor de serviços de Internet ou o administrador de um domínio gerenciado, o terceiro poderá ter direitos sobre sua conta, inclusive a capacidade de redefinir sua senha, verificar o uso da conta ou os dados de perfil, ler ou armazenar conteúdo em sua conta e suspender ou cancelar sua conta. Nesses casos, você estará sujeito ao [Contrato de serviços da Microsoft](#) e a quaisquer termos de uso adicionais do terceiro. Se for o administrador de um domínio gerenciado e tiver fornecido contas da Microsoft a seus usuários, você será responsável por todas as atividades realizadas dentro dessas contas.

Observe que sites e serviços que permitem que você entre com sua conta da Microsoft podem usar ou compartilhar seu endereço de email ou outras informações pessoais que você fornece a eles, como descrito em suas políticas de privacidade. Eles podem compartilhar o número de ID exclusivo fornecido a eles pelo serviço de conta da Microsoft apenas para cumprir um serviço ou uma transação que você tenha solicitado. Todos os sites ou serviços que usam a conta da Microsoft são obrigados a postar uma política de privacidade, mas não controlamos nem monitoramos as práticas de privacidade desses sites, e suas práticas de privacidade poderão variar. **Você deve examinar cuidadosamente a política de privacidade de cada site em que entrar, para determinar como cada site ou serviço usará as informações que coletar.**

Conectando sua conta da Microsoft às suas contas de rede social

Você pode conectar sua conta da Microsoft à sua conta em uma rede social como o Facebook, o Twitter ou o LinkedIn para acessar informações dessas redes sociais em sua conta da Microsoft. Por exemplo, conectar sua conta da Microsoft a uma conta de rede social permite que você veja as atualizações de status ou mensagens de amigos dessa rede social na caixa de entrada do Outlook.com; inclui-los no catálogo de endereço da conta da Microsoft; e ver os aniversários deles no calendário da conta da Microsoft. Se você escolher conectar sua conta da Microsoft à sua conta de uma rede social, armazenaremos em cache determinadas informações sobre a conta da sua rede social em nossos servidores para que possamos exibir informações atualizadas dessa conta.

Você pode ver uma lista das redes sociais que oferecem contas às quais você pode conectar sua conta da Microsoft, bem como as contas de rede social às quais você já está conectado à sua conta da Microsoft, fazendo login e visitando o site profile.live.com/services. Você pode desconectar uma conta de rede social da sua conta da Microsoft a qualquer momento em profile.live.com/services. Se você desconectar uma conta de rede social, deixaremos de armazenar em cache as informações dessa conta.

A Microsoft não é responsável pelo conteúdo proveniente de serviços que não são da Microsoft ou por informações que você compartilha com esses serviços ou envia a eles. Se você usar um serviço de um terceiro, o uso de suas informações estará sujeito às práticas de privacidade do terceiro. **Você deve examinar cuidadosamente a política de privacidade de cada conta de rede social a qual você conecta a sua conta da Microsoft para determinar como ela usará as informações que coleta.**

Acessando suas informações pessoais e encerrando sua conta

Você pode acessar suas informações pessoais em suas contas da Microsoft indo até a [página de resumo de conta](#) da Microsoft. Você pode alterar seu nome de usuário, caso sua conta da Microsoft não pertença a um domínio gerenciado. E você pode alterar sua senha, seu endereço de email alternativo e seu número de telefone. Você também pode fechar sua conta da Microsoft indo para [conta](#) e, em seguida, "Fechar conta". Se sua conta da Microsoft estiver em um domínio gerenciado, poderá haver um processo especial de encerramento da conta. Observe que, se você for usuário do Outlook.com ou tiver uma conta de cobrança com a Microsoft, quando for para sua conta, poderá ser redirecionado para a página da [conta](#) desses serviços.

Se você usar um endereço de email fornecido pela Microsoft (como os endereços terminados em outlook.com, live.com, hotmail.com ou msn.com), ao entrar em sua conta da Microsoft, esse endereço de email será exclusivo para você enquanto sua conta da Microsoft estiver ativa. Se você ou a Microsoft encerrar sua conta da Microsoft conforme determinado no [Contrato de Serviços Microsoft](#), esse endereço de email ou nome de usuário (mas não a própria conta da Microsoft) poderá ser reciclado em nosso sistema e atribuído a outro usuário. Mais informações sobre a conta da Microsoft estão disponíveis no [site da conta da Microsoft](#).



Outras informações de privacidade importantes

Resumo

Mais informações

- Serviços que não são da Microsoft que usam a pesquisa do Bing
- Proteger a segurança de informações pessoais
- Onde armazenamos e processamos informações
- Alterações de nossas declarações de privacidade
- Informações de contato

Texto completo

Abaixo você encontrará informações de privacidade adicionais que poderá achar importantes. Muitas dessas informações descrevem práticas comuns na indústria, mas queremos nos certificar de que você tem conhecimento das mesmas. Lembre-se que essas informações não são uma descrição completa de nossas práticas – são todas *complementares* a outras informações mais específicas contidas nas declarações de privacidade de cada produto e serviço da Microsoft utilizado.

Nesta página:

- Serviços que não são da Microsoft que usam a pesquisa do Bing

- Proteger a segurança de informações pessoais
- Onde a informação é armazenada e processada
- Alterações de nossas declarações de privacidade
- Informações de contato

Serviços que não são da Microsoft que usam a pesquisa do Bing

Você pode acessar aos serviços do Bing enquanto utiliza outros sites ou serviços não Microsoft. Esses sites podem usar a API do Bing. Isso permite que eles fornecam resultados de pesquisa aos seus usuários. A Microsoft usará usar as informações de pesquisa apenas em conformidade com esta declaração. Você deve consultar a política de privacidade do site se tiver quaisquer dúvidas sobre a coleta de informações e as práticas de uso.

Proteger a segurança de informações pessoais

A Microsoft está empenhada em proteger a segurança de suas informações pessoais. Utilizamos uma vasta gama de tecnologias e procedimentos de segurança para ajudar a proteger suas informações pessoais contra acesso, utilização ou divulgação não autorizados. Por exemplo, armazenamos as informações pessoais fornecidas em sistemas de computador com acesso limitado, localizados em instalações controladas. Quando transmitimos informações altamente confidenciais (como um número de cartão de crédito ou senha) através da Internet, nós as protegemos através da criptografia, como por exemplo, através do protocolo SSL (Secure Socket Layer).

Se for utilizada uma senha para ajudar a proteger suas contas e informações pessoais, a manutenção da confidencialidade dessa senha é de sua responsabilidade. Não a compartilhe. Se você estiver compartilhando um computador com outras pessoas, deverá sempre fazer logout antes de sair de um site ou serviço para impedir que os usuários seguintes tenham acesso às suas informações.

Onde a informação é armazenada e processada

As informações pessoais coletadas por sites e serviços da Microsoft podem ser armazenadas e processadas nos Estados Unidos da América ou em qualquer outro país onde a Microsoft ou as respectivas empresas afiliadas, subsidiárias ou provedores de serviços disponham de instalações. A Microsoft respeita os princípios do programa Safe Harbor EUA-UE e do programa Safe Harbor EUA-Suíça estabelecido pelo U.S. Department of Commerce relativamente à coleta, utilização e retenção de dados do Espaço Econômico Europeu e da Suíça. Para obter mais informações sobre o programa Safe Harbor e para ver nosso certificado, consulte www.export.gov/safeharbor/.

A Microsoft pode manter suas informações pessoais por diversas razões, tais como para agir em conformidade com nossas obrigações jurídicas, resolver contestações, garantir o cumprimento de nossos contratos e durante o tempo que for necessário para fornecer serviços. Para obter mais informações sobre como acessar suas informações pessoais, consulte [Acesso às suas informações.](#)

Alterações de nossas declarações de privacidade

Atualizaremos ocasionalmente nossas declarações de privacidade para refletir os comentários dos clientes e as alterações realizadas em nossos serviços. Quando publicarmos alterações a esta declaração, alteraremos a data da "última atualização" que aparece na parte superior da declaração. Se existirem alterações materiais a esta declaração ou ao modo como a Microsoft utilizará suas informações pessoais, notificaremos através da publicação destacada de um aviso das alterações ou do envio direto de uma notificação antes da respectiva implementação. Aconselhamos que você revise periodicamente as declarações de privacidade dos produtos e serviços que usa para obter mais informações sobre como a Microsoft está protegendo suas informações.

Informações de contato

- Se tiver alguma questão geral ou técnica, consulte <http://support.microsoft.com/> para saber mais sobre as ofertas de suporte da Microsoft.
- Se você tiver uma questão relativa à senha de uma conta Microsoft, visite a [suporte da conta Microsoft](#).
- Para questões gerais sobre a privacidade da Microsoft, entre em contato conosco através de nosso [formulário Web](#).

Para encontrar uma filial Microsoft em seu país ou região, consulte <http://www.microsoft.com/worldwide/>.

Microsoft Privacy, Microsoft Corporation, One Microsoft Way, Redmond, Washington 98052 USA • 425-882-8080.

Mais informações sobre Privacidade e Segurança na Microsoft

[Privacidade na Microsoft >](#)

[Controle de sua Privacidade Online >](#)

[Segurança em casa >](#)

ANEXO C – Facebook: Política de uso de dados

[Cadastre-se](#)

E-mail ou telefone

Senha

122

[Entrar](#) Mantenha-me conectado

Não consegue se conectar?

Política de uso de dados

Data da última revisão: 15.11.13

Como usamos as informações que recebemos

- Informações que recebemos sobre você
- Informações públicas
- Nomes e números de identificação de usuários
- Como usamos as informações que recebemos
- Excluindo e desativando sua conta

Compartilhar e encontrar você no Facebook

- Controle todas as suas publicações
- Controle sobre a sua linha do tempo
- Como encontrá-lo no Facebook
- Acesso pelo telefone e outros dispositivos
- Registro de atividades
- O que seus amigos e outras pessoas compartilham sobre você
- Grupos
- Páginas

Outros sites e aplicativos

- Sobre a Plataforma do Facebook
- Controlando as informações que você compartilha com aplicativos
- Controlando o que é compartilhado quando as pessoas com quem compartilha usam aplicativos
- Entrando em outro site usando o Facebook
- Sobre os plug-ins sociais
- Sobre a personalização instantânea
- Mecanismo de pesquisa pública

Anúncios e conteúdo do Facebook

- Anúncios
- Conteúdo do Facebook

Cookies, pixels e outras tecnologias semelhantes

Mais algumas coisas que você precisa saber

I. Informações que recebemos e como são usadas

Informações que recebemos sobre você

Recebemos uma série de tipos diferentes de informações sobre você, incluindo:

Suas informações

Suas informações são as informações solicitadas quando você se inscreve no site, bem como as informações que você opta por compartilhar.

- **Informações de registro:** Ao se cadastrar no Facebook, você é solicitado a fornecer informações como seu nome, endereço de e-mail, data de nascimento e gênero. Em alguns casos, você poderá cadastrar-se usando outras informações como o seu número de telefone.
- **Informações que você opta por compartilhar:** Suas informações também incluem as informações que você opta por compartilhar no Facebook, como quando você publica uma atualização de status, carrega uma foto ou comenta sobre a história de um amigo.

Incluem também as informações que você opta por compartilhar quando se comunica conosco, por exemplo, quando você entra em contato conosco usando um endereço de e-mail, ou quando toma uma ação, por exemplo, quando adiciona um amigo, curte uma página ou um site, adiciona um lugar a sua história, usa nossos importadores de contato ou indica que está em um relacionamento.

- ➊ Seu nome, fotos do perfil, fotos de capa, redes, nome de usuário e número de identificação de usuário são tratados como quaisquer informações que você opte por tornar pública.
- ➋ Sua data de nascimento nos permite fazer coisas como exibir conteúdos e anúncios apropriados à sua idade.

Informações que outros compartilham sobre você

Recebemos informações sobre você de seus amigos e outras pessoas, como quando carregam suas informações de contato, publicam uma foto sua, marcam você em uma foto ou atualização de status, ou em um local, ou adicionam você a um grupo.

- ➌ Quando as pessoas usam o Facebook, elas podem armazenar e compartilhar informações sobre você e outras pessoas, como quando carregam e gerenciam seus convites e contatos.

Outras informações que recebemos sobre você

Também recebemos outros tipos de informações sobre você:

- Recebemos dados sobre você sempre que você usa ou entra no Facebook, como quando você olha a linha do tempo de outra pessoa, envia ou recebe mensagens, procura um amigo ou uma página, clica em, visualiza ou de alguma forma interage com as coisas, usa um aplicativo móvel do Facebook, compra Créditos do Facebook ou faz outras compras pelo Facebook.
- Quando você publica algo como fotos ou vídeos no Facebook, podemos receber dados (ou metadados) adicionais relacionados, como hora, data e local em que a foto ou o vídeo foram gravados.
- Recebemos dados do computador, do telefone celular ou outros dispositivos que você usa para instalar aplicativos do Facebook ou acessar o Facebook, incluindo quando diversos usuários conectam-se através do mesmo dispositivo. Isso pode incluir informações de rede e de comunicação, tais como seu endereço IP ou número do telefone celular e outras informações sobre coisas como seu serviço de Internet, sistema operacional, localização, o tipo (incluindo identificadores) de dispositivo ou navegador que você usa, ou as páginas que você visita. Por exemplo, podemos obter sua localização no GPS ou outras informações de localização para que possamos informar se algum de seus amigos está próximo de você ou podemos solicitar informações do dispositivo para melhorar a forma como nossos aplicativos funcionam no seu dispositivo.
- Recebemos dados sempre que você visita um jogo, aplicativo ou site que usa a [Plataforma do Facebook](#) ou visita um site com um recurso do Facebook (como um [plug-in social](#)), às vezes através de [cookies](#). Isso pode incluir a data e a hora que você visita o site; o endereço da Web ou URL em que você está; informações técnicas sobre o endereço IP, navegador e o sistema operacional usados; e, se estiver conectado ao Facebook, seu número de identificação de usuário.
- Ocassionalmente, obtemos dados de nossos [afiliados](#) ou anunciantes parceiros, clientes e outras fontes que nos ajudam (ou os ajudam) a fornecer anúncios, entender a atividade on-line e tornar o Facebook melhor de forma geral. Por exemplo, um anunciante pode nos contar informações sobre você (como você respondeu a um anúncio no Facebook ou em outro site) para avaliar a efetividade e melhorar a qualidade dos anúncios.

Conforme descrito em "Como usamos as informações que recebemos" também reunimos dados a partir das informações que já temos sobre você, seus amigos e outros, para que possamos oferecer e sugerir uma variedade de serviços e recursos. Por exemplo, podemos fazer sugestões de amigos, escolher histórias para seu Feed de notícias ou sugerir pessoas para marcar nas fotos. Podemos vincular sua cidade atual com informações do GPS e outras informações sobre o local que temos sobre você para, por exemplo, informar você e seus amigos sobre pessoas ou eventos próximos ou oferecer promoções em que você possa estar interessado. Também podemos reunir dados sobre você para fornecer anúncios ou outro conteúdo que possam ser mais relevantes para você.

- ➍ Ao obter sua localização GPS, reunimos tudo isso com outras informações de localização que já possuímos sobre você (como sua cidade atual). Mas só o mantemos até que não seja mais útil para lhe fornecer serviços, como manter suas últimas coordenadas do GPS para lhe enviar notificações relevantes.
- ➎ Somente fornecemos dados aos nossos anunciantes parceiros e clientes depois de removermos seu nome ou outras informações de identificação pessoal ou depois de combiná-las com dados de outras pessoas de maneira que não mais identifiquem você pessoalmente.

Informações públicas

Quando usamos a expressão "informações públicas" (que por vezes chamamos de "Informações para todos"), nos referimos às informações que você opta por tornar pública, bem como as informações que estão sempre disponíveis publicamente.

Informações que você opta por tornar pública

Optar por tornar suas informações públicas é exatamente o que parece: **qualquer pessoa**, inclusive fora do Facebook, poderá vê-las. [Saiba mais.](#)

Optar por tornar suas informações públicas também pode significar que essas informações:

- podem ser associadas a você (isto é, seu nome, fotos do perfil, fotos de capa, linha de tempo, número de identificação de usuário, nome de usuário etc.) mesmo fora do Facebook;
- podem aparecer quando alguém faz uma pesquisa no Facebook ou em um mecanismo de pesquisa público;
- estarão acessíveis a jogos, aplicativos e sites do Facebook que você e seus amigos usam; e
- ficarão acessíveis a qualquer pessoa que usar nossas APIs, como nossa [API gráfica](#).

💡 Algumas vezes, você não poderá selecionar determinado público-alvo quando publicar algo (como quando você escreve no mural de uma página ou comenta sobre um artigo de jornal que usa nosso plug-in de comentários). Isso acontece porque alguns tipos de histórias são sempre públicas. Como regra geral, você deve considerar que se não vir um ícone de compartilhamento, as informações estarão disponíveis publicamente.

💡 Quando outras pessoas compartilham informações sobre você, também podem optar por compartilhá-las publicamente.

Informações que estão sempre disponíveis publicamente

Os tipos de informações listados abaixo estão sempre disponíveis publicamente e são tratados da mesma forma que as informações que você decidiu tornar pública:

- **Nome:** Isso ajuda seus amigos e familiares a encontrar você. Se não se sente à vontade para compartilhar seu nome verdadeiro, você pode sempre [excluir](#) sua conta.
- **Fotos do perfil e da capa:** Isso ajuda seus amigos e familiares a reconhecer você. Se você não se sentir à vontade para compartilhar suas fotos publicamente, sempre poderá excluí-las. A menos que você as exclua, ao adicionar uma nova foto do perfil ou foto de capa, a foto anterior permanecerá pública no seu perfil ou no álbum de fotos de capa.
- **Redes:** Isso ajuda a ver com quem você compartilhará informações antes de selecionar "Amigos e redes" como um público-alvo personalizado. Se você não se sentir à vontade para compartilhar sua rede publicamente, poderá [sair da rede](#).
- **Sexo:** Isso permite nos referir a você corretamente.
- **Nome e número de identificação de usuário:** Permitem que você forneça um link personalizado para a sua linha do tempo ou página, receba um e-mail em seu endereço de e-mail do Facebook e ajude a tornar possível a Plataforma do Facebook.

Nomes e números de identificação de usuários

Nomes de usuários e IDs de usuário são a mesma coisa - uma forma de identificar você no Facebook. O ID do usuário é uma sequência de números e o nome de usuário geralmente é alguma variação de seu nome. Com seu nome de usuário, você recebe um link personalizado (uma URL do Facebook, tal como www.facebook.com/username) para sua linha do tempo que você pode fornecer para as pessoas ou publicar em sites externos.

Se alguém tiver seu nome de usuário ou número de identificação de usuário, essa pessoa poderá usá-lo para acessar informações sobre você através do site facebook.com. Por exemplo, se alguém tiver seu nome de usuário, essa pessoa pode digitar <https://graph.facebook.com/username> em seu navegador.

💡 Seu endereço de e-mail do Facebook incluirá seu nome de usuário público, como: username@facebook.com. As pessoas podem usar seu endereço de e-mail do Facebook para enviar mensagens, e qualquer pessoa em uma conversa por mensagem pode responder.

Como usamos as informações que recebemos

Usamos as informações que recebemos sobre você em relação aos serviços e recursos que fornecemos a você e a outros usuários, como seus amigos, nossos parceiros, os anunciantes que compram anúncios no site e os desenvolvedores que criam os jogos, aplicativos e sites que você usa. Por exemplo, além de ajudar as pessoas a ver a encontrar as coisas que você faz e compartilha, podemos usar as informações que recebemos sobre você:

- como parte de nossos esforços para manter os produtos, serviços e integrações do Facebook seguros e protegidos;
- para proteger os direitos ou propriedades do Facebook e de outros;
- para fornecer recursos e serviços de localização, como informar você e seus amigos quando algo está acontecendo nas redondezas;
- para avaliar ou entender a eficiência dos anúncios que você e outras pessoas visualizam, incluindo fornecer anúncios relevantes para você;
- para fazer sugestões para você e outros usuários do Facebook, como: sugerir que seu amigo use nosso importador de contatos porque você encontrou amigos usando-o, sugerir que outro usuário o adicione como amigo porque o usuário importou o mesmo endereço de e-mail que você ou sugerir que seu amigo marque você em uma foto que ele carregou e que você esteja presente; e
- para operações internas, que incluem correção de erros, análise de dados, testes, pesquisa, desenvolvimento e melhoria do serviço.

Conceder-nos permissão para usar [suas informações](#) não só nos permite fornecer o Facebook tal como é hoje, mas também nos permite fornecer recursos e serviços inovadores que desenvolvemos no futuro que usam, de novas maneiras, as informações que recebemos sobre você.

Embora você esteja nos permitindo usar as informações que recebemos sobre você, você sempre será o proprietário de todas as suas informações. Sua confiança é importante para nós, e é por isso que não compartilhamos informações sobre você com outros a menos que tenhamos:

- recebido sua permissão;
- notificado você, informando-o nesta política, por exemplo; ou
- removido seu nome e outras informações de identificação pessoal do site.

Obviamente, para [informações que outros compartilham sobre você](#), eles controlam como elas são compartilhadas.

Nós armazenamos dados pelo tempo necessário para fornecer produtos e serviços para você e outras pessoas, inclusive as descritas acima. Normalmente, as informações associadas à sua conta serão mantidas até sua conta ser excluída. Para certas categorias de dados, também podemos lhe contar sobre práticas de retenção de dados específicos.

💡 Podemos permitir acesso a [informações públicas](#) que foram compartilhadas por meio de nossos serviços.

💡 Podemos permitir que [fornecedores de serviços](#) acessem informações para que eles nos ajudem a oferecer alguns serviços.

💡 Podemos sugerir que seu amigo marque você em uma fotografia examinando e comparando fotografias de seu amigo com informações que reunimos a partir de suas fotos de perfil e de as outras fotos em que você tenha sido marcado. Se esse recurso estiver disponível para você, poderá controlar se sugerimos que outro usuário marque você em uma foto, usando as [configurações](#) de "Linha de tempo e marcação". Saiba mais em: <https://www.facebook.com/help/tag-suggestions>

Excluindo e desativando sua conta

Se você quiser parar de usar sua conta, você poderá [desativar](#) ou [excluir](#) a conta.

Desativar

Desativar sua conta a coloca em suspensão. Outros usuários não verão mais sua linha do tempo, mas nós não excluímos suas informações. Desativar uma conta é o mesmo que você dizer a nós para não excluirmos informações porque você pode querer reativar sua conta futuramente. Você pode desativar sua conta em: <https://www.facebook.com/settings?tab=security>

💡 Seus amigos ainda verão você listado em suas listas de amigos enquanto sua conta estiver desativada.

Exclusão

Ao excluir sua conta, ela será excluída permanentemente do Facebook. Leva aproximadamente um mês para excluir uma conta, mas algumas informações podem permanecer em cópias de backup e logs por até 90 dias. Você deve excluir sua conta somente se tiver certeza de que nunca mais irá querer reativá-la. Você pode excluir sua conta em: https://www.facebook.com/help/contact.php?show_form=delete_account

Saiba mais em: <https://www.facebook.com/help/?faq=356107851084108>

Determinadas informações são necessárias para fornecer-lhe serviços, assim só excluímos essas informações após excluirmos sua conta. Algumas de suas ações no Facebook não são armazenadas na sua conta, como publicação em um grupo ou envio de mensagens (seu amigo ainda pode ter a mensagem enviada, mesmo após a exclusão de sua conta). Essas informações permanecem de **124** que você exclui a conta.

II. Compartilhando e localizando você no Facebook

Controle todas as suas publicações

Sempre que você publica conteúdo (como uma atualização de status, foto ou visita), pode selecionar um público específico ou até mesmo personalizar o público. Para fazer isso, basta clicar no ícone de compartilhamento e escolher quem pode vê-la.

Escolha esse ícone se desejar tornar algo **Público**. Optar por tornar algo público é exatamente o que parece. Significa que qualquer pessoa, incluindo pessoas fora do Facebook, poderá ver ou acessá-lo.

Escolha esse ícone se quiser compartilhar com seus **Amigos** do Facebook.

Escolha esse ícone se quiser **Personalizar** seu público-alvo. Você também pode usá-lo para ocultar sua história de pessoas específicas.

Se você marcar alguém, essa pessoa e seus amigos poderão ver sua história independentemente do público selecionado. O mesmo vale para quando você aprova uma marcação que alguém adiciona em sua história.

Sempre pense antes de fazer publicações. Assim como qualquer outra coisa que você publica na internet ou envia por e-mail, as informações que você compartilha no Facebook podem ser copiadas ou recompõem por qualquer pessoa que possa vê-las.

Embora você possa escolher com quem compartilhar, pode haver maneiras de outras pessoas encontrarem informações sobre você. Por exemplo, se você ocultar sua data de nascimento para que ninguém a veja em sua linha do tempo, mas seus amigos publicarem "Feliz aniversário!" em sua linha do tempo, as pessoas ficarão sabendo quando é seu aniversário.

Quando você comenta ou "curte" a história de alguém, ou escreve em sua linha do tempo, essa pessoa pode selecionar o público. Por exemplo, se um amigo publica uma história pública e você faz um comentário a respeito, seu comentário é considerado Público. Por muitas vezes, você pode ver o público escolhido por alguém para suas histórias antes que você possa publicar um comentário; entretanto, a pessoa que publicou a história pode alterar o público depois. Portanto, se você comentar sobre uma história, e o público da história mudar, o novo público poderá ver o seu comentário.

Você pode controlar quem pode ver as Páginas do Facebook que você "curtiu" visitando sua linha do tempo, clicando na caixa Curtir da sua linha do tempo e depois em "Editar".

Algumas vezes, você não verá um ícone de compartilhamento quando publicar algo (como quando você escreve no mural de uma página ou comenta sobre um artigo de jornal que usa nosso plug-in de comentários). Isso acontece porque alguns tipos de histórias são sempre públicas. Como regra geral, você deve considerar que se não vir um ícone de compartilhamento, as informações estarão disponíveis publicamente.

Controle sobre a sua linha do tempo

Sempre que você adiciona itens à sua linha do tempo, pode selecionar um público específico ou até mesmo personalizar seu público. Para fazer isso, basta clicar no ícone de compartilhamento e escolher quem pode vê-la.

Escolha esse ícone se desejar tornar algo **Público**. Optar por tornar algo público é exatamente o que parece. Significa que qualquer pessoa, incluindo pessoas fora do Facebook, poderá ver ou acessá-lo.

Escolha esse ícone se quiser compartilhar com seus **Amigos** do Facebook.

Escolha esse ícone se quiser **Personalizar** seu público-alvo. Você também pode usá-lo para ocultar um item em sua linha do tempo de pessoas específicas.

Quando você seleciona um público para sua lista de amigos, está apenas controlando quem pode ver toda a sua lista de amigos na linha do tempo. Chamamos isso de controle de visibilidade de linha do tempo. Isso acontece porque sua lista de amigos está sempre disponível para os jogos, aplicativos e outros sites que você usa, e seus amigos podem ficar visíveis em qualquer lugar (como nas linhas do tempo de seus amigos ou em pesquisas). Por exemplo, se você selecionar "Somente eu" como público de sua lista de amigos, mas seu amigo tornar sua lista de amigos "Pública", qualquer pessoa poderá ver sua conexão na linha do tempo do seu amigo.

Da mesma forma, se você optar por ocultar seu gênero, ele ficará oculto somente em sua linha do tempo. Isso acontece porque nós, assim como os aplicativos que você e seus amigos usam, precisamos usar seu gênero para nos dirigirmos a você adequadamente no site.

Quando alguém marca você em uma história (como uma foto, atualização de status ou visita), você pode optar se quer que sua história apareça na linha do tempo. Você pode aprovar cada publicação individualmente ou aprovar todas as publicações de seus amigos. Se você aprovar uma publicação e depois mudar de ideia, poderá removê-la da sua linha do tempo.

Quando você oculta itens em sua linha do tempo, como publicações ou conexões, isso significa que esses itens não serão exibidos na sua linha do tempo. Mas, lembre-se, qualquer pessoa no público-alvo destas publicações ou quem pode ver uma conexão ainda poderá vê-las em outros locais, como na linha do tempo de outra pessoa ou nos resultados de busca. Você também pode excluir suas publicações ou alterar o público do conteúdo que você publica, o que significa que você pode remover de ou adicionar pessoas ao público do conteúdo.

As pessoas no Facebook podem ver amigos em comum, mesmo que não consigam ver toda a sua lista de amigos.

Alguns itens (como seu nome, fotos do perfil e de capa) não têm ícones de compartilhamento porque estão sempre disponíveis publicamente. Como regra geral, você deve considerar que se não vir um ícone de compartilhamento, as informações estarão disponíveis publicamente.

Como encontrá-lo no Facebook

Para facilitar sua localização para seus amigos, permitimos que qualquer pessoa que tenha suas informações de contato (como endereço de e-mail ou número de telefone) localize-o através da barra de pesquisa do Facebook, bem como outras ferramentas que fornecemos, como importadores de contatos - mesmo que você não tenha compartilhado informações de contato com eles no Facebook.

Você pode escolher quem pode procurar sua linha do tempo usando o endereço de e-mail ou o número de telefone que você adicionou em sua linha do tempo por meio das suas **Configurações de privacidade**. Mas lembre-se de que as pessoas ainda podem encontrar você ou um link para a sua linha do tempo no Facebook através de outras pessoas e itens compartilhados sobre você, ou através de outras publicações, por exemplo, se você foi marcado na foto de um amigo ou caso tenha publicado algo em uma página pública.

As configurações não controlam se as pessoas podem encontrar você ou um link para a sua linha do tempo quando pesquisam conteúdos que têm permissão para ver, como uma foto ou outra história em que você tenha sido marcado.

Acesso pelo telefone e outros dispositivos

Quando você compartilha informações com amigos ou outras pessoas, elas podem sincronizá-las ou acessá-las pelo celular e outros dispositivos. Por exemplo, se você compartilhar uma foto no Facebook, alguém que visualizar essa foto poderá salvá-la usando as ferramentas do Facebook ou outros métodos oferecidos por seu dispositivo ou navegador. Da mesma maneira, se você compartilhar suas informações de contato com alguém ou convidá-lo para um evento, essa pessoa poderá usar aplicativos ou dispositivos do Facebook ou de terceiros para sincronizar essas informações. Ou, se um dos seus amigos tiver um aplicativo do Facebook em um de seus dispositivos, suas informações (como o que você publica ou as fotos que compartilha) serão armazenadas no dispositivo dele.

Você pode compartilhar informações apenas com pessoas em quem confia, pois elas poderão salvá-las ou repassá-las a outras pessoas, mesmo quando sincronizarem essas informações com um dispositivo.

Registro de atividades

O seu registro de atividades é um lugar onde você pode visualizar a maioria das suas informações no Facebook, incluindo aquilo que você ocultou da sua linha do tempo. Você pode usar esse registro para gerenciar seu conteúdo. Por exemplo, você pode excluir histórias, alterar o público das suas histórias ou interromper um aplicativo para que ele não publique em sua linha do tempo em seu nome.

Quando você oculta algo na linha do tempo, não significa que está excluindo. Quer dizer que a história poderá estar visível em qualquer lugar, como no Feed de notícias dos seus amigos. Se quiser excluir uma história publicada, use a opção Excluir.

O que seus amigos e outras pessoas compartilham sobre você

Links e marcações

Qualquer pessoa pode adicionar um link a uma história. Links são referências a algo na Internet; algo de um site para uma página ou linha do tempo no Facebook. Por exemplo, se você está escrevendo uma história, pode incluir um link para um blog ao qual faça referência ou um link para a linha do tempo do blogueiro no Facebook. Se alguém clicar em um link para a linha do tempo de outra pessoa, verá somente aquilo a que tem acesso.

Uma marcação é um tipo especial de link para a linha do tempo de alguém que sugere que a pessoa marcada adicionou sua história à linha do tempo dela. Em casos onde a pessoa marcada não faz parte do público da história, isso irá adicioná-la para que ela possa ver. Qualquer pessoa pode marcar você em qualquer item. Uma vez marcados, você e seus amigos poderão ver a marcação (125) Feed de notícias ou em pesquisas.

Você pode escolher se uma história em que você foi marcado aparecerá em sua linha do tempo. Você pode aprovar cada publicação individualmente ou aprovar todas as publicações de seus amigos. Se você aprovar uma história e depois mudar de ideia, sempre poderá removê-la da sua linha do tempo.

Se você não quiser que alguém o marque, aconselhamos que fale com essa pessoa e exponha sua preferência. Se isso não funcionar, você pode bloqueá-la. Isso evitará que ela marque você futuramente.

A denúncia social é uma forma de as pessoas pedirem, rápida e facilmente, ajuda a alguém que confiam. Saiba mais em: https://www.facebook.com/note.php?note_id=196124227075034&_ad=3&_att=iframe

Se houver um link com você em um espaço privado (como uma mensagem ou um grupo), somente as pessoas que podem ver o espaço privado poderão ver o link. Da mesma forma, se você for vinculado a um comentário, somente as pessoas que puderem ver o comentário poderão ver o link.

Outras informações

Conforme descrito na seção "O que seus amigos e outras pessoas compartilham sobre você" desta política, seus amigos e outras pessoas podem compartilhar informações sobre você. Eles podem compartilhar fotos ou outras informações sobre você e marcá-lo em suas publicações. Caso você não aprove uma determinada publicação, informe à pessoa ou [denuncie a publicação](#).

Grupos

Uma vez em um grupo, qualquer pessoa desse grupo pode lhe adicionar a um subgrupo. Quando alguém adiciona você a um grupo, você será listado como "convidado" até visitar o grupo. Você sempre pode sair de um grupo, o que evita que outros usuários o adicionem a ele novamente.

Páginas

As páginas do Facebook são páginas públicas. As empresas usam as páginas para compartilhar informações sobre seus produtos. As celebridades usam as páginas para falar sobre seus últimos projetos. E as comunidades usam as páginas para discutir tópicos de interesse, desde futebol à ópera.

Como as páginas são públicas, as informações que você compartilha com uma página são informações públicas. Isso significa, por exemplo, que se você publicar um comentário em uma página, esse comentário pode ser usado pelo proprietário da página fora do Facebook, e qualquer pessoa poderá vê-lo.

Quando você "curte" uma página, você cria uma conexão com ela. Essa conexão é adicionada à sua linha do tempo, e seus amigos podem vê-la em seus Feed de notícias. Você pode ser contatado por ou receber atualizações da página, como em seu Feed de notícias e suas mensagens. Você pode remover as páginas que você "curtiu" em sua linha do tempo ou na página.

Algumas páginas contêm dados provenientes diretamente do proprietário da página. Os proprietários das páginas podem fazer isso por meio de plug-ins on-line, como um iframe, e isso funciona da mesma forma que os jogos e outros aplicativos que você usa no Facebook. Como esse conteúdo vem diretamente do proprietário da página, ela pode coletar informações sobre você, assim como qualquer outro site.

Os administradores de página podem acessar dados de informações, que geralmente informam sobre as pessoas que visitam sua página (ao contrário das informações sobre pessoas específicas). Eles também podem saber quando você fez uma conexão com a página deles porque você curtiu a página ou publicou um comentário.

Para controlar quem pode ver as páginas do Facebook que você curtiu, acesse nossa [Central de ajuda](#).

III. Outros sites e aplicativos

Sobre a Plataforma do Facebook

A Plataforma do Facebook (ou simplesmente Plataforma) refere-se à maneira como o ajudamos a compartilhar suas informações com os jogos, aplicativos e sites que você e seus amigos usam. A Plataforma do Facebook permite levar seus amigos com você para que você possa conectar-se com eles fora do Facebook. Dessa maneira, a Plataforma do Facebook ajuda a tornar suas experiências na internet mais personalizadas e sociais.

Lembre-se de que esses jogos, aplicativos e sites são criados e mantidos por outras empresas e desenvolvedores que não fazem parte ou não são controlados pelo Facebook. Portanto, você deve sempre ler os termos de serviço e as políticas de privacidade para saber como eles lidam com os seus dados.

Controlando as informações que você compartilha com aplicativos

Quando você acessa um jogo, aplicativo ou site – indo até o jogo, conectando-se a um site usando a conta do Facebook ou adicionando um aplicativo à sua linha do tempo – fornecemos a eles (por vezes chamados apenas de "aplicativos") suas informações básicas (por vezes chamado de "perfil público"), o qual inclui seu número de identificação de usuário e suas informações públicas. Nós também fornecemos a eles os números de identificação de usuário de seus amigos (também chamado de lista de amigo) como parte de suas informações básicas.

Sua lista de amigos ajuda o aplicativo a tornar sua experiência mais social porque permite encontrar seus amigos nesse aplicativo. Seu número de identificação de usuário ajuda o aplicativo a personalizar sua experiência porque pode conectar sua conta nesse aplicativo com sua conta do Facebook, e pode acessar suas informações básicas, incluindo suas [informações públicas](#) e lista de amigos. Isso inclui as informações que você decidiu compartilhar publicamente, bem como informações [sempre disponíveis publicamente](#). Se o aplicativo precisar de informações adicionais, como histórias, fotos ou coisas que você curtiu, terá de solicitar a você uma permissão específica.

A configuração de "Aplicativos" permite controlar os aplicativos que você usa. Você pode ver as permissões que concedeu a esses aplicativos, bem como a última vez em que um aplicativo acessou suas informações e o público no Facebook para visualizar histórias e atividades que o aplicativo publica em sua linha do tempo por você. Você também pode remover aplicativos que não deseja mais ou desativar todos os aplicativos da Plataforma. Quando você desativa todos os aplicativos da Plataforma, seu número de identificação de usuário não é mais fornecido aos aplicativos, mesmo quando seus amigos os utilizam. Mas você não poderá mais usar qualquer jogo, aplicativo ou site por meio do Facebook.

Ao visitar um aplicativo pela primeira vez, o Facebook informa ao aplicativo seu idioma, país e sua faixa etária, ou seja, se você é menor de 18 anos, se tem entre 18 e 21 ou mais de 21 anos. A faixa etária permite aos aplicativos fornecer conteúdo apropriado à idade. Se você instalar o aplicativo, ele poderá acessar, armazenar e atualizar as informações compartilhadas por você. Os aplicativos instalados também podem atualizar os registros que constam suas informações básicas, como faixa etária, idioma e país. Caso não tenha usado o aplicativo há algum tempo, considere removê-lo. Uma vez removido o aplicativo, ele não poderá continuar a atualizar as informações adicionais às quais você permitiu acesso., mas poderá ainda reter as informações que você já compartilhou. É sempre possível entrar em contato com o aplicativo diretamente e solicitar a exclusão de seus dados. Saiba mais em: <https://www.facebook.com/help/how-apps-work>

Às vezes, um console de jogos, telefone celular ou outro dispositivo pode solicitar permissão para compartilhar informações específicas com os jogos e aplicativos que você usa nesse dispositivo. Se você concordar, esses aplicativos não poderão acessar nenhuma outra informação sobre você sem solicitar permissão específica para você ou seus amigos.

Sites e aplicativos que usam a [personalização instantânea](#) recebem seu número de identificação de usuário e a lista de amigos quando você os visita.

Você pode sempre remover os aplicativos instalados usando suas configurações de aplicativo em: <https://www.facebook.com/settings/?tab=applications>. Mas lembre-se de que os aplicativos ainda conseguirão acessar suas informações quando pessoas com quem você compartilha os usarem. E, caso você tenha removido um aplicativo e deseje que ele exclua as informações já compartilhadas nele, entre em contato com o aplicativo. Visite a página do aplicativo no Facebook ou seu site para saber mais sobre o aplicativo. Por exemplo, os aplicativos podem ter motivos (por exemplo, obrigações legais) de reter alguns dados compartilhados com eles.

Controlando o que é compartilhado quando as pessoas com quem compartilha usam aplicativos

Assim como quando você compartilha informações por e-mail ou em outro lugar da internet, as informações que você compartilha no Facebook podem ser recomprometidas. Isso significa que se você compartilha algo no Facebook, qualquer pessoa que puder vê-lo poderá compartilhá-lo com os outros, incluindo os jogos, aplicativos e sites usados.

Seus amigos, e outras pessoas com quem você compartilha informações frequentemente, desejam compartilhar suas informações com aplicativos para tornar suas experiências mais personalizadas e sociais. Por exemplo, um amigo pode querer usar um aplicativo de música que permite ver o que seus amigos estão ouvindo. Para obter o benefício completo de tal aplicativo, seu amigo deve fornecer a lista de amigos, que inclui seu número de identificação de usuário, para que o aplicativo saiba quais amigos também estão usando-o. Seu amigo pode também desejar compartilhar a música que você curtiu no Facebook. Se você tornou essas informações públicas, o aplicativo pode acessá-las como qualquer outra pessoa. Mas se você compartilhou suas opções "Curtir" apenas com seus amigos, o aplicativo pode pedir permissão a seu amigo para compartilhá-las.

Você pode controlar a maioria das informações que outras pessoas compartilham com aplicativos que elas utilizam através da página de configurações de "Aplicativos". Mas esses controles não permitem a você limitar o acesso às suas [informações públicas](#) e lista de amigos.

Se você quiser impedir completamente os aplicativos de obter suas informações quando seus amigos e outras pessoas os usarem, desative todos os aplicativos da Plataforma. Isso significa que você

não poderá mais usar quaisquer jogos, aplicativos ou sites integrados do Facebook de terceiros.

Se um aplicativo solicitar permissão de outra pessoa para acessar suas informações, ele será autorizado a usar as informações somente relacionadas à pessoa que concedeu a permissão e a ninguém mais.

Por exemplo, alguns aplicativos usam informações tais como a lista de amigos para personalizar sua experiência ou mostrar a você quais dos seus amigos usam esse aplicativo específico.

Entrando em outro site usando o Facebook

A Plataforma do Facebook permite que você entre em outros aplicativos e sites usando sua conta do Facebook. Quando você entra usando o Facebook, nós fornecemos ao site seu número de identificação de usuário (assim como quando você se conecta a qualquer outro aplicativo), mas não compartilhamos seu endereço de e-mail ou a senha com esse site sem a sua permissão.

Se você já tiver uma conta nesse site, ele também poderá conectar-se a essa conta com sua conta do Facebook. Às vezes, ele faz isso usando o que chamamos de "hash de e-mail", que é semelhante a procurar alguém no Facebook usando um endereço de e-mail. Somente os endereços de e-mail nesse caso têm hash para que nenhum e-mail seja de fato compartilhado entre o Facebook e o site.

Como funciona

O site envia uma versão com hash do seu endereço de e-mail e nós fazemos a correspondência com um banco de dados de endereços de e-mail também com hash. Se encontrarmos uma correspondência, informaremos ao site o número de identificação de usuário associada ao endereço de e-mail. Dessa forma, quando você entrar no site usando o Facebook, ele poderá vincular sua conta do Facebook à sua conta nesse site.

Sobre os plug-ins sociais

Plug-ins sociais são botões, caixas e histórias (como o botão "Curtir") que outros sites podem usar para apresentar conteúdo do Facebook a você e criar experiências mais sociais e pessoais para você. Embora você veja esses botões, caixas e histórias em outros sites, o conteúdo vem diretamente do Facebook.

Algumas vezes os plug-ins agem apenas como aplicativos. Você pode indicar um desses plug-ins, pois ele pede sua permissão para acessar suas informações ou publicar outras informações no Facebook. Por exemplo, se você usar um plug-in de registro em um site, ele pedirá sua permissão para compartilhar suas informações básicas com o site e facilitará sua navegação para se registrar no site. Da mesma forma, se você usar um plug-in "Adicionar à linha do tempo", ele pedirá sua permissão para publicar histórias sobre suas atividades no site dentro do Facebook.

Se você tornar algo público usando um plug-in, como publicação de um comentário público no site de um jornal, o site pode acessar seu comentário (juntamente com seu número de identificação de usuário) assim como qualquer outra pessoa.

Se você publicar algo usando um plug-in social e não encontrar um ícone de compartilhamento, deverá presumir que a história é Pública. Por exemplo, se você publicar um comentário por um plug-in de comentários do Facebook em um site, sua história será pública e ninguém, nem o site, poderá ver a história.

Os sites que usam plug-ins sociais podem, por vezes, informar que você está envolvido com um plug-in social. Por exemplo, eles podem saber que você clicou em um botão "Curtir" em um plug-in social.

Recebemos dados quando você visita um site com um plug-in social. Manteremos esses dados por no máximo 90 dias. Após esse período, removemos seu nome e outras informações de identificação pessoal dos dados ou combinamos os dados de outras pessoas de forma que não fiquem mais associados a você. Saiba mais em: <https://www.facebook.com/help/social-plugins>

Sobre a personalização instantânea

A personalização instantânea (por vezes chamada de "Começar agora") é uma maneira de o Facebook ajudar parceiros (como Bing e Rotten Tomatoes), dentro e fora do Facebook, a criar uma experiência mais personalizada e social para usuários conectados do que um [plug-in social](#) pode oferecer. Quando você visita um site ou aplicativo que usa a personalização instantânea, ele obterá algumas informações sobre você e seus amigos no momento da sua chegada. Isso acontece porque os sites ou aplicativos que usam a personalização instantânea podem acessar seu número de identificação de usuário, sua lista de amigos e suas [informações públicas](#).

Na primeira vez que você visitar um site ou aplicativo que usa a personalização instantânea, verá uma notificação informando que o site ou aplicativo tem parceria com o Facebook para proporcionar uma experiência personalizada.

A notificação lhe dará a capacidade de desativar a personalização instantânea para esse site ou aplicativo. Se você fizer isso, o site ou aplicativo deverá excluir todas as informações sobre você recebidas do Facebook como parte do programa de personalização instantânea. Além disso, impediremos que esse site acesse suas informações no futuro, mesmo quando seus amigos usarem esse site.

Se você decidir que não quer experimentar a personalização instantânea em todos os sites e aplicativos parceiros, poderá desabilitar a personalização instantânea na página de configurações de "Aplicativos".

Se você desativar a personalização instantânea, esses sites e aplicativos de parceiros terceiros não poderão acessar suas informações públicas, mesmo quando seus amigos visitarem esses sites.

Se você desativar um site ou aplicativo de personalização instantânea depois de usá-lo ou visitá-lo algumas vezes (ou depois de ter concedido permissão específica para acessar seus dados), ele não excluirá suas informações recebidas através do Facebook automaticamente. Como todos os outros aplicativos, nossas políticas exigem que o site exclua informações sobre você se você solicitar que isso seja feito.

Como funciona

Para participar do programa personalização instantânea, um parceiro em potencial deve entrar em um acordo conosco elaborado para proteger sua privacidade. Por exemplo, esse acordo exige que o parceiro exclua suas informações se você desativar a personalização instantânea quando visitar o site ou aplicativo pela primeira vez. Também evita que o parceiro acesse qualquer informação sobre você até que você e seus amigos visitem o site dele.

Às vezes, os parceiros de personalização instantânea usam o processo de hash de e-mail para verificar se algum de seus usuários está no Facebook e obter o número de identificação desse usuário. Esse processo é semelhante a procurar alguém no Facebook usando um endereço de e-mail, exceto que, nesse caso, os endereços de e-mail têm hash para que nenhum e-mail real seja trocado. O parceiro também é solicitado contratualmente a não usar seu número de identificação de usuário para qualquer finalidade (diferente da associação com sua conta) até que você ou seus amigos visitem o site.

Quando você visita um site ou aplicativo que usa a personalização instantânea, fornecemos ao site ou ao aplicativo seu número de identificação de usuário e sua lista de amigos (bem como sua faixa etária, localidade e gênero). O site ou aplicativo pode conectar sua conta com as contas de seus amigos para tornar o site ou aplicativo instantaneamente social. O site também pode acessar as informações públicas associadas a qualquer uma das números de identificação de usuário que recebe, que pode ser usada para torná-las instantaneamente personalizadas. Por exemplo, se o site for de música, ele poderá acessar seus interesses musicais para sugerir músicas que você gosta e acessar os interesses musicais de seus amigos para informar a você o que eles estão ouvindo. Claro que ele poderá apenas acessar seus interesses musicais e de seus amigos se forem públicos. Se o site ou o aplicativo desejar informações adicionais, ele terá de obter sua permissão específica.

Mecanismo de pesquisa pública

Sua configuração de pesquisa pública controla se as pessoas que digitam seu nome em um mecanismo de pesquisa público poderão ver sua linha do tempo pública (incluindo resultados patrocinados). Você pode encontrar sua configuração de pesquisa pública na página de configurações de "Configurações de privacidade e ferramentas".

Essa configuração não se aplica a mecanismos de pesquisa que acessam suas informações como um aplicativo que usa a Plataforma do Facebook.

Se você desativar sua configuração de prévia pública e procurar por você em um mecanismo de pesquisa público, ainda poderá ver uma prévia da sua linha do tempo. Isso acontece porque alguns mecanismos de pesquisa armazenam informações em cache por determinado período. Você pode saber mais sobre como solicitar a um mecanismo de pesquisa para removê-lo das informações em cache: <https://www.facebook.com/help/?faq=13323>

IV. Anúncios e conteúdo do Facebook

Anúncios

O Facebook oferece uma [série de produtos](#) que permite aos anunciantes alcançar pessoas dentro e fora do Facebook. Além das informações que fornecemos nesta seção, você também pode saber mais sobre os produtos de publicidade, como eles funcionam, as nossas parcerias e os [controles](#) que você tem, acessando a nossa página "[Anunciar no Facebook](#)".

Quando anunciamos, não compartilhamos suas informações (informações que identifiquem você pessoalmente, tais como nome ou informações de contato) com os anunciantes, a menos que você nos dê permissão. Poderemos fornecer informações aos anunciantes depois de removermos seu nome e outras informações de identificação pessoal ou depois de combiná-las com outras informações de maneira que não mais identifiquem você pessoalmente. Por exemplo, podemos informar ao anunciante o desempenho dos anúncios dele ou quantas pessoas viram ou clicaram em seus anúncios ou instalaram um aplicativo depois de verem o anúncio.

Assim, podemos mostrar-lhe um conteúdo que você pode considerar interessante, podemos usar todas as informações que recebemos de você para oferecer anúncios que sejam mais relevantes para

você. Isto inclui, por exemplo:

- informações fornecidas no momento do cadastro ou adicionadas à sua conta ou linha do tempo,
- coisas que você compartilha e faz no Facebook, como o que você gosta, e suas interações com os anúncios, parceiros ou aplicativos,
- palavras-chave de suas histórias, e
- coisas que podemos inferir a partir do seu uso do Facebook.

Em muitos dos anúncios que oferecemos, os anunciantes podem escolher o seu público por localização, demografia, gostos, palavras-chave e qualquer outra informação que recebemos ou inferimos sobre os usuários. Veja algumas formas como os anunciantes podem direcionar anúncios relevantes:

- demografia e interesses: por exemplo, mulheres de 18 a 35 anos de idade que vivem nos Estados Unidos e gostam de basquete;
- tópicos ou palavras-chave: por exemplo, "música" ou pessoas que gostam de uma música ou artista em particular;
- Opções "Curtir" página (incluindo tópicos como produtos, marcas, religião, estado de saúde ou visão política): por exemplo, ao curtir uma Página sobre alimentos sem glúten, você poderá receber anúncios sobre produtos alimentares relevantes; ou
- categorias (incluindo coisas tais como "frequentador de cinema" ou um "fã de ficção científica"): por exemplo, se uma pessoa curte a página de "Star Trek" e menciona "Star Wars" quando visita um cinema, podemos concluir que essa pessoa provavelmente é fã de ficção científica e os anunciantes de filmes de ficção científica poderão nos pedir para direcionar essa categoria.

Além de oferecer anúncios relevantes, o Facebook às vezes associa anúncios ao [contexto social](#), ou seja, histórias sobre ações sociais que você ou seus amigos tomaram. Por exemplo, um anúncio da Página do Facebook de um restaurante de sushi pode ser vinculado a uma história do feed de notícias de um amigo que curtiu aquela página.

Às vezes também oferecemos esses mesmos tipos de anúncios em outros sites ou podemos oferecer apenas o contexto social (como anúncios veiculados por outros), de modo que os anúncios sejam mais relevantes para você. Assim como qualquer outro conteúdo que você compartilha no Facebook, apenas as pessoas com quem você já está compartilhando no Facebook o veriam quando ele for vinculado a um anúncio. Permitimos também que os anunciantes atinjam as pessoas no Facebook usando as informações que eles já têm sobre você (como endereços de e-mail ou se você já visitou os sites deles anteriormente). Para saber mais sobre anúncios, contexto social e nossas parcerias, incluindo as configurações e controles relevantes disponíveis para você, acesse a página [Publicidade no Facebook](#).

💡 Se um anunciante escolher veicular anúncios, serviremos os anúncios para as pessoas que atenderem ao critério selecionado pelo anunciante. Portanto, por exemplo, se uma pessoa visualizar ou interagir de outra forma com o anúncio, o anunciante poderá deduzir que a pessoa atende ao critério selecionado (por exemplo, é uma mulher entre 18 e 35 anos que mora nos Estados Unidos e curte basquete). Exigimos que anunciantes respeitem nossas [Diretrizes de propaganda](#), incluindo provisões relacionadas ao uso de dados de natureza confidencial.

💡 Anunciantes e seus parceiros, às vezes, usam cookies ou outras tecnologias semelhantes a fim de oferecer e medir anúncios e tornar seus anúncios mais eficazes. Saiba mais sobre [cookies](#), [pixels](#) e [outras tecnologias semelhantes](#).

💡 Quando você publica uma história no Facebook e um anunciante a [patrocina](#), nada muda quanto ao público da publicação. Apenas as pessoas que poderiam ver a publicação originalmente (aqueles com os quais você compartilha conteúdo) conseguirão vê-la.

Conteúdo do Facebook

Gostaríamos de informá-lo sobre alguns recursos e ferramentas que seus amigos e outras pessoas usam no Facebook para ajudá-lo a ter uma melhor experiência. Por exemplo, se seu amigo usa nossa ferramenta Localizador de amigos para encontrar mais amigos no Facebook, podemos informar isso a você para incentivá-lo a usá-la também. Isso, obviamente, significa que seu amigo pode ver sugestões da mesma forma com base nas coisas que você faz. Mas tentaremos mostrar isso somente aos amigos que poderiam se beneficiar com sua experiência.

V. Cookies, pixels e outras tecnologias semelhantes

Cookies são pequenas partes de dados armazenadas em seu computador, celular ou outro dispositivo. Pixels são pequenos blocos de códigos em páginas da internet que fazem coisas do tipo permitir que outro servidor meça a visualização de uma página da internet, e geralmente são usados juntamente com cookies.

Usamos tecnologias como cookies, pixels e armazenamento local (como em seu navegador ou dispositivo, o que é semelhante a um cookie, mas contém mais informações) para fornecer e entender uma linha de produtos ou serviços. Saiba mais em: <https://www.facebook.com/help/cookies>

Usamos essas tecnologias em ações como:

- tornar o Facebook mais fácil e rápido de usar;
- habilitar recursos e armazenar informações sobre você (inclusive em seu dispositivo ou no cache de seu navegador) e o seu uso do Facebook;
- fornecer, entender e melhorar o anúncio;
- monitorar e entender o uso de nossos produtos e serviços; e
- proteger você, outras pessoas e o Facebook.

Por exemplo, podemos usar essas ferramentas para saber que você está conectado ao Facebook, para ajudá-lo a usar plug-ins sociais e botões de compartilhamento, ou para saber quando você está interagindo com nossos parceiros anunciantes ou de Plataforma.

Podemos solicitar aos anunciantes e outros parceiros para fornecerem anúncios ou serviços para computadores, telefones celulares ou outros dispositivos, que podem usar um cookie, pixel ou outra tecnologia semelhante implantada pelo Facebook ou o terceiro (embora não compartilhemos informação que identifique pessoalmente para o anunciante).

A maioria das empresas na internet usam cookies (ou ferramentas tecnológicas similares), incluindo nossos parceiros anunciantes e de Plataforma. Por exemplo, nossos parceiros de plataforma, anunciantes ou administradores de páginas podem usar cookies ou tecnologias semelhantes quando você acessar seus aplicativos, anúncios, páginas ou outros conteúdos.

💡 Cookies e algo como armazenamento local ajudam a fazer com que o Facebook funcione, como permitir que as páginas carreguem com mais rapidez, pois determinados conteúdos são armazenados no seu navegador ou ao nos ajudar a autenticar você a fornecer conteúdo personalizado.

💡 Para saber mais sobre como os anunciantes geralmente usam cookies e as opções que eles oferecem, visite a página de Iniciativa de publicidade em rede em http://www.networkadvertising.org/managing/opt_out.asp, da Aliança de publicidade digital em <http://www.aboutads.info/>, da Agência de propaganda da internet (EUA) em <http://www.iab.net> ou da Agência de propaganda da internet (UE) em <http://youronlinechoices.eu/>.

💡 Consulte o material de ajuda do seu navegador ou dispositivo para saber quais controles você poderá usar para remover ou bloquear os cookies, ou outras tecnologias semelhantes, ou bloquear ou remover outros dados armazenados no seu computador ou dispositivo (tais como, ao usar as diversas configurações no seu navegador). Ao fazer isso, a sua capacidade de usar o Facebook e outros sites e aplicativos poderá ser afetada.

VI. Mais algumas coisas que você precisa saber

Porto seguro

O Facebook está em conformidade com a estrutura da Safe Harbor dos EUA-União Europeia e dos EUA-Suíça, conforme estabelecido pelo Departamento do Comércio em relação à coleta, ao uso e à retenção de dados da União Europeia. Para conferir nossa certificação, visite o site do Porto Seguro do Departamento de Comércio dos EUA em: <https://safeharbor.export.gov/list.aspx>. Como parte da nossa participação no programa Porto Seguro, concordamos em resolver todas as disputas que você tiver conosco em relação a nossas políticas e práticas por meio da TRUSTe. Se quiser entrar em contato com a TRUSTe, acesse: <https://feedback-form.truste.com/watchdog/request>

Fale conosco sobre dúvidas ou disputas

Caso você tenha dúvidas ou reclamações sobre a nossa Política de uso dos dados ou práticas, entre em contato pelo endereço 1601 Willow Road, Menlo Park, CA 94025, caso resida nos EUA ou Canadá, ou com a Facebook Ireland Ltd., pelo endereço Hanover Reach, 5-7 Hanover Quay, Dublin 2 Ireland, caso resida fora dos EUA ou Canadá. Qualquer pessoa pode entrar em contato conosco por esta página de ajuda: https://www.facebook.com/help/contact_us.php?id=173545232710000

Respondendo a solicitações legais e evitando ameaças

Nós podemos acessar, reter e compartilhar suas informações em resposta a uma solicitação jurídica (como um mandado de busca, ordem judicial ou intimação) se acreditarmos de boa fé de que a lei nos obriga a fazer isso. Isso pode incluir a resposta a solicitações jurídicas de jurisdições fora dos Estados Unidos quando acreditarmos de boa fé que a resposta é exigida por lei na jurisdição em questão, diz respeito aos usuários na jurisdição em questão e está em conformidade com padrões reconhecidos internacionalmente. Nós também podemos acessar, reter e compartilhar informações quando acreditarmos de boa fé que isso se faz necessário para: detectar, impedir e tratar fraudes e outras atividades ilegais; para nos proteger, proteger você e outros, inclusive como parte de investigações; ou impedir mortes ou lesões corporais iminentes.

As informações que recebemos sobre você, incluindo dados de transações financeiras relacionadas a compras feitas com o Facebook, podem ser processadas e permanecerem retidas por um período longo quando sujeitas a solicitações ou obrigações legais, investigações governamentais ou investigações referentes a possíveis violações de nossos termos e políticas, ou como forma de preveni-las. Poderemos também reter informações de contas desativadas por violar nossos termos por, no mínimo, 1 ano, a fim de evitar outros abusos ou violações de nossos termos.

Solicitações de acesso

Você pode acessar e corrigir a maior parte dos seus dados pessoais armazenados pelo Facebook, acessando sua conta e visualizando sua linha do tempo e registro de atividades. Você também pode baixar uma cópia de seus dados pessoais, acessando "Configurações" (página Configurações gerais da conta), clicando em "Baixar uma cópia de seus dados do Facebook" e, em seguida, clicando em um link para o seu arquivo expandido. Saiba mais em: <https://www.facebook.com/help/?faq=226281544049399>

Notificações e outras mensagens

Podemos enviar notificações e outras mensagens a você usando as informações de contato que temos, como seu endereço de e-mail. Você pode controlar a maioria das notificações recebidas, incluindo aquelas enviadas por Páginas que você curte e aplicativos que você usa, usando controles fornecidos por nós, tais como um controle incluso no e-mail recebido ou em suas configurações de "Notificações".

Localizador de amigos

Nós oferecemos ferramentas para ajudá-lo a enviar informações de contato de amigos para que você e outras pessoas possam encontrar amigos no Facebook e convidar aqueles que ainda não usam o Facebook, e para que possamos oferecer a você e a outras pessoas experiências ainda melhores no Facebook, através de sugestões e outras experiências personalizadas. Se você não quiser que armazenemos essas informações, visite esta página de ajuda em: https://www.facebook.com/contact_importer/remove_uploads.php.

Se você fornecer sua senha, nós a excluiremos depois que você carregar as informações de contato de seus amigos.

Convites

Quando você convida um amigo para fazer parte do Facebook, nós enviamos uma mensagem em seu nome, usando o seu nome e poderemos também incluir nomes e fotos de outras pessoas que seus amigos possam conhecer no Facebook. Enviaremos também alguns lembretes para as pessoas que você convidar, mas o convite também dará ao seu amigo a oportunidade de optar por não receber outros convites para fazer parte do Facebook.

Transformando contas em memoriais

Podemos transformar a conta de uma pessoa falecida em memorial. Quando transformamos uma conta em um memorial, mantemos a linha do tempo no Facebook, mas limitamos o acesso a alguns recursos. Você pode reportar a linha do tempo de uma pessoa falecida em: https://www.facebook.com/help/contact.php?show_form=deceased

Também podemos encerrar uma conta se recebermos uma solicitação formal que satisfaça certos critérios.

Afilados

Podemos compartilhar as informações recebidas com empresas que fazem parte legal do mesmo grupo de empresas do qual o Facebook faz parte, ou que se tornaram parte deste grupo (geralmente, essas empresas são chamadas de afiliadas). Dessa forma, nossas afiliadas também podem compartilhar informações conosco. Esse compartilhamento é feito em conformidade com as leis aplicáveis inclusive onde tais leis aplicáveis exigem consentimento. Nós e nossas afiliadas, podemos usar informações compartilhadas para ajudar a fornecer, entender e aprimorar nossos serviços e os seus serviços delas.

Provedores de serviços

Fornecemos suas informações para pessoas e empresas que nos ajudam a fornecer, entender e aprimorar os serviços que oferecemos. Por exemplo, podemos usar fornecedores externos para ajudar a hospedar nosso site, fornecer fotos e vídeos, processar pagamentos, analisar dados, conduzir e publicar pesquisas, medir a eficácia dos anúncios ou fornecer resultados de pesquisas. Em alguns casos, fornecemos o serviço juntamente com outra empresa, como o Mercado do Facebook. Em todos esses casos, nossos parceiros devem concordar em usar somente suas informações de acordo com o contrato que firmamos com eles, e obedecendo a esta Política de uso dos dados.

Segurança e erros

Fazemos o nosso melhor para manter suas informações seguras, mas precisamos da sua ajuda. Para obter informações mais detalhadas sobre como permanecer seguro no Facebook, visite a [página de segurança do Facebook](#). Tentamos manter o Facebook sempre no ar, livre de erros e seguro, mas não podemos fazer garantias sobre qualquer parte dos serviços ou produtos.

Alteração de controle

Se a propriedade de nossa empresa mudar, podemos transferir suas informações para o novo proprietário para que ele possa continuar a operar o serviço. Mas ele ainda terá de honrar os compromissos que firmamos nesta Política de uso dos dados.

Aviso de alterações

Se fizermos alterações nesta Política de uso dos dados, notificaremos você (por exemplo, por meio de uma publicação aqui e na [Página de governança do site do Facebook](#)). Se as alterações forem materiais, forneceremos a você notificação adicional proeminente conforme apropriado de acordo com as circunstâncias. Você pode garantir que receberá a notificação diretamente curtindo a [Página de governança do site do Facebook](#).

Oportunidade de comentar

A menos que façamos uma alteração por motivos legais ou administrativos, ou para corrigir uma declaração imprecisa, concederemos a você sete (7) dias para comentar sobre a alteração. Após o período de comentários, se adotarmos quaisquer alterações, nós enviaremos um comunicado (por exemplo, na [Página de governança do site do Facebook](#) ou nesta política) da data efetiva.

Informações para usuários fora dos Estados Unidos e Canadá

Informações sobre a empresa: O site sob o domínio www.facebook.com e os serviços destas páginas são oferecidos aos usuários fora dos EUA e Canadá pela Facebook Ireland Ltd., Hanover Reach, 5-7 Hanover Quay, Dublin 2 Ireland. A empresa Facebook Ireland Ltd. foi estabelecida e registrada na Irlanda como uma empresa limitada privada. Número da empresa: 462932, e é o controlador de dados responsável por suas informações pessoais.

Diretores: Sonia Flynn (Irlandesa), Shane Crehan (Irlandesa).

Seus direitos de privacidade com base na legislação da Califórnia

A legislação da Califórnia permite que seus residentes solicitem determinados detalhes sobre quais informações pessoais uma empresa compartilha com terceiros, para fins de marketing direto desses terceiros. O Facebook não compartilha suas informações com terceiros para esses mesmos fins a menos que receba permissão. Saiba mais sobre as [informações que recebemos e como elas são usadas e outros sites e aplicativos](#). Caso você tenha dúvidas sobre as nossas práticas de compartilhamento ou sobre os seus direitos com base na legislação da Califórnia, escreva-nos no endereço 1601 Willow Road, Menlo Park, CA 94025 ou fale conosco por esta página de ajuda: https://www.facebook.com/help/contact_us.php?id=173545232710000

Cadastre-se	Entrar	Celular	Encontrar amigos	Atalhos	Pessoas	Páginas	Locais	Jogos
Locais	Sobre	Criar Anúncio	Criar Página	Desenvolvedores	Carreiras	Privacidade	Cookies	Termos
Ajuda								

ANEXO D – Twitter: Política de privacidade

- ○ [Configurações](#)
 - [Quem Seguir](#)
 - [Ajuda](#)
 - [Sair](#)
-
- [Pular para a navegação](#)
 - No seu celular? Confira. [m.twitter.com!](https://m.twitter.com)
 - [Pular para navegação](#)
 - [Pular para o formulário de inscrição](#)

Política de Privacidade Twitter

O Twitter conecta instantaneamente pessoas em qualquer lugar àquilo que para elas é mais importante. Qualquer usuário registrado tem direito a enviar um Tweet, o qual consiste numa mensagem de 140 caracteres ou menos, que é pública por padrão, e pode incluir outros conteúdos, tais como fotografias, vídeos e links (hiperligações) para outros websites.

Tip O que você diz no Twitter pode ser visto instantaneamente em todo o mundo.

Esta Política de Privacidade descreve como e em que circunstâncias o Twitter coleta, utiliza e compartilha sua informação quando você utiliza os nossos Serviços. O Twitter recebe as suas informações através dos nossos diferentes websites, além de SMS, APIs (interfaces de programação de aplicativos), notificações por e-mail, aplicativos, botões, widgets, anúncios e serviços comerciais (os "Serviços" ou o "Twitter"), dos nossos parceiros e de terceiros. Por exemplo, você nos envia informação quando utiliza o Twitter a partir do nosso website, quando publica ou recebe Tweets através de SMS, ou quando acessa o Twitter através de um aplicativo, tal como o Twitter para Mac, o Twitter para Android ou o TweetDeck. Ao utilizar qualquer um dos nossos Serviços, você dá o seu consentimento para coleta, transferência, adaptação ou alteração, conservação ou arquivo, divulgação e qualquer outra forma de utilização ou tratamento da sua informação, tal como descrito nesta Política de Privacidade. Independentemente do seu país de residência ou do país a partir do qual disponibiliza informação, você autoriza o Twitter a usar a sua informação nos EUA e em qualquer outro país em que o Twitter desenvolva as suas atividades.

Se tiver quaisquer dúvidas ou comentários relacionados a esta Política de Privacidade, fale conosco pelo endereço privacy@twitter.com ou [aqui](#).

Coleta e Utilização de Informação

Tip O Twitter coleta e utiliza a sua informação descrita abaixo com o objetivo de disponibilizar os Serviços, avaliá-los e melhorá-los constantemente.

Informações Básicas sobre Contas: Ao criar ou reconfigurar uma conta no Twitter, você fornecerá alguns dados pessoais, como seu nome, nome de usuário, senha de acesso e endereço de e-mail. Em alguns casos, você será solicitado a fornecer seu telefone, por exemplo, para usar o Twitter por SMS ou nos ajudar a evitar spam, fraude ou abuso. Seu nome e nome de usuário são disponibilizados publicamente em nossos Serviços, inclusive em sua página de perfil e em resultados de pesquisas. Alguns Serviços, tais como a pesquisa e os perfis públicos de usuários, dispensam registro.

Informação Adicional: Você poderá fornecer-nos informação de perfil para ser tornada pública, tal como uma curta biografia, a sua localização, o seu website ou uma fotografia. Você pode disponibilizar informação para personalizar a sua conta, tal como um número de telefone celular para a entrega de mensagens SMS. O Twitter pode utilizar a sua informação de contato para lhe enviar informação sobre os nossos Serviços, ou para ações de marketing destinadas a você. Você poderá

utilizar as [configurações da conta](#) para cancelar a opção de receber notificações do Twitter. Você pode ainda cancelar a opção de receber notificações do Twitter seguindo as instruções contidas na notificação ou no nosso website. O Twitter poderá utilizar a sua informação de contato para auxiliar outros a localizar a sua conta do Twitter, incluindo através de serviços de terceiros e aplicativos cliente. As [configurações de privacidade](#) controlam se outros podem encontrá-lo através do seu endereço de e-mail ou número de telefone celular. Você pode escolher fazer o upload da sua lista de contatos para ajudar a localizar outros usuários do Twitter que você conheça ou ajudar outros usuários do Twitter a encontrar você. Poderemos fazer sugestões a você e a outros usuários no Twitter com base em seus contatos importados da lista de contatos. Você pode [excluir](#) seus contatos importados da lista de contatos do Twitter quando quiser. Caso você entre em contato conosco por e-mail, o Twitter poderá arquivar a sua mensagem, endereço de e-mail e informação de contato com a finalidade de responder ao seu pedido. Se você conectar a sua conta no Twitter à outra conta que possui em outro serviço com o objetivo de publicar ou disponibilizar os seus Tweets através desse serviço ou vice-versa, esse outro serviço poderá enviar-nos a sua informação de registro ou de perfil assim como qualquer outra informação que você autorizar. Essa informação permite o cruzamento de publicações, ajuda-nos a melhorar os Serviços e será eliminada do Twitter dentro de algumas semanas após você desconectar o Twitter do outro serviço. Saiba mais [aqui](#). A disponibilização da informação adicional referida nesta seção é inteiramente opcional.

Tweets, Seguidores, Listas e outra Informação Pública: Os nossos Serviços são desenvolvidos sobretudo para auxiliá-lo a compartilhar informação com o mundo. A maior parte da informação que você nos fornece é informação que você nos solicita que tornemos pública. Isto inclui não só as mensagens incluídas nos seus Tweets e os seus respectivos metadados, tais como a informação de quando você enviou um Tweet, mas também as listas criadas por você, as pessoas que você segue, os Tweets que marcou como favoritos ou retweetou e muita outra informação resultante do seu uso dos Serviços. O Twitter poderá usar essa informação para personalizar o conteúdo que mostramos a você, incluindo anúncios. Por padrão, nós sempre tornamos públicas as informações que você nos fornece até ao momento em que você as excluir do Twitter, mas geralmente lhe oferecemos [configurações](#) que permitem tornar suas informações mais privadas, caso assim o pretenda. Nossos Serviços divulgam amplamente de modo instantâneo sua informação pública para uma grande variedade de usuários, clientes e serviços. Por exemplo, a informação referente ao seu perfil público de usuário e aos seus Tweets públicos é imediatamente divulgada por SMS e através de nossas [APIs \(interfaces de programação de aplicativos\)](#) aos parceiros e a terceiros, incluindo mecanismos de busca, desenvolvedores e editores que integram o conteúdo do Twitter aos seus serviços, além de instituições, como universidades e agências de saúde pública, que analisam a informação para o estudo de tendências e percepções. Quando compartilhar informação ou conteúdos como fotografias, vídeos e links através dos Serviços, você deve ponderar cuidadosamente o que está tornando público.

Informação de Localização: Você pode escolher publicar a sua localização nos seus Tweets e no seu perfil no Twitter. Pode também indicar-nos a sua localização quando definir a localização dos assuntos do momento no Twitter.com ou permitir que o seu computador ou dispositivo móvel nos envie informação de localização. O Twitter também pode usar outros dados do seu dispositivo para determinar a localização; por exemplo, informação sobre redes sem fio ou torres de operadoras de celular próximas ao seu dispositivo móvel, ou sobre seu endereço IP. O Twitter poderá utilizar e conservar informação sobre a sua localização para fornecer funcionalidades dos nossos Serviços, tais como tweetar com a sua localização, assim como melhorar e personalizar os Serviços, por exemplo, com conteúdo mais relevante como assuntos do momento locais, histórias, anúncios e sugestões de pessoas a seguir. Saiba mais sobre o uso de localização do Twitter [aqui](#), e como definir suas preferências de localização [aqui](#).

Links: O Twitter pode manter o registro da forma como você interage com links em tweets disponibilizados nos Serviços, incluindo as nossas notificações por e-mail, serviços de terceiros e aplicativos cliente, através do redirecionamento de cliques ou por outros meios. Fazemos isto para ajudar a melhorar os nossos Serviços, disponibilizar publicidade mais relevante e podermos

compartilhar estatísticas agregadas de cliques, como por exemplo a indicação do número de vezes que 132 um determinado link foi objeto de um clique.

Cookies: Da mesma forma que outros websites, nós usamos a tecnologia de cookies e similares para coletar dados adicionais de utilização de website e melhorar os nossos Serviços, mas não exigimos o uso de cookies para muitas partes dos nossos Serviços, tais como a pesquisa e a visualização de perfis de usuários públicos. Um cookie é um pequeno arquivo de dados que é transferido para o disco rígido do seu computador. O Twitter pode usar tanto cookies de sessão como cookies persistentes para compreender melhor de que forma você interage com os nossos Serviços, para monitorizar a utilização agregada pelos nossos usuários e routing de tráfego nos nossos Serviços, assim como para melhorar e personalizar os mesmos. A maioria dos navegadores de Internet aceitam cookies automaticamente. Você pode dar instruções ao seu navegador de Internet, através da alteração de configurações deste, no sentido de não aceitar cookies de websites que visite ou de sujeitar a aceitação de cookies à sua autorização. No entanto, é possível que alguns Serviços não funcionem adequadamente se você desativar cookies. Saiba mais sobre como usar a tecnologia de cookies e similares [aqui](#).

Dados de Utilização: Ao usar nossos Serviços, podemos receber informação ("Dados de Utilização") como o seu endereço IP, tipo de navegador, sistema operacional, página web de origem, páginas web visitadas, localização, seu operador de telecomunicações móveis, informações de dispositivo (incluindo IDs do dispositivo e aplicativo), termos de pesquisa e informações de cookies. O Twitter recebe Dados de Utilização quando você interage com os nossos Serviços, por exemplo quando você visita os nossos websites, acessa os nossos Serviços, interage com as nossas notificações por e-mail, utiliza a sua conta no Twitter para se autenticar junto de um website ou aplicativo de terceiro, ou quando visita um website de terceiro que inclua um botão ou widget do Twitter. Também podemos receber Dados de Utilização quando você clica, visualiza ou interage com um link em nossos Serviços para aplicativos de terceiros, como ao escolher a instalação de outro aplicativo através do Twitter. O Twitter usa os Dados de Utilização para fornecer, compreender e melhorar os Serviços. Caso não tenha sido feito antes, por exemplo tal como descrito abaixo para Dados do Widget, o Twitter, alternativamente, ou eliminará os Dados de Utilização ou removerá quaisquer identificadores de conta comuns, tais como o seu nome de usuário, endereço de IP completo ou endereço de e-mail, uma vez decorridos 18 meses.

Dados do Widget: O Twitter poderá gerar os Serviços personalizados com base nas suas visitas a websites de terceiros que integrem botões ou widgets do Twitter. Quando tais websites carregam pela primeira vez os nossos botões ou widgets para visualização, recebemos Dados de Utilização que incluem a página da Web que você visitou e um cookie que identifica o seu browser ("Dados do Widget"). Após um prazo máximo de 10 dias, o Twitter inicia o processo de eliminação, anonimato ou agregação de Dados do Widget, o qual é normalmente instantâneo, mas em alguns casos poderá durar até uma semana. O Twitter usa Dados do Widget para adaptar conteúdos para você, tais como sugestões de pessoas para seguir no Twitter e outros conteúdos que possam lhe interessar. Os conteúdos adaptados são armazenados apenas com cookies no navegador ou IDs de dispositivos e separados dos outros Dados do Widget, como informações relativas a páginas visitadas. Saiba mais sobre a função, incluindo como suspendê-la ou desativá-la, [aqui](#). Para Tweets, Dados de Utilização e outra informação que recebemos em resultado de interações com botões ou widgets do Twitter, por favor consulte as restantes seções desta Política de Privacidade.

Serviços Comerciais: Você pode fornecer as informações de pagamento, incluindo o seu número de cartão de crédito ou de débito, data de validade do cartão, código CVV e endereço de cobrança (coletivamente, "Informações de Pagamento"), juntamente com seu endereço de envio, para concluir uma transação comercial no Twitter. Também é possível fornecer seu número de cartão de crédito ou débito para se registrar em serviços relacionados a cartões, como ofertas. Para facilitar futuras compras no Twitter, nós armazenamos as suas Informações de Pagamento, excluindo o código CVV, e endereço de entrega, os quais você pode removê-los da sua conta a qualquer momento usando as

suas [configurações de conta](#). Consideramos suas Informações de Pagamento e endereço de entrega privados e não as tornamos públicas. Coletamos e armazenamos informações criadas pelas suas compras feitas no Twitter ("**Dados de Transação**"). Se você registrar o seu cartão de crédito ou débito no Twitter para os serviços relacionados a cartão, receberemos informações sobre as transações com o cartão através do prestador de serviços de pagamento de terceiros ("**Dados do Cartão Registrado**"). Os Dados de Transação e os Dados do Cartão Registrado podem incluir nome do comerciante, data, horário e valor da transação. O Twitter usa os Dados do Cartão Registrado para verificar a elegibilidade para os serviços relacionados a cartão, e também pode usar esses dados para limitar o número de ofertas disponíveis para você e manter o controle de suas ofertas.

Terceiros e Afiliados: O Twitter recorre a uma variedade de serviços de terceiros para nos ajudar a prestar os Serviços, tais como hospedagem (armazenamento principal ou em servidor) de vários blogs e wikis, assim como para melhor compreender e aperfeiçoar a utilização dos nossos Serviços, por exemplo o Google Analytics. Estes terceiros prestadores de serviços podem coletar informação enviada pelo seu navegador enquanto parte de um pedido de página web, como por exemplo cookies ou o seu endereço de IP. Terceiros e parceiros podem compartilhar informações conosco, como um ID de cookie do navegador, URL de website visitado, ID de dispositivo móvel ou hash criptográfico de um identificador de conta comum (como um endereço de e-mail), para nos ajudar a avaliar a qualidade dos anúncios e para adaptá-los. Por exemplo, isso permite exibir anúncios sobre itens pelos quais você já demonstrou interesse. Se você preferir, poderá desativar anúncios personalizados nas [configurações de privacidade](#) para que não seja feita correspondência da sua conta com as informações compartilhadas por parceiros de anúncios para personalização de anúncios. Saiba mais sobre as opções de privacidade [aqui](#) e sobre como funcionam os anúncios do Twitter [aqui](#). Também podemos receber informações sobre você de nossos afiliados corporativos a fim de ajudar a fornecer, compreender e melhorar nossos serviços e os serviços de nossos afiliados, incluindo a distribuição de anúncios.

Compartilhamento e Divulgação de Informação

Tipicamente, o Twitter não divulga a sua informação pessoal privada exceto nas circunstâncias limitadas aqui descritas.

O Seu Consentimento: O Twitter pode compartilhar ou divulgar informação de acordo com as suas indicações, por exemplo quando você autoriza que um cliente web ou aplicativo de terceiro acesse à sua conta do Twitter.

Prestadores de Serviços: O Twitter contrata prestadores de serviços para desempenhar funções e prestar serviços nos EUA e outros países. O Twitter pode compartilhar a sua informação privada e pessoal com os referidos prestadores de serviços, desde que estes se encontrem sujeitos a obrigações de confidencialidade compatíveis com esta Política de Privacidade e sujeito à condição de que tais terceiros utilizem a informação privada e pessoal em questão apenas em nome do Twitter e de acordo com as nossas instruções. O Twitter compartilha 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 litígios, como estornos ou reembolsos, e para outros fins associados à aceitação de cartões de crédito ou débito. O Twitter pode compartilhar seu número de cartão de crédito ou débito com prestadores de serviços de pagamento, ou terceiros por eles autorizados, para monitorar as transações de cartão em estabelecimentos comerciais participantes e controlar a atividade de resgate para fins de prestação de serviços relacionados a cartão.

Vendedores de Mercadorias e Serviços Se você comprar mercadorias ou serviços no Twitter, podemos fornecer ao vendedor, prestador comercial ou estabelecimento comercial seu nome, endereço de e-mail, endereço de entrega, Informações de Pagamento e Dados de Transação para facilitar o processamento de pagamento, o atendimento do pedido e a resolução de litígios (incluindo litígios de pagamento e envio), além de ajudar a prevenir, detectar e investigar fraudes ou outras

atividades proibidas. Consulte as políticas de privacidade desses terceiros para obter informações¹³⁴ sobre suas práticas de privacidade.

Lei e Dano: Sem prejuízo de disposição em contrário nesta Política de Privacidade, o Twitter pode conservar ou divulgar a sua informação caso acredite que tal conduta é razoavelmente necessária para: cumprimento de obrigações legais, regulatórias ou de pedidos efetuados nos termos da lei; proteger a segurança de qualquer pessoa; resolver problemas relacionados a fraude, segurança ou de natureza técnica; ou proteger os direitos do Twitter, incluindo de propriedade. No entanto, nada nesta Política de Privacidade tem por objetivo limitar quaisquer direitos de defesa ou oposição que lhe assistam em relação a pedidos de divulgação da sua informação efetuados por terceiros, incluindo por quaisquer entidades governamentais.

Transferência do Negócio e de Afiliadas: Na eventualidade de o Twitter estar envolvido em processo de insolvência, recuperação, fusão, aquisição, reorganização ou de venda de ativos, a sua informação poderá ser vendida ou transferida enquanto parte desse processo ou operação. Esta Política de Privacidade será aplicada relativamente à sua informação após a transferência para a nova entidade. Também podemos divulgar informações sobre você para nossos afiliados corporativos a fim de ajudar a fornecer, compreender e melhorar nossos serviços e os serviços de nossos afiliados, incluindo a distribuição de anúncios.

Informação Não Qualificável como Privada ou Pessoal: O Twitter poderá compartilhar ou divulgar a sua informação ou dados que não sejam privados, que se encontrem agregados ou que não sejam qualificáveis como dados pessoais, como por exemplo, o seu perfil público de usuário, os seus Tweets públicos, as contas de pessoas que você segue ou que o seguem, ou o número de usuários que clicaram em um link específico (ainda que apenas um usuário o tenha feito), ou relatórios para anunciantes sobre usuários exclusivos que viram ou clicaram em seus anúncios depois de terem removido qualquer informação pessoal privada (como seu nome ou informações de contato).

Alteração da Sua Informação Pessoal

Se você for um usuário registrado dos nossos Serviços, nós disponibilizamos-lhe ferramentas e [configurações de conta](#) para acessar ou modificar a informação pessoal que nos tenha fornecido e que se encontre associada à sua conta.

Você pode também eliminar de modo permanente a sua conta do Twitter. Ao seguir as instruções [aqui](#), a sua conta será desativada e posteriormente eliminada. Quando sua conta é desativada, ela não pode mais ser vista no Twitter.com. Até 30 dias após a desativação será ainda possível restaurar a sua conta caso ela tenha sido desativada acidental ou ilicitamente. Após decorridos os 30 dias, o Twitter iniciará o processo de eliminação da sua conta dos nossos sistemas, o qual pode levar até uma semana.

A Nossa Política Direcionada a Crianças

Nossos Serviços não estão direcionados a menores com idade inferior a 13 anos de idade. Caso tome conhecimento que seu filho nos forneceu informações pessoais sem seu consentimento, entre em contato conosco pelo endereço privacy@twitter.com. O Twitter não coleta de forma consciente informações pessoais de crianças com idade inferior a 13 anos. Caso chegue ao nosso conhecimento que um menor com idade inferior a 13 anos nos forneceu informações pessoais, tomaremos medidas para remover os dados fornecidos e encerrar a conta em questão. Recursos adicionais para pais e adolescentes podem ser encontrados [aqui](#).

Regras de Safe Harbor da União Europeia

O Twitter cumpre com os requerimentos dos Princípios de Privacidade Safe Harbor acordados entre

os EUA e a União Europeia, assim como entre os EUA e a Suíça, relativos ao aviso, escolha, retransferência, segurança, integridade dos dados, acesso e aplicação. Para saber mais sobre o programa "Safe Harbor", assim como para visualizar a nossa certificação, consulte o website do [Departamento do Comércio dos EUA](#).

Alterações a esta Política

O Twitter poderá rever esta Política de Privacidade periodicamente. A versão mais atual da política regerá a utilização que fazemos da sua informação e estará sempre disponível em <https://twitter.com/privacy>. Se o Twitter efetuar uma alteração a esta Política de Privacidade que, no seu critério discricionário, seja substancial, notificá-lo-emos através de uma atualização @Twitter ou de um e-mail para o endereço de e-mail associado à sua conta. Ao continuar a acessar ou utilizar os Serviços após a data de entrada em vigor de tal alteração, você aceita sujeitar-se à versão revista da Política de Privacidade.

Em vigor desde: 08 de setembro de 2014

[Arquivo das Políticas de Privacidade Anteriores](#)

Sugestões ou perguntas sobre a Política de Privacidade? [entre em contato conosco](#).

Rodapé

- © 2014 Twitter
- [Sobre o Twitter](#)
- [Contato](#)
- [Blog](#)
- [Status](#)
- [API](#)
- [Empresas](#)
- [Ajuda](#)
- [Empregos](#)
- [Termos](#)
- [Privacidade](#)

ANEXO E – Outlook: Declaração de privacidade Microsoft

Microsoft declaração de privacidade

Última atualização: setembro de 2014

Esta declaração de privacidade aplica-se aos sites da Web, serviços e produtos da Microsoft, que coletam dados e exibem esses termos, bem como do respectivo suporte técnico offline. Esta declaração não se aplica aos sites, serviços e produtos da Microsoft que não exibem nem se relacionam a esta declaração, nem possuem declarações de privacidade próprias.

Consulte os resumos abaixo e clique em "Mais informações" para obter mais detalhes sobre um tópico específico. Você também pode escolher dos produtos listados acima para ver a declaração de privacidade daquele produto. Alguns produtos, serviços ou recursos mencionados nesta declaração podem não estar disponíveis em todos os mercados. Você pode obter mais informações sobre o compromisso da Microsoft em proteger sua privacidade em <http://www.microsoft.com/privacy>.

Cookies e tecnologias similares

Resumo

A maioria dos sites da Microsoft usa "cookies", que são pequenos arquivos de texto armazenados em seu dispositivo para ajudar os sites a funcionar e coletar informações sobre atividades online. Por exemplo, podemos usar cookies para armazenar suas preferências e configurações, ajudar na entrada no serviço, fornecer anúncios personalizados, combater fraudes e analisar as operações do site.

Também usamos Web beacons para ajudar a enviar cookies e compilar análises. Eles podem incluir Web beacons de fornecedores de serviços terceiros.

Você possui diferentes ferramentas para controlar cookies e tecnologias similares, inclusive:

- Controle de navegador para bloquear e excluir cookies;
- Controle de publicidade, inclusive os controles da Microsoft em <http://choice.live.com/advertisementchoice/>, para optar por não receber anúncios selecionados baseados no comportamento e
- Controles de alguns fornecedores de serviços de análise para poder recusar a coleta de dados pelos Web beacons.

Texto completo

A maioria dos sites da Microsoft usa "cookies", que são pequenos arquivos de texto armazenados em seu dispositivo para ajudar os sites a funcionar e coletar informações sobre atividades online. O texto de um cookie consiste muitas vezes em uma sequência de números e letras que identifica de forma única seu computador, mas também pode conter outras informações. Veja um exemplo de um número ID exclusivo armazenado em um cookie que poderemos colocar em seu dispositivo quando você visita um de nossos sites: E3732CA7E319442F97EA48A170C99801. Nossos sites também podem conter Web beacons ou outras tecnologias semelhantes. A Microsoft usa cookies e tecnologias semelhantes para diversas finalidades, descritas abaixo mais detalhadamente.

Como Controlar Cookies e Tecnologias Semelhantes

A Microsoft disponibiliza controles do navegador para ajudá-lo a gerenciar os cookies. Você também pode aceitar cookies, mas optar por não receber publicidade personalizada. Por exemplo, a preferência de anúncio e os controles de opção por não participar da Microsoft estão disponíveis em <http://choice.live.com/advertisementchoice/>.

Controle de navegador para bloquear cookies.

A maior parte dos navegadores da web aceita automaticamente os cookies, mas permite que você altere as configurações de seu navegador para bloquear cookies. Por exemplo, no Internet Explorer 11, você pode bloquear cookies seguindo as seguintes etapas:

1. Clique em "Ferramentas" e, em seguida, selecione "Opções da Internet"
2. Clique na guia "Privacidade" na parte superior da janela
3. Desloque o controle deslizante para cima ou para baixo para indicar as regras que pretende aplicar para bloquear cookies

As instruções para bloquear cookies em outros navegadores estão disponíveis na respectiva declaração de privacidade do navegador.

Tenha em atenção que, se você optar por bloquear os cookies, poderá não ser possível entrar no serviço ou usar outras funcionalidades interativas de sites e serviços da Microsoft e perder algumas preferências de publicidade dependentes de cookies.

Controles do navegador para excluir cookies.

Se você aceitar os cookies, poderá exclui-los mais tarde. Por exemplo, no Internet Explorer 11, você pode excluir cookies seguindo as seguintes etapas:

1. Clique em "Ferramentas" e, em seguida, selecione "Opções da Internet"
2. Na guia "Geral", em baixo de "Histórico de navegação", clique no botão "Excluir"
3. No pop-up, selecione a caixa junto a "Cookies"
4. Clique no botão "Excluir"

As instruções para excluir cookies em outros navegadores estão disponíveis na respectiva declaração de privacidade do navegador.

Se você optar por excluir cookies, quaisquer configurações e preferências controladas por esses cookies, incluindo as preferências de publicidade, serão apagadas e poderão ter de ser recriadas.

Controles do navegador para "Não rastrear" e Proteção contra rastreamento.

Alguns navegadores mais recentes incorporaram recursos para "Não rastrear". A maioria desses recursos, quando ligados, enviam um sinal ou preferência aos sites que você visita indicando que você não deseja ser rastreado. Esses sites (ou o conteúdo de terceiros nesses sites) podem continuar realizando atividades que você pode considerar rastreamento apesar de ter expressado esta preferência, dependendo das práticas de privacidade dos sites. Por, no momento, não haver um consenso com relação à interpretação do sinal DNT, a Microsoft não responde aos sinais DNT de navegadores em seus próprios sites ou serviços online ou em sites ou serviços online de terceiros nos quais a Microsoft fornece publicidade, conteúdo ou pode coletar informações. Continuamos trabalhando com a indústria online para definir um consenso com relação ao tratamento dos sinais DNT. Entretanto, os usuários podem continuar cancelando a recepção de anúncios personalizados da Microsoft como indicado abaixo.

O Internet Explorer (versões 9 e superiores) possui um recurso chamado Proteção contra rastreamento que ajuda a evitar que sites da Web que você frequenta enviem automaticamente detalhes sobre sua visita para fornecedores de conteúdo de terceiros. Quando você adiciona uma Lista de proteção contra rastreamento, o Internet Explorer bloqueará o conteúdo de terceiros, inclusive cookies, de qualquer site que seja listado como o site a ser bloqueado. Ao limitar chamadas para esses sites, o Internet Explorer limitará as informações que esses sites de terceiros podem coletar sobre você. Para obter mais informações sobre as Listas de proteção contra rastreamento e Não rastrear, consulte a [Declaração de Privacidade do Internet Explorer](#) ou [Ajuda do Internet Explorer](#).

Controles para não participar de Publicidade.

Uma vez que os cookies podem ser usados para diferentes propósitos, os usuários que não pretendem receber a publicidade personalizada podem optar por aceitar os cookies, mas não participar daquele uso específico. As empresas do setor de publicidade online desenvolveram diretrizes e programas para ajudar a proteger a

privacidade dos usuários. Esses programas incluem páginas da Web que você pode visitar para optar por não receber anúncios direcionados, com base em comportamento, de todas as empresas participantes (incluindo a Microsoft). Essas páginas incluem:

- Página de escolha do consumidor da Digital Advertising Alliance (DAA): <http://www.aboutads.info/choices/>
- Página de opção de não participar da Network Advertising Initiative (NAI): http://www.networkadvertising.org/managing/opt_out.asp
- Na Europa, também pode visitar Suas opções online: <http://www.youronlinechoices.com/>

Empresas de publicidade individuais também podem oferecer seus próprios recursos de opção pela não participação, além de escolhas de anúncios mais avançados. Por exemplo, a preferência de anúncio e os controles de opção por não participar da Microsoft estão disponíveis em <http://choice.live.com/advertisementchoice/>. Observe que a opção por não participar não significa que você deixará de receber anúncios ou que verá menos anúncios; entretanto, se você efetivamente optar por não receber, os anúncios que você receberá não serão mais selecionados baseados no comportamento. Além disso, o cancelamento não impede que as informações entrem em nossos servidores, mas impede que criemos ou atualizemos perfis que poderão ser utilizados para publicidade com base no comportamento.

Controle de Análises de Terceiros.

Conforme descrito detalhadamente abaixo, muitos sites e serviços online da Microsoft e outras empresas usam serviços de análise de terceiros que usam cookies e Web beacons para compilar estatísticas agregadas relativas à eficiência de campanhas promocionais ou outras operações do site. O usuário pode recusar a coleta ou a utilização de dados por parte de alguns desses fornecedores de análises, clicando nos seguintes links:

- Omniture (Adobe): <http://www.d1.sc.omtrdc.net/optout.html>
- Nielsen: http://www.nielsen-online.com/corp.jsp?section=leg_prs&nav=1#Optoutchoices
- Coremetrics: <http://www.coremetrics.com/company/privacy.php#optout>
- Visible Measures: <http://corp.visiblemeasures.com/viewer-settings>
- Google Analytics: <http://tools.google.com/dlpage/gaoptout> (requer que você instale um complemento do navegador)

Utilização de cookies

Os sites da Microsoft utilizam cookies para diversas finalidades, incluindo:

- **Armazenamento de preferências e configurações.** Se você inserir sua cidade ou código postal para obter notícias locais ou informações climáticas em um site da Microsoft, podemos armazenar essa cidade ou código postal em um cookie para que você veja as informações locais relevantes quando retornar àquele site. Isto pode lhe poupar tempo ao eliminar a necessidade de inserir repetidamente as mesmas informações cada vez que visita o site.
- **Entrar no serviço e autenticação.** Ao entrar em um site ou serviço usando sua conta Microsoft, nós armazenamos um número de ID exclusivo e a hora de logon em um cookie criptografado em seu dispositivo. Esse cookie permite que você se move pelas páginas do site sem ter de entrar novamente em cada página.
- **Publicidade selecionada.** Quando apresentarmos anúncios online a você, colocaremos um ou mais cookies em seu dispositivo, para reconhecê-lo sempre que lhe apresentarmos um anúncio. A apresentação de anúncios nos sites de nossos parceiros de publicidade e editores, bem como em nossos próprios sites, permite-nos compilar informações ao longo do tempo sobre o tipo de páginas, conteúdo e anúncios que são visitados ou visualizados por você ou por quem usa seu computador. Essas informações nos permitem selecionar os anúncios que lhe apresentamos. Por exemplo, elas nos ajudam a tentar não lhe apresentar os mesmos anúncios repetidamente. Também nos ajudam a selecionar e a apresentar anúncios personalizados que acreditamos que possam ser de seu interesse. Você pode obter mais informação sobre esta utilização dos cookies, incluindo como recusar a recepção de publicidade personalizada da Microsoft, em [Declaração de Privacidade da Microsoft Advertising](#).
- **Análise de site.** Poderemos usar cookies para contar o número de visitantes exclusivos de uma página da Web ou serviço, ou para desenvolver outras estatísticas agregadas sobre as operações de nossos sites e serviços. Essas análises nos ajudam a operar e aprimorar o desempenho desses sites e serviços.

Alguns dos cookies que geralmente usamos estão listados no seguinte gráfico. Essa lista não é extensiva, mas pretende ilustrar as principais razões pelas quais colocamos cookies. Se você visitar um de nossos sites, o site pode definir alguns ou todos os cookies apresentados a seguir:

Nome do cookie	Descrição
MUID	Identifica navegadores específicos que visitam os sites da Microsoft. É usado para publicidade, análise de site e outros fins operacionais.
ANON	Contém o ANID, um identificador único usado para ajudar a identificar quais os anúncios que um cliente poderá gostar. Também é usado para resguardar sua opção de recusar a publicidade personalizada da Microsoft, caso você tenha optado por associar essa recusa à sua conta Microsoft.
CC	Contém um código do país conforme determinado pela pesquisa de endereço IP inversa.
Autenticação de conta da Microsoft	Cookies de autenticação (por exemplo, RPSTAuth, MSNRPSAuth, KievRPSAuth) úteis ao fazer logon com uma conta Microsoft.
NAP	Contém uma versão criptografada de seu país, código postal, idade, gênero, idioma e profissão, caso sejam conhecidos, com base no perfil de sua conta Microsoft.
MH	Surge em sites de colaboração com outras marcas em que a Microsoft estabelece parcerias com um anunciente. Este cookie identifica o anunciente para que seja selecionado o anúncio correto.
ACH01	Guarda informações sobre os anúncios em que você clicou e em que local do anúncio clicou.
TOptOut	Registra sua decisão de não receber publicidade personalizada fornecida pela Microsoft.

Além dos cookies que a Microsoft pode definir quando você visita nossos sites, também é possível que terceiros definam cookies quando você visita sites da Microsoft. Em alguns casos, isso se deve ao fato de contratarmos terceiros para nos fornecerem serviços em nosso nome, tais como análises aos sites. Em outros casos, deve-se ao fato de nossas páginas da Web conterem conteúdo ou anúncios de terceiros, tais como vídeos, notícias ou anúncios entregues por outras redes de anúncios. Por seu navegador se conectar aos servidores Web desses terceiros para recuperar aquele conteúdo, eles conseguem definir ou ler seus próprios cookies em seu dispositivo e coletar informações sobre suas atividades online em sites ou serviços online.

Utilização de Web beacons

As páginas Web da Microsoft podem conter imagens eletrônicas conhecidas como Web beacons - por vezes designadas gifs de pixel único - que podem ser utilizadas para ajudar a enviar os cookies de nossos sites, contabilizar os usuários que visitaram essas páginas e fornecer serviços de marketing compartilhados. Por vezes, incluímos Web beacons em nossas mensagens de email promocionais ou boletins informativos, para determinar se as mensagens foram ou não abertas e utilizadas.

Por vezes, trabalhamos também com outras empresas que anunciam nos sites da Microsoft, colocando Web beacons nos respectivos sites ou anúncios para que possamos desenvolver estatísticas sobre a frequência com que um clique em um anúncio colocado em um site da Microsoft resulta em uma aquisição ou outra ação no site do anunciente.

Finalmente, os sites da Microsoft poderão conter Web beacons de terceiros para ajudar na compilação de estatísticas agregadas sobre a eficácia das nossas campanhas promocionais ou de outras operações nos nossos sites. Esses Web beacons podem permitir que terceiros definam ou leiam um cookie em seu

computador. Essas empresas podem coletar informações sobre suas atividades online em sites ou servidores online. No entanto, não permitimos que terceiros usem os web beacons de nossos sites para coletar ou ter acesso a informações que o identifiquem diretamente (tais como seu nome ou endereço de email). Você pode recusar a coleta de dados ou uso de dados por essas empresas externas de análises de dados, conforme descrito acima em "Controle de Análises de Terceiros".¹³

Outras tecnologias similares

Além dos cookies e Web beacons padrão, os sites da Web podem usar outras tecnologias para armazenar e ler arquivos de dados em seu computador. Isto pode ser feito para manter suas preferências ou para aumentar a velocidade e melhorar o desempenho ao armazenar alguns arquivos localmente. Mas, assim como os cookies normais, essas tecnologias também podem ser usadas para guardar um identificador exclusivo de seu computador, que pode depois servir para rastrear sua atividade online. Essas tecnologias incluem Objetos compartilhados locais (ou "Flash cookies"), Armazenamento local HTML5 e Armazenamento de aplicativos Silverlight.

Objetos compartilhados locais ou "Flash Cookies". Sites da Web que usam as tecnologias Adobe Flash poderão usar Objetos compartilhados locais ou "Flash cookies" para armazenar dados em seu computador. Para gerenciar ou bloquear cookies Flash ao usar o Windows, vá ao Painel de Controle e selecione Flash Player. Para obter instruções sobre outros sistemas operacionais, visite http://www.macromedia.com/support/documentation/en/flashplayer/help/settings_manager.html.

Armazenamento de aplicativo Silverlight. Os sites ou aplicativos que usam a tecnologia Microsoft Silverlight podem armazenar dados em seu dispositivo através do Armazenamento do aplicativo Silverlight. Para obter mais informações sobre como gerenciar ou bloquear tal armazenamento, visite a [Declaração de Privacidade do Silverlight](#).

As informações que coletamos

Resumo

A Microsoft coleta diversos tipos de informações a fim de operar de forma eficiente e fornecer os melhores produtos, serviços e experiências possíveis a você.

Coletamos informações quando você faz o registro, entra e usa nossos sites e serviços. Também podemos obter informações de outras empresas.

Coletamos essas informações de diversas formas, incluindo através de formulários Web, tecnologias como os [cookies](#), registros da web e software em seu computador ou outro dispositivo.

Texto completo

A Microsoft coleta diversos tipos de informações a fim de operar de forma eficiente e fornecer os melhores produtos, serviços e experiências possíveis a você. Algumas dessas informações são fornecidas diretamente por você. Obtemos algumas delas ao observar como você interage com nossos produtos e serviços. Outras estão disponíveis em fontes diferentes, que podem ser combinadas com os dados que coletamos diretamente. Independentemente da fonte, acreditamos que é importante tratar essas informações com cuidado e ajudá-lo a manter sua privacidade.

O que coletamos:

- Registro - Quando você se inscreve para usar nossos sites e serviços, poderá ser solicitado que forneça informações pessoais como seu nome, data de nascimento e código postal.
- Entrar - Para acessar alguns serviços da Microsoft, você precisará entrar com um endereço de email e uma senha, designados por conta Microsoft. Se você acessar nossos serviços por meio de um celular, também poderá utilizar seu número de telefone e um PIN como credencial alternativa ao nome do usuário e senha. Ao entrar em um site ou serviço da Microsoft, você poderá entrar automaticamente em outros sites e serviços da Microsoft que usem a conta da Microsoft. Clique [aqui](#) para obter mais informações sobre a privacidade da conta Microsoft.
- Usar nossos sites e serviços - Coletamos informações que nos informam como você interage com nossos serviços, inclusive o navegador que está utilizando, seu endereço IP, localização ou outras IDs únicas, as páginas que você visita e recursos que usa.
- Dados de outras fontes - Podemos obter informações adicionais sobre você, tais como dados demográficos que compramos de outras empresas.

Quando lhe são solicitadas informações pessoais, você pode se recusar a fornecê-las. Mas se escolher não disponibilizá-las, você poderá não conseguir usar algumas funcionalidades ou serviços.

Como coletamos:

Usamos diversos métodos e tecnologias para coletar informações sobre como você usa nossos sites e serviços, como:

- Formulários Web, como quando você digita informações em um formulário de registro ou digita uma consulta de pesquisa em uma caixa de pesquisa.
- Tecnologias como cookies e Web beacons (Visite [esta página Web](#) para obter mais informações sobre essas tecnologias).
- Registros da Web, que nos permitem coletar as informações padrão que o navegador envia para todos os sites visitados, tais como endereço IP, tipo e idioma do navegador e site de onde o usuário veio, bem como as páginas que você visita e os links nos quais clica ao visitar nossos sites e serviços.
- Software instalado em seu computador ou outro dispositivo, que pode enviar as informações necessárias de volta para operar, atualizar ou melhorar aquele software.

Como usamos suas informações pessoais

Resumo

A Microsoft usa as informações que coletamos para operar, aprimorar e personalizar os produtos e serviços que oferecemos.

Também poderemos usar as informações para nos comunicarmos com você, por exemplo, fornecer informações sobre sua conta e atualizações de segurança.

E poderemos usar as informações para ajudar a criar os anúncios que você vê em nossos serviços financiados por anúncios mais relevantes.

Texto completo

A Microsoft usa as informações que coletamos para operar, aprimorar e personalizar os produtos e serviços que oferecemos. As informações coletadas através de um serviço da Microsoft poderá ser combinada com informações coletadas através de outros serviços da Microsoft para lhe oferecer uma experiência mais consistente e personalizada em suas interações conosco. Também poderemos complementar esta experiência com informações de outras empresas. Por exemplo, poderemos utilizar serviços de outras empresas que nos permitam calcular uma área geográfica geral com base no seu endereço IP, para personalizarmos determinados serviços relativamente à sua área geográfica.

Também poderemos usar as informações para nos comunicarmos com você, por exemplo, informando quando uma assinatura está acabando, avisando quando atualizações de segurança estiverem disponíveis ou informando quando você precisa tomar atitudes para manter sua conta ativa.

A Microsoft oferece muitos de nossos sites e serviços de graça pois eles são financiados por publicidade. Para tornar estes serviços amplamente disponíveis, as informações que coletamos podem ser usadas para ajudar a aprimorar os anúncios que você vê tornando-os mais relevantes para você.

Razões pelas quais compartilhamos suas informações pessoais

Resumo

Compartilhamos suas informações com seu consentimento. Nós também poderemos compartilhar ou divulgar informações com afiliados e fornecedores da Microsoft quando exigido por lei ou para responder perante um processo jurídico; para proteger nossos clientes; para proteger vidas; para manter a segurança de nossos serviços e para proteger os direitos ou a propriedade da Microsoft.

Texto completo

Compartilhamos suas informações com seu consentimento. Por exemplo, nós compartilhamos seus conteúdos com terceiros quando você nos indica para fazer isso; por exemplo, quando você envia um email para um amigo, compartilha fotografias e documentos no OneDrive ou associa contas a outro serviço.

Nós podemos compartilhar ou divulgar informações pessoais com outras subsidiárias controladas pela Microsoft e suas afiliadas, bem como com fornecedores ou agentes que trabalhem em nosso nome. Por exemplo, as empresas contratadas para prestar serviço de suporte ao cliente ou ajudar na proteção e segurança de nossos serviços podem precisar de acesso às informações pessoais para desempenhar essas funções. Nesses casos, essas empresas devem cumprir nossos requisitos de privacidade de dados e elas não têm permissão para usar as informações para qualquer outro propósito. Nós também poderemos divulgar informações pessoais como parte de uma transação do grupo, tal como uma fusão ou uma venda de ativos.

Por fim, nós podemos acessar, divulgar e salvar suas informações pessoais, incluindo seus conteúdos privados (tais como o conteúdo de suas mensagens de email, outras comunicações privadas ou arquivos em pastas privadas), quando acreditamos em boa fé que isso é necessário para:

1. cumprir a lei ou responder a processos legais instaurados por autoridades competentes, incluindo os provenientes das autoridades ou de agências governamentais;
2. proteger nossos clientes, por exemplo, para evitar spam ou tentativas de defraudar os usuários dos serviços, ou para ajudar a evitar ferimentos graves ou perda de vidas;
3. operar e manter a segurança de nossos serviços, incluindo evitar ou impedir um ataque em nossos sistemas informáticos ou redes; ou
4. proteger os direitos ou a propriedade da Microsoft, incluindo a aplicação dos termos que regem o uso dos serviços; no entanto, se nós recebermos informações que indiquem que alguém está usando nossos serviços para traficar propriedade física ou intelectual da Microsoft, não inspecionaremos a vida privada do cliente por conta própria, mas poderemos denunciar a questão para as autoridades.

Tenha em conta que alguns de nossos sites e serviços incluem links para sites ou serviços de terceiros que possuem políticas de privacidade diferentes das da Microsoft. Se você enviar informações pessoais para qualquer desses sites ou serviços, seus dados serão regidos pelas declarações de privacidade desses terceiros.

Acesso às Informações Pessoais

Resumo

Alguns serviços Microsoft permitem que você veja ou edite as suas informações pessoais online. Para impedir que as suas informações pessoais sejam vistas, primeiro será solicitado que você entre no serviço. Como você pode acessar suas informações pessoais dependerá de que sites ou serviços você usou.

Texto completo

Alguns serviços Microsoft permitem que você veja ou edite as suas informações pessoais online. Para impedir que as suas informações pessoais sejam vistas por outros usuários, primeiro será solicitado que você entre no serviço. O(s) método(s) de acesso as suas informações pessoais dependerá(ão) de que sites ou serviços você usou.

Microsoft.com - Você pode acessar e atualizar seu perfil em microsoft.com visitando o [Centro de Perfis do Microsoft.com](#).

Serviços de Faturamento e Contas da Microsoft - Se você tem uma conta de Faturamento da Microsoft, pode atualizar suas informações no [site de Faturamento da Microsoft](#) clicando nos links "Informações Pessoais" ou "Informações de Faturamento".

Microsoft Connect - Se você for um usuário cadastrado do Microsoft Connect, poderá ter acesso e editar suas informações pessoais clicando em [Gerenciar o Perfil do Connect](#) no site Microsoft Connect.

Conta Microsoft - Se você pretender atualizar as informações de perfil em sua conta Microsoft, alterar sua senha, adicionar informações de segurança, visualizar a ID exclusiva associada às suas credenciais ou fechar sua conta, pode fazer isso em [servicos da conta Microsoft](#).

Perfil Público - Se você tiver criado um perfil público com sua conta Microsoft, pode editar ou eliminar informações em seu perfil público acessando ao seu [perfil](#).

Publicidade de Pesquisa - Caso você adquira publicidade de pesquisa através dos Bing Ads, poderá rever e editar suas informações pessoais no [site do Bing Ads](#).

Microsoft Partner Programs - Se você estiver cadastrado no Microsoft Partner Programs (Programas de Parceiros da Microsoft), poderá rever e editar seu perfil, clicando em [Gerenciar sua Conta](#) no site Partner Program.

Xbox - Se você usa a Xbox LIVE ou Xbox.com, pode ver ou editar suas informações pessoais, incluindo informações de faturamento e conta, configurações de privacidade, segurança online e preferências de compartilhamento de dados acessando a [Minha Xbox](#) no console Xbox ou no site Xbox.com. Para obter informações sobre conta, selecione Minha Xbox, Contas. Para outras configurações de informações pessoais, selecione Minha Xbox, depois, Perfil, em seguida, configurações de segurança online.

Se você não conseguir acessar seus dados pessoais coletados pelos sites ou serviços da Microsoft através dos links acima, esses sites e serviços podem lhe oferecer outras maneiras de acessar os seus dados. Você pode contatar a Microsoft usando o [formulário Web](#). Iremos responder às solicitações para acessar ou excluir suas informações pessoais no prazo de 30 dias.

Crianças

Resumo

Quando um site ou serviço da Microsoft coleta informações relacionadas com a idade, ele bloqueará o acesso a usuários menores de 13 anos ou solicitará que obtenham o consentimento de pais ou tutores antes de poderem usá-lo.

Quando a autorização for concedida, a conta da criança é tratada de forma semelhante a qualquer outra conta, incluindo a possibilidade de o titular da conta se comunicar com outros usuários.

Os pais podem alterar ou revogar o consentimento conforme descrito nesta declaração de privacidade.

Texto completo

Quando um site ou serviço da Microsoft coleta informações relacionadas com a idade, ele bloqueará o acesso a usuários menores de 13 anos ou solicitará que obtenham o consentimento de pais ou tutores antes de poderem usá-lo. Não pediremos intencionalmente a crianças com menos de 13 anos que fornecam mais informações do que as necessárias para o fornecimento dos nossos serviços.

Quando o consentimento for concedido, a conta da criança é tratada de forma muito semelhante a qualquer outra conta. A criança poderá ter acesso a serviços de comunicação como e-mail, mensagem instantânea e quadro de mensagens online e poderá se comunicar livremente com outros usuários de todas as idades.

Os encarregados de educação poderão alterar ou revogar as opções de consentimento anteriormente realizadas, bem como rever, editar ou solicitar a eliminação das informações pessoais das menores de idade. Por exemplo, os pais podem visitar sua [conta Microsoft](#) e clicar em "Permissões".

Exibição de Publicidade

Resumo

Grande parte dos anúncios online nos sites e serviços da Microsoft são apresentados pela Microsoft Advertising. Quando apresentarmos anúncios online a você, colocaremos um ou mais [cookies](#) para reconhecer seu computador sempre que lhe apresentarmos um anúncio. Ao longo do tempo, poderemos reunir informações dos sites em que apresentamos anúncios e usar essa informação para ajudar a fornecer publicidade mais relevante.

Você poderá cancelar a recepção de anúncios personalizados da Microsoft Advertising visitando a página [Página de opção de não participar](#).

Texto completo

Muitos de nossos sites e serviços são suportados por publicidade.

Grande parte dos anúncios online nos sites e serviços da Microsoft são apresentados pela Microsoft Advertising. Quando apresentarmos anúncios online a você, colocaremos um ou mais [cookies](#) em seu computador, para reconhecê-lo sempre que lhe apresentarmos um anúncio. Por oferecemos anúncios em nossos próprios sites da Web, bem como aqueles de nossos parceiros de publicidade e editoras, conseguimos compilar informações ao longo do tempo sobre os tipos de páginas, conteúdo e anúncios que você ou outros usuários estão usando em seu computador, visitaram ou viram. Essas informações nos permitem selecionar os anúncios que lhe apresentamos. Por exemplo, elas nos ajudam a tentar não lhe apresentar os mesmos anúncios repetidamente. Também nos ajudam a selecionar e a apresentar anúncios personalizados que acreditamos que possam ser de seu interesse.

Você pode cancelar a recepção de anúncios personalizados da Microsoft Advertising visitando nossa [página de cancelamento](#). Para obter mais informações sobre como a Microsoft coleta e usa as informações, consulte a [Declaração de Privacidade do Microsoft Advertising](#).

Também permitimos que outras empresas de publicidade, incluindo outras redes publicitárias, apresentem anúncios nos nossos sites. Em alguns casos, esses terceiros também podem colocar cookies em seu computador e coletar informações sobre suas atividades online em sites ou serviços online. Atualmente essas empresas incluem, entre outras: [24/7 Real Media](#), [adblade](#), [AdConion](#), [AdFusion](#), [Advertising.com](#), [AppNexus](#), [Atlas](#), [Bane Media](#), [Brand.net](#), [CasaleMedia](#), [Collective Media](#), [InMobi](#), [Interclick](#), [Jumptap](#), [Millennial Media](#), [nugg.adAG](#), [Mobclix](#), [Mojiva](#), [SpecificMedia](#), [Tribal Fusion](#), [ValueClick](#), [Where.com](#), [Yahoo!](#), [YuMe](#) e [Zumobi](#). Estas empresas poderão oferecer a você uma maneira de não participar de anúncios selecionados, baseados em seus cookies. Você poderá obter mais informações, clicando nos nomes das empresas acima e seguindo os links dos sites da Web de cada empresa. Muitas delas também são membros da [Network Advertising Initiative](#) ou da [Digital Advertising Alliance](#), que oferecem ambas uma forma simples de cancelar o envio de publicidade personalizada pelas empresas participantes.

Você deve estar ciente de que alguns navegadores incorporaram funcionalidades "Não Rastrear" (Do Not Track - DNT) que, quando ativadas, enviam um sinal no cabeçalho do navegador aos sites e serviços online, indicando que você não deseja ser controlado. É de responsabilidade do site ou serviço online que você visita (e de quaisquer terceiros que forneçam publicidade, conteúdos ou outras funcionalidades do site ou serviço online) decidir como interpretar e tratar o sinal. No entanto, ainda não existe consenso com relação ao tratamento do sinal DNT. Consequentemente, no momento, a Microsoft não responde aos sinais DNT de navegadores em seus próprios sites ou serviços online, ou em sites ou serviços online de terceiros nos quais a Microsoft fornece publicidade, conteúdo ou pode coletar informações. Continuamos trabalhando com a indústria online para definir um consenso com relação ao tratamento dos sinais DNT. Entretanto, os usuários poderão continuar cancelando a recepção de anúncios personalizados da Microsoft como indicado acima.

Preferências de comunicação

Resumo

Você pode interromper a entrega de email promocional proveniente dos sites e serviços da Microsoft, seguindo as instruções específicas na mensagem de email recebida. Dependendo do serviço respectivo, você também tem a opção de escolher proativamente a recepção de email promocional, chamadas telefônicas e correio, para sites ou serviços específicos da Microsoft.

Texto completo

Se você recebe mensagens de email promocional de nossa parte e pretende deixar de recebê-las, pode fazer isso seguindo as orientações nessa mensagem.

Dependendo do serviço respectivo, você poderá ter também a opção de escolher proativamente a recepção de email, chamadas telefônicas e correio promocional de sites e serviços específicos da Microsoft, visitando e entrando nas seguintes páginas:

- O [Gerenciador de Comunicações Promocionais](#) da Microsoft permite que você atualize informações de contato, gerencie preferências de contato amplas da Microsoft, opte por não participar de assinaturas e escolha se quer compartilhar suas informações com os parceiros da Microsoft. Caso não possua uma conta da Microsoft, você pode gerenciar suas preferências de comunicação de email da Microsoft usando este [formulário Web](#).

Estas opções não se aplicam à exibição de publicidade online: consulte a seção "Exibição de Publicidade (Não exibir)" para obter mais informações a respeito desta questão. Também não se aplicam à recepção de comunicações obrigatórias do serviço, consideradas parte de determinados serviços da Microsoft, e que poderá receber periodicamente a menos que cancele o serviço.

Serviços com base no local

Resumo

Alguns serviços ou funcionalidades podem utilizar informações sobre sua localização para fornecer os serviços solicitados ou personalizar sua experiência. As informações do local podem incluir dados que identifiquem torres de telefonia celular e pontos de acesso Wi-Fi, assim como dados de Sistema de Posicionamento Global (GPS). Para obter mais informações sobre serviços com base no local, clique em "Saber mais".

Texto completo

Quando utilizar um serviço ou funcionalidade com base no local, os dados sobre torres de telefonia celular, os dados Wi-Fi e os dados de Sistema de Posicionamento Global (GPS) podem ser enviados para a Microsoft. A Microsoft utiliza informações do local para fornecer os serviços solicitados, personalizar sua experiência e melhorar os produtos e serviços da Microsoft.

Alguns serviços podem permitir que você controle quando é que as informações do local são enviadas para a Microsoft ou disponibilizadas a terceiros. Em alguns casos, as informações do local são essenciais para o serviço e podem exigir a desinstalação da funcionalidade ou a descontinuação do serviço para parar o envio de informações do local. Consulte a documentação fornecida com seu dispositivo para obter informações sobre como desativar as funcionalidades de localização.

Dados de Suporte

Resumo

Os Dados de Suporte são as informações que nós coletamos quando você envia um pedido de suporte ou executa uma solução de problemas, incluindo informações sobre hardware, software e outros detalhes relacionados com o incidente de suporte, tais como: informações sobre contato ou autenticação, informações sobre a condição da máquina e do aplicativo no momento da falha e durante o diagnóstico, dados do sistema e do registro sobre as instalações do software e configurações de hardware, e arquivos de controle de erros. Nós usamos os Dados de Suporte de acordo com o descrito nesta declaração de privacidade e, além disso, nós os usamos para resolver seu incidente de suporte e para fins de treinamento.

Texto completo

Os Dados de Suporte são as informações que nós coletamos quando você envia um pedido de suporte ou executa uma solução de problemas, incluindo informações sobre hardware, software e outros detalhes relacionados com o incidente de suporte, tais como: informações sobre contato ou autenticação, informações sobre a condição da máquina e do aplicativo no momento da falha e durante o diagnóstico, dados do sistema e do registro sobre as instalações do software e configurações de hardware, e arquivos de controle de erros. Nós usamos os Dados de Suporte de acordo com o descrito nesta declaração de privacidade e, além disso, nós os usamos para resolver seu incidente de suporte e para fins de treinamento.

O suporte pode ser fornecido por telefone, email ou chat. Nós podemos usar o Acesso Remoto (RA), com sua permissão, para navegar temporariamente em seu ambiente de trabalho. As conversas telefônicas, sessões de chat ou de Acesso Remoto com os profissionais de suporte podem ser gravadas e/ou monitoradas. No caso do RA, você também pode ter acesso a gravação após sua sessão. No caso do Chat ou do RA, você pode terminar a sessão em qualquer momento.

Após um incidente de suporte, nós poderemos lhe enviar um inquérito sobre sua experiência e ofertas. Você pode recusar a recepção de inquéritos de suporte independentemente de outras comunicações fornecidas pela Microsoft, entrando em contato com o Suporte ou usando o rodapé do email.

Para rever e editar suas informações pessoais coletadas pelos nossos serviços de suporte, entre em contato conosco através de nosso [formulário Web](#).

Alguns clientes empresariais poderão adquirir ofertas de suporte melhoradas (p. ex.: Premier). Essas ofertas são abrangidas pelos seus próprios termos de contrato e avisos

Informações de instrumento de pagamento

Resumo

Os dados de pagamento são as informações que você fornece quando realiza compras online. Eles podem incluir seu número de instrumento de pagamento (*por ex.*, cartão de crédito, PayPal), seu nome e endereço para faturamento e o código de segurança associado ao seu instrumento de pagamento (*por exemplo*, o CSV ou CVV). Esta seção fornece informação adicional com relação à coleta e uso de sua informação de pagamento.

Texto completo

Os dados de pagamento são as informações que você fornece quando realiza compras online. Eles podem incluir seu número de instrumento de pagamento (*por ex.*, cartão de crédito, PayPal), seu nome e endereço para faturamento e o código de segurança associado ao seu instrumento de pagamento (*por exemplo*, o CSV ou CVV). Esta seção fornece informação adicional com relação à coleta e uso de sua informação de pagamento.

Os dados de pagamento são usados para concluir sua transação, bem como para a detecção e prevenção de fraude. Apoiando essas utilizações, a Microsoft pode compartilhar seus dados de pagamento com bancos e outras entidades que processam transações de pagamento ou outros serviços financeiros, e para a prevenção de fraude e redução de risco de crédito.

Quando você fornece dados de pagamento enquanto está com sessão iniciada em sua conta Microsoft ou de organização, iremos armazenar esses dados para ajudá-lo a concluir futuras transações.

Você pode atualizar ou remover as informações do instrumento de pagamento associada à sua conta Microsoft, iniciando sessão em <https://commerce.microsoft.com>. Você pode remover as informações do instrumento de pagamento associadas com a sua conta de organização entrando em contato com o [Suporte ao cliente](#). No entanto, após fechar sua conta ou remover um instrumento de pagamento, a Microsoft pode reter seus dados de instrumento de pagamento durante o tempo considerado razoável para completar sua transação existente, para cumprir os requisitos legais e de relatórios da Microsoft, e para a detecção e prevenção de fraude.

Conta da Microsoft

Resumo

A conta da Microsoft é um serviço que lhe permite fazer logon nos produtos, sites e serviços da Microsoft e dos parceiros da Microsoft. Quando você cria uma conta da Microsoft, pedimos que forneça algumas informações. Quando você entra em um site ou serviço usando sua conta da Microsoft, coletamos algumas informações para confirmar sua identidade em nome do site ou serviço, para protegê-lo contra uso mal-intencionado da conta e para proteger a eficiência e segurança do serviço de conta da Microsoft. Também enviamos algumas dessas informações a sites e serviços nos quais você faz logon com sua conta da Microsoft.

Nós usamos informações demográficas (sexo, país, idade e CEP, mas não usamos seu nome e informações de contato) da sua conta da Microsoft para lhe fornecer anúncios personalizados. **Você pode cancelar o recebimento de anúncios personalizados do Microsoft Advertising acessando a nossa [página de seleção](#).**

Para obter detalhes adicionais sobre a conta da Microsoft, inclusive como criar e usar uma conta da Microsoft, como editar informações da conta e como coletamos usamos informações relacionadas à conta da Microsoft, clique em Saiba Mais.

Texto completo

A conta da Microsoft (anteriormente conhecida como Windows Live ID e Microsoft Passport) é um serviço que permite que você entre nos produtos, sites e serviços da Microsoft, bem como naqueles de parceiros selecionados da Microsoft.

Criar uma conta da Microsoft

Você pode criar uma conta da Microsoft [aqui](#) fornecendo um endereço de email, uma senha e outras informações de segurança, como um endereço de email alternativo e um número de telefone. Usaremos suas informações de segurança apenas para fins de segurança - por exemplo, para confirmar sua identidade ou redefinir sua senha se você não conseguir acessar a conta da Microsoft. Alguns serviços poderão exigir segurança adicional e, nesses casos, poderá ser solicitado que você forneça informações adicionais. O endereço de email e a senha que você usa para se inscrever em sua conta da Microsoft são suas "credenciais", que usará para se autenticar em nossa rede. Atribuimos um número de ID exclusivo para suas credenciais para identificar as credenciais e as informações associadas.

Você pode usar um endereço de email fornecido pela Microsoft (como aqueles terminados em outlook.com, live.com, hotmail.com ou msn.com) ou um endereço de email fornecido por terceiros (como aqueles terminados em gmail.com ou yahoo.com) ao se inscrever para uma conta da Microsoft. Você deve usar um endereço de email que possui em um serviço de email no qual você possui acesso.

Quando você criar uma conta da Microsoft, também pediremos que você forneça as seguintes informações demográficas: sexo, país, data de nascimento, código postal. Poderemos usar a data de aniversário para confirmar se crianças obtiveram o consentimento apropriado de pais ou responsáveis para usar uma conta da Microsoft, conforme exigido pela legislação local. Usamos essas informações demográficas para pesquisa de mercado. Essas informações demográficas também são usadas por seus sistemas publicitários para fornecer anúncios personalizados sobre produtos e serviços que lhe podem ser úteis, mas nossos sistemas publicitários não recebem nem utilizam informações que possam identificá-lo diretamente ou de modo pessoal (como eu nome, endereço de email e número de telefone). Se preferir não receber anúncios personalizados, você pode registrar esta preferência em sua conta da Microsoft visitando [esta página](#), para que sempre que entrar em sites ou serviços com a conta da Microsoft, nossos sistemas de publicidade não lhe forneçam anúncios personalizados. Para obter mais informações sobre como a Microsoft usa as informações para publicidade, consulte a [Política de Privacidade do Microsoft Advertising](#).

Após criar uma conta da Microsoft usando um endereço de email fornecido por um terceiro, lhe enviaremos um email solicitando que confirme ser o proprietário do endereço de email associado à sua conta da Microsoft. Este processo foi concebido para confirmar a validade do endereço de email e para ajudar a impedir que endereços sejam usados sem autorização dos proprietários.

Usaremos o endereço de email que você utilizou para criar sua conta da Microsoft para lhe enviar comunicações relacionadas ao seu uso dos serviços e produtos da Microsoft e para a segurança da sua conta. Também podemos enviar emails promocionais sobre produtos e serviços da Microsoft, conforme o permitido pelas leis locais. Para obter informações sobre como gerenciar o recebimento de comunicações promocionais, visite [Comunicações](#).

Entrar em software, sites ou serviços com sua conta da Microsoft

Quando você entra em um site ou serviço usando sua conta da Microsoft, coletamos algumas informações para confirmar sua identidade em nome do site ou serviço, para protegê-lo contra uso mal-intencionado da conta e para proteger a eficiência e segurança do serviço de conta da Microsoft. Por exemplo, quando você entra no serviço, o serviço de conta da Microsoft recebe suas credenciais e registra seu nome de entrada e outras informações, como o número exclusivo atribuído às suas credenciais, o endereço IP, a versão do navegador da Web, o sistema operacional e horário e data. Se você usar uma conta da Microsoft para entrar em um dispositivo ou em um software que esteja instalado em um dispositivo, uma ID exclusiva aleatória será atribuída ao dispositivo; essa ID exclusiva aleatória será enviada como parte de suas credenciais ao serviço de conta da Microsoft quando você entrar posteriormente em um site ou serviço com sua conta da Microsoft e será usada para ajudar a proteger sua conta. O serviço de conta da Microsoft envia as seguintes informações de verificação limitada ao site ou serviço em que você entrou: um número de ID exclusivo que permite que o site ou serviço determine se você é a mesma pessoa em uma sessão de entrada no serviço e na sessão seguinte; o número de versão atribuído à sua conta (um novo número é atribuído sempre que você altera suas informações de entrada); se seu endereço de email foi confirmado; e se sua conta foi desativada.

Quando você entra no Windows com uma conta da Microsoft, o Windows envia informações padrão do computador para a Microsoft, assim como o fabricante, o modelo e a versão do dispositivo. Você pode utilizar estas informações padrão do dispositivo para personalizar determinadas comunicações para você – por exemplo, emails elaborados para ajudá-lo a usar o dispositivo. Se você entrar em seu dispositivo Windows 8.1 com sua conta da Microsoft, o Windows usará as suas informações da conta da Microsoft para fazer você entrar nos aplicativos, sites da Web e serviços da Microsoft. Para saber mais sobre entrar no Windows com uma conta da Microsoft, consulte a [Política de Privacidade do Windows 8.1](#).

Alguns sites e serviços de terceiros que permitem que você entre em sua conta da Microsoft solicitam seu endereço de email para lhe fornecer os serviços. Nesses casos, quando você entrar, a Microsoft fornecerá ao site ou serviço seu endereço de email, mas não sua senha. Se você criou as credenciais de sua conta da Microsoft com o site ou o serviço, ele pode ter acesso limitado às informações associadas às suas credenciais e ao seu perfil, conforme observado durante a criação da conta.

Se você recebeu sua conta de um terceiro, como uma escola, empresa, provedor de serviços de Internet ou o administrador de um domínio gerenciado, o terceiro poderá ter direitos sobre sua conta, inclusive a capacidade de redefinir sua senha, verificar o uso da conta ou os dados de perfil, ler ou armazenar conteúdo em sua conta e suspender ou cancelar sua conta. Nesses casos, você estará sujeito ao [Contrato de serviços da Microsoft](#) e a quaisquer termos de uso adicionais do terceiro. Se for o administrador de um domínio gerenciado e tiver fornecido contas da Microsoft a seus usuários, você será responsável por todas as atividades realizadas dentro dessas contas.

Observe que sites e serviços que permitem que você entre com sua conta da Microsoft podem usar ou compartilhar seu endereço de email ou outras informações pessoais que você fornecer a eles, como descrito em suas políticas de privacidade. Eles podem compartilhar o número de ID exclusivo fornecido a eles pelo serviço de conta da Microsoft apenas para cumprir um serviço ou uma transação que você tenha solicitado. Todos os sites ou serviços que usam a conta da Microsoft são obrigados a postar uma política de privacidade, mas não controlamos nem monitoramos as práticas de privacidade desses sites, e suas práticas de privacidade poderão variar. **Você deve examinar cuidadosamente a política de privacidade de cada site em que entrar, para determinar como cada site ou serviço usará as informações que coletar.**

Conectando sua conta da Microsoft às suas contas de rede social

Você pode conectar sua conta da Microsoft à sua conta em uma rede social como o Facebook, o Twitter ou o LinkedIn para acessar informações dessas redes sociais em sua conta da Microsoft. Por exemplo, conectar sua conta da Microsoft a uma conta de rede social permite que você veja as atualizações de status ou mensagens de amigos dessa rede social na caixa de entrada do Outlook.com; inclui-los no catálogo de endereço da conta da Microsoft; e ver os aniversários deles no calendário da conta da Microsoft. Se você escolher conectar sua conta da Microsoft à sua conta de uma rede social, armazenaremos em cache determinadas informações sobre a conta da sua rede social em nossos servidores para que possamos exibir informações atualizadas dessa conta.

Você pode ver uma lista das redes sociais que oferecem contas às quais você pode conectar sua conta da Microsoft, bem como as contas de rede social às quais você já está conectado à sua conta da Microsoft, fazendo login e visitando o site profile.live.com/services. Você pode desconectar uma conta de rede social da sua conta da Microsoft a qualquer momento em profile.live.com/services. Se você desconectar uma conta de rede social, deixaremos de armazenar em cache as informações dessa conta.

A Microsoft não é responsável pelo conteúdo proveniente de serviços que não são da Microsoft ou por informações que você compartilha com esses serviços ou envia a eles. Se você usar um serviço de um terceiro, o uso de suas informações estará sujeito às práticas de privacidade do terceiro. **Você deve examinar**

Acessando suas informações pessoais e encerrando sua conta

Você pode acessar suas informações pessoais em suas contas da Microsoft indo até a [página de resumo de conta](#) da Microsoft. Você pode alterar seu nome de usuário, caso sua conta da Microsoft não pertença a um domínio gerenciado. E você pode alterar sua senha, seu endereço de email alternativo e seu número de telefone. Você também pode fechar sua conta da Microsoft indo para [conta](#) e, em seguida, "Fechar conta". Se sua conta da Microsoft estiver em um domínio gerenciado, poderá haver um processo especial de encerramento da conta. Observe que, se você for usuário do Outlook.com ou tiver uma conta de cobrança com a Microsoft, quando for para sua conta, poderá ser redirecionado para a página da [conta](#) desses serviços.

Se você usar um endereço de email fornecido pela Microsoft (como os endereços terminados em outlook.com, live.com, hotmail.com ou msn.com), ao entrar em sua conta da Microsoft, esse endereço de email será exclusivo para você enquanto sua conta da Microsoft estiver ativa. Se você ou a Microsoft encerrar sua conta da Microsoft conforme determinado no [Contrato de Serviços Microsoft](#), esse endereço de email ou nome de usuário (mas não a própria conta da Microsoft) poderá ser reciclado em nosso sistema e atribuído a outro usuário. Mais informações sobre a conta da Microsoft estão disponíveis no [site da conta da Microsoft](#).

Outras informações de privacidade importantes

Resumo

Mais informações

- Proteger a segurança de informações pessoais
- Onde armazenamos e processamos informações
- Alterações de nossas declarações de privacidade

Informações de contato

- Se você tiver alguma questão relacionada com assistência geral ou técnica, consulte <http://support.microsoft.com/> para saber mais sobre as ofertas de suporte da Microsoft.
- Se tiver uma questão relativa à senha da conta Microsoft, visite o [suporte da conta Microsoft](#).
- Caso você tenha uma questão geral relativa à privacidade, uma questão endereçada ao diretor de privacidade da Microsoft ou deseje solicitar acesso às suas informações pessoais, entre em contato conosco através do [formulário Web](#).
 - Por correio: Microsoft Privacy, Microsoft Corporation, One Microsoft Way, Redmond, Washington 98052 EUA
 - Por telefone: 425-882-8080
- Para localizar a subsidiária da Microsoft em seu país ou região, visite <http://www.microsoft.com/worldwide/>.

Texto completo

Abaixo você encontrará informações de privacidade adicionais que poderá achar importantes. Muitas dessas informações descrevem práticas comuns na indústria, mas queremos nos certificar de que você tem conhecimento das mesmas. Tenha em consideração que essas informações não constituem uma descrição completa de nossas práticas. Todas elas são complementares a outras informações mais específicas contidas em outras seções desta declaração de privacidade.

Nesta página:

- [Proteger a segurança de informações pessoais](#)
- [Onde a informação é armazenada e processada](#)
- [Alterações de nossas declarações de privacidade](#)
- [Informações de contato](#)

Proteger a segurança de informações pessoais

A Microsoft está empenhada em proteger a segurança de suas informações pessoais. Utilizamos uma vasta gama de tecnologias e procedimentos de segurança para ajudar a proteger suas informações pessoais contra acesso, utilização ou divulgação não autorizados. Por exemplo, armazenamos as informações pessoais fornecidas em sistemas de computador com acesso limitado, localizados em instalações controladas. Quando transmitimos informações altamente confidenciais (como um número de cartão de crédito ou senha) através da Internet, nós as protegemos através da criptografia, como por exemplo, através do protocolo SSL (Secure Socket Layer).

Se for utilizada uma senha para ajudar a proteger suas contas e informações pessoais, a manutenção da confidencialidade dessa senha é de sua responsabilidade. Não a compartilhe. Se você estiver compartilhando um computador com outras pessoas, deverá sempre fazer logout antes de sair de um site ou serviço para impedir que os usuários seguintes tenham acesso às suas informações.

Onde a informação é armazenada e processada

As informações pessoais coletadas por sites e serviços da Microsoft podem ser armazenadas e processadas nos Estados Unidos da América ou em qualquer outro país onde a Microsoft ou as respectivas empresas afiliadas, subsidiárias ou provedores de serviços disponham de instalações. A Microsoft respeita os princípios do programa Safe Harbor EUA-UE e do programa Safe Harbor EUA-Suíça estabelecido pelo U.S. Department of Commerce relativamente à coleta, utilização e retenção de dados do Espaço Econômico Europeu e da Suíça. Para saber mais sobre o programa Safe Harbor e para consultar nossa certificação, visite <http://www.export.gov/safeharbor/>.

A Microsoft pode manter suas informações pessoais por diversas razões, tais como para agir em conformidade com nossas obrigações jurídicas, resolver contestações, garantir o cumprimento de nossos contratos e durante o tempo que for necessário para fornecer serviços. Para saber como acessar suas informações pessoais, visite [Acesso às suas informações](#).

Alterações de nossas declarações de privacidade

Atualizaremos ocasionalmente nossas declarações de privacidade para refletir os comentários dos clientes e as alterações realizadas em nossos serviços. Quando publicarmos alterações a esta declaração, alteraremos a data da "última atualização" que aparece na parte superior da declaração. Se existirem alterações materiais a esta declaração ou ao modo como a Microsoft utilizará suas informações pessoais, notificaremos através da publicação destacada de um aviso das alterações ou do envio direto de uma notificação antes da respectiva implementação. Aconselhamos que você revise periodicamente as declarações de privacidade dos produtos e serviços que usa para obter mais informações sobre como a Microsoft está protegendo suas informações.

Informações de contato

- Se você tiver alguma questão relacionada com assistência geral ou técnica, consulte <http://support.microsoft.com/> para saber mais sobre as ofertas de suporte da Microsoft.
- Se você tiver uma questão relacionada com a senha da conta Microsoft , consulte o [suporte da conta Microsoft](#).
- Caso você tenha uma questão geral relativa à privacidade, uma questão endereçada ao diretor de privacidade da Microsoft ou deseje solicitar acesso às suas

informações pessoais, entre em contato conosco através do [formulário Web](#).

- Por correio: Microsoft Privacy, Microsoft Corporation, One Microsoft Way, Redmond, Washington 98052 EUA
- Por telefone: 425-882-8080
- Para localizar a subsidiária da Microsoft em seu país ou região, visite <http://www.microsoft.com/worldwide/>.

Mais informações sobre Privacidade e Segurança na Microsoft

[Privacidade na Microsoft >](#)

[Controle de sua Privacidade Online >](#)

[Segurança em casa >](#)

ANEXO F – Yahoo!: Política de privacidade

Política de Privacidade do Yahoo!

[Yahoo Privacy](#) > **Política de Privacidade do Yahoo!**

[Enviar essa página](#)[Imprimir essa página](#)

Política de Privacidade do Yahoo

COBERTURA DESTA POLÍTICA DE PRIVACIDADE

O Yahoo! do Brasil Internet Ltda. (“Yahoo”) leva a sério a sua privacidade. Por favor, leia as informações a seguir para saber mais sobre nossa política de privacidade.

Como o Yahoo usa informações pessoais

Esta política cobre a forma como o Yahoo lida com as informações pessoais recebidas e coletadas, dentre as quais as informações relacionadas ao uso dos produtos e serviços do Yahoo (“Serviços”) por seus usuários. As informações pessoais são aquelas capazes de identificar o usuário de modo pessoal, tais como, nome, endereço, e-mail ou número de telefone, e que não estão publicamente disponíveis.

Esta política se aplica somente ao Yahoo

Esta política não se aplica às empresas que não são de propriedade ou controle do Yahoo, nem às pessoas que não são empregadas ou gerenciadas por ela. Além disso, algumas empresas adquiridas, associadas ou afiliadas ao Yahoo contam com suas próprias políticas de privacidade pré-existentes, que deverão ser visualizadas nas respectivas páginas.

COMPILAÇÃO E USO DE INFORMAÇÕES

Generalidades

O Yahoo coleta informações pessoais quando o usuário se cadastra, usa os [produtos e serviços do Yahoo](#), visita as páginas do Yahoo ou as páginas de determinados parceiros do Yahoo e participa de [promoções ou concursos](#). O Yahoo pode combinar as informações que tem a respeito de seus usuários com as informações que obtém de parceiros comerciais ou de outras empresas.

Ao se cadastrar nos Serviços do Yahoo, solicitamos aos usuários informações como: nome, e-mail, data de nascimento, sexo, CEP, ocupação profissional, assuntos de interesse pessoal, dentre outras.

O Yahoo também recebe e armazena automaticamente as informações de seu computador e navegador, incluindo seu [endereço de IP](#), [cookies do Yahoo](#), características de software e hardware e páginas por você solicitadas.

O Yahoo utiliza essas informações para as seguintes finalidades: personalizar a publicidade e o conteúdo por você visualizado, atender às suas solicitações de Serviços, aprimorar os Serviços prestados, entrar em contato com seus usuários, realizar pesquisas e proporcionar relatórios contendo informações anonimizadas para clientes internos e externos.

Crianças

O Yahoo não entra em contato com crianças menores de 13 anos sobre ofertas especiais ou para finalidades mercadológicas, sem a permissão dos responsáveis legais.

O Yahoo não solicita a crianças menores de 13 anos informações pessoais adicionais, para participação em atividades promocionais, além daquelas informações devidamente necessárias para a participação da criança em determinada atividade promocional, sob supervisão de seus responsáveis legais.

COMPARTILHAMENTO E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

O Yahoo não aluga, não vende e não compartilha as informações pessoais recebidas e coletadas com outras pessoas ou com empresas não afiliadas, exceto com objetivo de fornecer a você os Serviços solicitados, mediante a sua permissão ou às circunstâncias mencionadas a seguir:

- Fornecemos as informações a parceiros nos quais confiamos e que trabalham com o Yahoo ou em nome do Yahoo, vinculados a acordos de confidencialidade. Estas empresas poderão usar seus dados pessoais com o objetivo de auxiliar o Yahoo na comunicação estabelecida com você sobre ofertas do próprio Yahoo e de parceiros mercadológicos. Contudo, estas empresas, por sua vez, não têm nenhum direito de compartilhar as referidas informações.
- Para atendermos a ordens judiciais nos termos da legislação em vigor, ou em processos judiciais para estabelecer ou exercer nossos direitos legais ou empreender defesa contra ações judiciais.
- Quando acreditarmos de boa-fé ser necessário compartilhar informações com o objetivo de investigar, impedir ou adotar medidas relativas a atividades ilegais, suspeitas de fraude, situações envolvendo possíveis ameaças à segurança física de qualquer pessoa, violações dos Termos do Serviço do Yahoo e políticas aplicáveis ou com base em procedimentos especificados e autorizados pela lei.
- Transferimos as informações que temos sobre você se o Yahoo se incorporar a uma outra empresa ou se for por ela adquirido. Nesta hipótese, o Yahoo notificará você a esse respeito antes que as informações pessoais sejam transferidas e se tornem sujeitas a uma política de privacidade diferente.
- O uso dos produtos e serviços providos pelo Yahoo, de acordo com seus Termos de Serviço, envolvem a coleta e utilização de informações e dados sobre o usuário, incluindo a transferência destas informações e dados para outros territórios, para fins de armazenamento, processamento e utilização pelo Yahoo e sua afiliadas.

O Yahoo exibe anúncios direcionados a um público-alvo com base nas informações pessoais que tem sobre você. Os anunciantes (inclusive empresas servidoras de anúncios) podem pressupor que as pessoas que interagem ou visualizam tais anúncios direcionados atendem aos critérios de seleção do público-alvo como, por exemplo, mulheres entre 18 e 24 anos, de determinada área geográfica.

- O Yahoo não fornece nenhuma informação pessoal ao anunciante com o qual você interage ou do qual você vê um anúncio direcionado. No entanto, ao interagir com um anunciante ou ao ver um anúncio, você está admitindo a possibilidade de que ele venha a pressupor que você atende aos critérios de seleção do público-alvo usados para a exibição do anúncio.
- Entre os anunciantes do Yahoo incluem-se prestadores de serviços financeiros (tais como, bancos, agentes de seguros, corretoras de valores) e empresas não financeiras (tais como, lojas, companhias aéreas e de informática).

O Yahoo trabalha com vendedores, associados, anunciantes e provedores de outros serviços que atuam em setores e categorias diferentes de negócio. Para obter mais informações referentes aos provedores de determinados produtos ou serviços, consulte nossos [links de referência](#).

COOKIES

O Yahoo pode implantar e acessar [cookies do Yahoo](#) no computador que você usa.

O Yahoo permite que servidoras de anúncios em algumas de nossas páginas, implantem e acessem seus próprios cookies no seu computador pessoal. O uso de cookies por outras empresas não está sujeito a esta política de privacidade do Yahoo, mas sim às políticas de privacidade próprias. Os anunciantes ou outras empresas não têm acesso aos [cookies do Yahoo](#).

O Yahoo usa [web beacons](#) para acessar seus cookies, dentro de nossa rede de sites, em sites de terceiros e em conexão aos produtos e serviços do Yahoo.

SUA CAPACIDADE PARA EDITAR E EXCLUIR INFORMAÇÕES SOBRE SUA CONTA E SUAS PREFERÊNCIAS

Generalidades

Você tem a possibilidade de editar, a qualquer momento, suas informações de sua conta do Yahoo, inclusive suas preferências de marketing.

Novas categorias para comunicados sobre diferentes segmentos de mercado poderão, ocasionalmente, ser acrescentadas à página reservada às Preferências de Marketing. Os usuários que visitarem esta página poderão optar por não receber futuros comunicados sobre um ou mais segmentos de mercado dessas novas categorias ou podem cancelar a assinatura deste serviço seguindo as instruções contidas nas mensagens que recebem.

Reservamo-nos o direito de enviar a você determinados comunicados referentes aos serviços Yahoo – tais como, anúncios sobre serviços, mensagens administrativas e a Yahoo Newsletter, que são considerados partes integrantes de sua conta do Yahoo – sem oferecer-lhe a oportunidade de optar por não recebê-los.

Você pode excluir a sua conta do Yahoo ao visitar nossa página de [Exclusão de Conta](#) ou preencher o [formulário](#). [Clique aqui](#) para saber quais as informações podem permanecer em nossos registros depois da exclusão da conta.

CONFIDENCIALIDADE E SEGURANÇA

Limitamos o acesso às informações pessoais que temos sobre você a nossos empregados que, conforme acreditamos, podem precisar acessá-las para exercer suas funções e fornecer a você nossos produtos e serviços.

Contamos com recursos de proteção física, eletrônica e procedural, que atendem a padrões internacionais de proteção a informações pessoais.

MUDANÇAS NESTA POLÍTICA DE PRIVACIDADE

O Yahoo pode atualizar esta política a qualquer momento. Enviaremos aviso sobre mudanças significativas introduzidas na forma como tratamos as informações de caráter pessoal ao seu endereço de e-mail principal, especificado em sua conta do Yahoo, ou colocando o referido aviso em local de destaque em nosso site.

PERGUNTAS E SUGESTÕES

Se você tem perguntas ou sugestões, por favor, preencha o [formulário de feedback](#).

Atualizado em 28 de outubro de 2014.

Copyright © 2014 Yahoo! do Brasil Internet Ltda. Todos os direitos reservados.

[Privacidade](#) | [Termos do Serviço](#)

ANEXO G – Apple: Política de privacidade

Política de Privacidade

A política de privacidade da Apple foi atualizada em 17 de setembro de 2014.

As alterações foram realizadas principalmente para abordar os novos recursos lançados com o iOS 8 ou para fornecer informações adicionais sobre o uso atual de dados como data de nascimento ou dados de terceiros fornecidos por nossos usuários (por exemplo, ao enviar produtos ou vales-presente). Nenhuma das alterações é retroativa.

Adicionamos texto para abordar Sugestões do Spotlight, Analytics, Compartilhamento Familiar e ID Apple para usuários menores de 13 anos ou idade equivalente em seus países. Por fim, adicionamos uma descrição de tecnologias usadas por serviços que se baseiam em localização, incluindo GPS, Bluetooth, endereço IP e locais de torres de celular e acesso Wi-Fi de origem massiva.

Sua privacidade é e sempre foi importante para a Apple. Por isso, desenvolvemos uma Política de Privacidade que abrange a forma de coletar, usar, divulgar, transferir e armazenar suas informações. Leia nossas práticas de privacidade e entre em contato se tiver dúvidas.

[Lei californiana de transparência Do Not Track | Informações referentes a mensagens eletrônicas comerciais no Canadá](#)

Coleta e uso de informações pessoais

As informações pessoais são dados que podem ser usados para identificar ou entrar em contato com uma única pessoa.

Quando você entrar em contato com a Apple ou com uma empresa afiliada da Apple, talvez seja solicitado a informar suas informações pessoais. A Apple e suas afiliadas podem compartilhar essas informações pessoais entre si e usá-las de modo consistente com esta Política de Privacidade. Elas também podem juntá-las com outras informações para fornecer e melhorar nossos produtos, serviços, conteúdo e propaganda. Você não é obrigado a enviar as informações pessoais que solicitamos, mas, caso escolha não fornecê-las, em muitos casos não poderemos oferecer a você nossos produtos e serviços ou responder a suas dúvidas.

Aqui estão alguns exemplos dos tipos de informações pessoais que a Apple pode coletar e como podemos usá-las.

Quais informações pessoais coletamos

- Quando você cria um ID Apple, solicita crédito comercial, compra um produto, baixa uma atualização de software, se registra para uma aula em uma Apple Store, entra em contato conosco ou participa de uma

pesquisa online, podemos coletar várias informações, incluindo seu nome, endereço de correspondência, número de telefone, e-mail, preferências de contato e informações de cartão de crédito.

- Quando você compartilha seu conteúdo com a família e amigos usando produtos Apple, envia vales-presente e produtos ou convida outras pessoas para participar de serviços ou fóruns da Apple, a Apple pode coletar as informações que você fornece sobre essas pessoas, como nome, endereço de correspondência, e-mail e número de telefone. A Apple usará essas informações para atender suas solicitações, fornecer o produto ou serviço relevante ou com finalidades antifraude.
- Nos EUA, podemos solicitar documentos de identificação emitidos pelo governo em algumas circunstâncias, como ao configurar uma conta wireless e ativar seu dispositivo, com a finalidade de estender crédito comercial, gerenciar reservas ou conforme exigido por lei.

Como usamos suas informações pessoais

- As informações pessoais que coletamos nos permitem manter você atualizado sobre os mais recentes anúncios de produtos, atualizações de software e eventos próximos da Apple. Se não quiser participar da nossa lista de distribuição, você pode optar por não recebê-la a qualquer momento atualizando suas preferências.
- Também usamos as informações pessoais para criar, desenvolver, operar, fornecer e melhorar nossos produtos, serviços, conteúdo e publicidade, além de prevenir perdas e evitar fraudes.
- Podemos usar suas informações pessoais, incluindo data de nascimento, para confirmar sua identidade, ajudar na identificação de usuários e determinar serviços adequados. Por exemplo, podemos usar a data de nascimento para determinar a idade de titulares de IDs Apple.
- Às vezes, usaremos suas informações pessoais para enviar avisos importantes, como comunicações sobre compras e alterações em nossos termos, condições e normas. Como essas informações são importantes para sua interação com a Apple, você não pode optar por não receber as comunicações.
- Podemos também usar informações pessoais para propósitos internos, como auditoria, análise de dados e pesquisa para melhorar os produtos, os serviços e as comunicações com clientes da Apple.
- Se você entrar em um sorteio, concurso ou promoção similar, poderemos usar as informações que você forneceu para administrar esses programas.

Coleta e uso de informações não pessoais

Também coletamos dados que, analisados de maneira independente, não permitem a associação direta a um indivíduo específico. Podemos coletar, usar, transferir e revelar informações não pessoais para qualquer propósito. A seguir estão alguns exemplos de informações não pessoais que coletamos e como podemos usá-las.

- Podemos coletar informações como ocupação, idioma, código postal, código de área, identificador único de dispositivo, URL de referência, localização e fuso horário em que um produto Apple é usado para que possamos entender melhor o comportamento do cliente e melhorar nossos produtos, serviços e propaganda.
- Também coletamos informações sobre atividades do cliente em nosso site, nos serviços iCloud e na iTunes Store, e em nossos outros produtos e serviços. Essas informações são agregadas e usadas para nos ajudar a fornecer informações mais úteis para nossos clientes e para entender que partes de nosso site, produtos e serviços são de maior interesse. Dados agregados são considerados informações não pessoais para os propósitos desta Política de Privacidade.
- Podemos coletar e armazenar detalhes sobre como você usa nossos serviços, incluindo buscas. Essas informações podem ser usadas para melhorar a relevância dos resultados oferecidos por nossos serviços. Exceto em alguns casos, para garantir a qualidade de nossos serviços pela Internet, essas

informações não serão associadas a seu endereço IP.

153

- Com seu consentimento explícito, podemos coletar dados sobre como você usa seu dispositivo e seus aplicativos para ajudar os desenvolvedores de aplicativos a melhorarem seus produtos.

Se nós juntarmos as informações não pessoais com informações pessoais, as informações combinadas serão tratadas como informações pessoais enquanto permanecerem combinadas.

Cookies e outras tecnologias

Os sites, os serviços online, os aplicativos interativos, as mensagens por e-mail e as propagandas da Apple podem usar "cookies" e outras tecnologias, como pixel tags e web beacons. Essas tecnologias nos ajudam a entender melhor o comportamento do usuário, nos informam que partes de nossos sites as pessoas visitaram, além de facilitar e medir a eficácia das propagandas e pesquisas na web. Tratamos as informações coletadas por cookies e outras tecnologias como informações não pessoais. Porém, à medida que os endereços do Protocolo da Internet (IP) ou identificadores similares sejam considerados informações pessoais pela lei local, também tratamos esses identificadores como informações pessoais. Da mesma forma, à medida que as informações não pessoais sejam combinadas com informações pessoais, tratamos as informações combinadas como informações pessoais para os propósitos desta Política de Privacidade.

A Apple e seus parceiros usam cookies e outras tecnologias de serviços de publicidade móvel para controlar o número de exibições de determinado anúncio, mostrar anúncios de acordo com os interesses do usuário e avaliar o desempenho das campanhas de publicidade. Se você não quiser receber anúncios com este nível de relevância em seu dispositivo móvel, poderá optar pelo não recebimento acessando o seguinte link em seu dispositivo: <http://oo.apple.com>. Como alternativa, se estiver usando o iOS 6, ou um sistema operacional mais recente em seu dispositivo móvel, ou o iTunes Radio em seu computador, poderá optar pelo não recebimento escolhendo a opção Limitar Publicidade Rastreada. Se optar por não receber, você continuará a receber o mesmo número de anúncios móveis, mas eles poderão ser menos relevantes porque não serão baseados nos seus interesses. Você ainda pode ver anúncios relacionados ao conteúdo em uma página da web ou em um app, ou baseados em outras informações não pessoais. A desativação pelo site oo.apple.com aplica-se apenas aos serviços de publicidade da Apple e não influencia anúncios com base em interesse de outras redes de publicidade. No entanto, se você selecionar Limitar Publicidade Rastreada em seu dispositivo móvel, apps de terceiros não poderão, por contrato, usar o Identificador de Publicidade, um identificador não pessoal do dispositivo que tem a função de apresentar a você anúncios direcionados.

A Apple e nossos parceiros também usam cookies e outras tecnologias para lembrar informações pessoais quando você usa nosso site na web, serviços online e apps. Nossa meta nesses casos é tornar sua experiência com a Apple mais conveniente e pessoal. Por exemplo, ao sabermos o seu nome, podemos dar as boas-vindas a você na próxima vez que visitar a Apple Online Store. Sabendo seu país e idioma – e se você é um professor, sua escola –, podemos proporcionar uma experiência de compras personalizada e mais útil. Saber se alguém que está usando seu computador ou dispositivo comprou um determinado produto ou usou um serviço em particular nos ajuda a tornar nossas comunicações de propaganda e por e-mail mais relevantes para seus interesses. E saber suas informações de contato, identificadores de hardware e informações sobre seu computador ou dispositivo nos ajuda a personalizar seu sistema operacional, configurar seu serviço iCloud e realizar um atendimento melhor.

Se você quiser desabilitar os cookies e estiver usando o navegador Safari, vá para as preferências do Safari e, em seguida, para o painel de privacidade para desabilitar os cookies. Em seu dispositivo móvel da Apple, vá para Ajustes, depois Safari e então para a seção Cookies. Nos outros navegadores, verifique com o fabricante para saber como bloqueá-los. Observe que certos recursos do site da Apple não ficarão disponíveis quando os cookies forem desabilitados.

Assim como acontece na maioria dos serviços da Internet, coletamos algumas informações automaticamente e as armazenamos em arquivos de log. Essas informações incluem endereços do Protocolo da Internet (IP), tipo de navegador e idioma, provedor de serviços da Internet (ISP), sites e aplicativos de encaminhamento e saída, sistema operacional, marcação de data/hora e dados clickstream.

Usamos essas informações para entender e analisar tendências, administrar o site, aprender sobre o comportamento do usuário no site, melhorar nossos produtos e serviços e coletar informações demográficas sobre nossa base de usuários como um todo. A Apple pode usar essas informações em nossos serviços de marketing e propagandas.

Em algumas de nossas mensagens de e-mail, usamos um "URL click-through" vinculado ao conteúdo no site da Apple. Quando os clientes clicam em um desses URLs, eles passam por um servidor web separado antes de chegar à página de destino em nosso site. Rastreamos esses dados "click-through" para podermos determinar o interesse em tópicos específicos e medir a eficácia de nossas comunicações com o cliente. Se preferir não ser rastreado dessa maneira, evite clicar no texto ou link gráfico nas mensagens de e-mail.

As Pixel tags permitem enviar mensagens de e-mail em um formato que os clientes podem ler, e elas nos informam se o e-mail foi aberto. Podemos usar essas informações para reduzir ou eliminar mensagens enviadas aos clientes.

Divulgação a terceiros

Eventualmente, determinadas informações pessoais podem ser disponibilizadas a parceiros estratégicos que trabalham com a Apple para fornecer produtos e serviços que ajudam a Apple na comercialização com os clientes. Por exemplo, quando você compra e ativa seu iPhone, autoriza a Apple e sua operadora a trocarem informações que você fornece durante o processo de ativação para realização do serviço. Se você for aprovado para o serviço, sua conta será regida pelas políticas de privacidade respectivas da Apple e de sua operadora. As informações pessoais só serão compartilhadas pela Apple para fornecer ou melhorar nossos produtos, serviços e propaganda. Elas não serão compartilhadas com terceiros para seus propósitos de marketing.

Provedores de Serviço

A Apple compartilha informações pessoais com empresas que fornecem serviços, como processamento de informações, extensão de crédito, atendimento de pedidos de clientes, entrega de produtos a você, gestão e aprimoramento de dados de cliente, atendimento ao cliente, avaliação de seu interesse em nossos produtos e serviços, e condução de pesquisa do cliente ou avaliação de satisfação. Essas empresas são obrigadas a proteger suas informações e podem estar localizadas onde quer que a Apple opere.

Outros

Pode ser necessário que a Apple revele suas informações pessoais, seja por lei, processo legal, litígio e/ou solicitações de autoridades públicas e governamentais dentro ou fora de seu país de residência. Também podemos revelar informações sobre você se determinarmos que, para propósitos de segurança nacional, imposição da lei ou outros problemas de importância pública, a revelação será necessária ou apropriada.

Também podemos revelar informações sobre você se determinarmos que a revelação é razoavelmente necessária para impor nossos termos e condições ou proteger nossas operações ou usuários. Além disso, no caso de uma reorganização, fusão ou venda, podemos transferir toda e qualquer informação pessoal que coletamos a terceiros relevantes.

Proteção de informações pessoais

A Apple leva a segurança de suas informações pessoais muito a sério. Os serviços online da Apple, como a Apple Online Store e a iTunes Store protegem suas informações pessoais durante a transmissão usando criptografia, como Transport Layer Security (TLS). Quando seus dados pessoais são armazenados pela Apple, usamos sistemas de computador com acesso limitado mantidos em instalações que incluem medidas físicas de segurança. Os dados do iCloud são armazenados criptografados, mesmo quando utilizamos o armazenamento de terceiros.

Quando usamos alguns produtos, serviços ou aplicativos Apple ou postamos em um fórum da Apple, sala de bate-papo ou serviço de rede social, as informações pessoais e o conteúdo que você compartilha são visíveis a outros usuários e podem ser lidas, coletadas ou usadas por eles. Você é responsável pelas

informações pessoais que escolhe compartilhar ou enviar nesses casos. Por exemplo, se você listar seu nome e endereço de e-mail em uma postagem de fórum, essas informações serão públicas. Tome cuidado quando usar esses recursos.

155

Se você ou qualquer outra pessoa usando o Compartilhamento Familiar entrar em um dispositivo de propriedade de terceiros, qualquer informação compartilhada entre sua família (incluindo calendário, localização, fotos e compras do iTunes) poderá ser transferida para esse dispositivo de terceiros, divulgando assim essas informações compartilhadas. [Consulte Sobre o Compartilhamento Familiar para obter mais informações].

Integridade e retenção de informações pessoais

A Apple permite que você mantenha facilmente suas informações pessoais precisas, completas e atualizadas. Reteremos suas informações pessoais pelo período necessário para satisfazer as finalidades descritas nesta Política de Privacidade, a menos que um período de retenção mais longo seja exigido ou permitido por lei.

Acesso a informações pessoais

Você pode ajudar a assegurar que suas informações e preferências de contato estejam corretas, completas e atualizadas acessando sua conta em <https://appleid.apple.com/>. No caso de outras informações pessoais que armazenamos, ofereceremos o acesso a você para qualquer finalidade, incluindo solicitar que corrijamos os dados se estiverem incorretos ou que os apaguemos, contanto que a Apple não seja obrigada por lei ou para fins comerciais legítimos a retê-los. Podemos recusar o processamento de solicitações que sejam infundadas/vexatórias, prejudiquem a privacidade de outros, sejam extremamente impraticáveis ou cujo acesso não seja de outra forma exigido por lei. Solicitações de acesso, correção ou exclusão podem ser feitas por meio do Formulário de Contato de Privacidade regional.

Crianças

Compreendemos a importância de adotar precauções adicionais para proteger a privacidade e a segurança de crianças usando produtos e serviços Apple. Da mesma maneira, não coletamos, usamos ou divulgamos conscientemente informações pessoais de crianças com menos de 13 anos de idade, ou a idade mínima equivalente na jurisdição relevante, sem o consentimento parental verificável. Se soubermos que coletamos informações pessoais de uma criança com menos de 13 anos de idade, ou a idade mínima equivalente de acordo com a jurisdição, sem primeiro receber consentimento parental verificável, tomaremos medidas para excluir as informações assim que possível.

Crianças com menos de 13 anos de idade, ou a idade mínima equivalente na jurisdição relevante, não podem criar seus próprios IDs Apple, a menos que o pai ou a mãe tenha consentido por meio do programa ID Apple para estudantes ou como parte da criação da conta da criança no Compartilhamento Familiar. Por exemplo, é necessário que o pai ou a mãe analise o Aviso sobre o ID Apple e o Compartilhamento Familiar e aceite o Consentimento para coleta, uso e divulgação das informações do seu filho pela Apple e os Termos e Condições da iTunes Store antes que possa iniciar o processo de criação do ID Apple para seu filho. Saiba mais sobre o Compartilhamento Familiar, o programa de ID Apple para estudantes e as restrições para contas de crianças.

Se, a qualquer momento, um dos pais precisar acessar, corrigir ou apagar dados relacionados à conta do Compartilhamento Familiar ou ao ID Apple do filho, poderá entrar em contato conosco por meio de nosso Formulário de Contato de Privacidade.

Ou usar as informações de contato apresentadas aqui.

Serviços de localização

Para fornecer serviços de localização em produtos Apple, a Apple e seus parceiros e licenciados podem coletar, usar e compartilhar dados de localização precisos, incluindo a localização geográfica em tempo real de seu computador ou dispositivo Apple. Onde disponíveis, os serviços de localização poderão usar GPS, Bluetooth e seu endereço IP, além da localização de pontos de acesso Wi-Fi e torres de celular e outras tecnologias, para determinar a localização aproximada de seu dispositivo. A menos que você consinta, esses dados de localização são coletados anonimamente de forma a não identificar você pessoalmente e são usados pela Apple e nossos parceiros e licenciados para fornecer e melhorar produtos e serviços de localização. Por exemplo, seu dispositivo pode compartilhar sua localização geográfica com provedores de aplicativos quando você opta por usar seus serviços de localização.

Alguns serviços de localização oferecidos pela Apple, tais como o recurso Buscar iPhone, requerem suas informações pessoais para que o recurso funcione.

Sites e serviços de terceiros

Sites, produtos, apps e serviços da Apple podem conter links para sites, produtos e serviços de terceiros. Nossos produtos e serviços podem usar ou oferecer produtos ou serviços de terceiros, por exemplo, um app de terceiros para iPhone. As informações coletadas por terceiros, que podem incluir dados de localização ou informações para contato, são regidas pelas respectivas práticas de privacidade. Incentivamos você a conhecer as práticas de privacidade desses terceiros.

Usuários internacionais

Todas as informações que você fornece podem ser transferidas ou acessadas por entidades em todo o mundo, conforme descrito nesta Política de Privacidade. A Apple obedece as estruturas de "safe harbor" (porto seguro) do Departamento de Comércio dos EUA sobre a coleta, o uso e a retenção de informações pessoais coletadas por organizações no Espaço Econômico Europeu e Suíça. Saiba mais sobre o Programa de Safe Harbor do Departamento de Comércio dos EUA.

Observe que as informações pessoais, incluindo informações fornecidas durante o uso do iCloud, sobre indivíduos que residem em um estado membro do Espaço Econômico Europeu (EEE) e na Suíça são controladas pela Apple Distribution International em Cork, Irlanda, e processadas em seu nome pela Apple Inc. Informações pessoais coletadas no EEE e na Suíça durante o uso do iTunes são controladas pela iTunes SARL em Luxemburgo e processadas em seu nome pela Apple Inc.

A Apple obedece ao Sistema de regras internacionais de privacidade (CBPR) da Cooperação Econômica Ásia-Pacífico (APEC). O sistema CBPR da APEC fornece uma estrutura às organizações com a finalidade de garantir a proteção de informações pessoais transferidas entre as economias participantes da APEC.

Nosso compromisso em toda a empresa com a sua privacidade

Para estarmos certos de que suas informações pessoais estão seguras, comunicamos nossas diretrizes de privacidade e segurança aos funcionários da Apple e impomos rigorosamente as salvaguardas de privacidade na empresa.

Dúvidas sobre privacidade

Se tiver qualquer dúvida sobre a Política de Privacidade da Apple ou sobre o processamento de dados, ou, ainda, se quiser fazer uma reclamação devido a uma possível violação das leis locais de privacidade, entre em contato conosco. É possível entrar em contato conosco pelo número de telefone do suporte da Apple pertinente para seu país.

Qualquer comunicação dessa natureza será examinada, e as respostas serão enviadas o quanto antes,

quando for adequado. Se não ficar satisfeito com a resposta que receber, você poderá encaminhar sua reclamação para o regulador relevante em sua jurisdição. Se você solicitar, nos esforçaremos para fornecer as informações sobre as opções de reclamação que podem ser aplicáveis a suas circunstâncias.

15

A Apple pode atualizar sua Política de Privacidade ocasionalmente. Quando alterarmos a política de modo material, será postado um aviso em nosso site juntamente com a Política de Privacidade atualizada.

Apple Inc. 1 Infinite Loop, Cupertino, California, USA, 95014



A Apple Inc. recebeu o Selo de Privacidade TRUSTe, significando que esta Política de Privacidade e as práticas foram revistas pela TRUSTe no que diz respeito à conformidade com os requisitos do programa da TRUSTe, incluindo transparência, responsabilização e escolha quanto à coleta e uso de suas informações pessoais. O programa da TRUSTe não cobre informações que podem ser coletadas por meio de software passível de download. Se tiver perguntas ou reclamações sobre nossa Política de Privacidade ou práticas, entre em contato conosco. Se não estiver satisfeito com nossa resposta, você poderá entrar em contato com a TRUSTe ↗.



Última atualização: 17 de setembro de 2014

ANEXO H – WhatsApp: Informação legal

Informação Legal do WhatsApp

Terms of Service

1. Your Acceptance

This is an agreement between WhatsApp Inc., a California corporation ("WhatsApp"), the owner and operator of www.whatsapp.com (the "WhatsApp Site"), the WhatsApp software, including WhatsApp Messenger (collectively, including all content provided by WhatsApp through WhatsApp Messenger and the WhatsApp Site, the "WhatsApp Service", or the "Service"), and you ("you" or "You"), a user of the Service. BY USING THE SERVICE, YOU ACKNOWLEDGE AND AGREE TO THESE TERMS OF SERVICE, AND WHATSAPP'S PRIVACY POLICY, WHICH CAN BE FOUND AT <http://www.whatsapp.com/legal/#Privacy>, AND WHICH ARE INCORPORATED HEREIN BY REFERENCE. If you choose to not agree with any of these terms, you may not use the Service.

2. WhatsApp Service

These Terms of Service apply to all users of the WhatsApp Service. Information provided by our users through the WhatsApp Service may contain links to third party websites that are not owned or controlled by WhatsApp. WhatsApp has no control over, and assumes no responsibility for, the content, privacy policies, or practices of any third party websites. In addition, WhatsApp will not and cannot censor or edit the content of any third-party site. By using the Service, you expressly acknowledge and agree that WhatsApp shall not be responsible for any damages, claims or other liability arising from or related to your use of any third-party website.

3. WhatsApp Access

A. Subject to your compliance with these Terms of Service, WhatsApp hereby grants you permission to use the Service, provided that: (i) your use of the Service as permitted is solely for your personal use, and you are not permitted to resell or charge others for use of or access to the Service, or in any other manner inconsistent with these Terms of Service; (ii) you will not duplicate, transfer, give access to, copy or distribute any part of the Service in any medium without WhatsApp's prior written authorization; (iii) you will not attempt to reverse engineer, alter or modify any part of the Service; and (iv) you will otherwise comply with the terms and conditions of these Terms of Service and Privacy Policy.

B. In order to access and use the features of the Service, you acknowledge and agree that you will have to provide WhatsApp with your mobile phone number. You expressly acknowledge and agree that in order to provide the Service, WhatsApp may periodically access your contact list and/or address book on your mobile device to find and keep track of mobile phone numbers of other users of the Service. When providing your mobile phone number, you must provide accurate and complete information. You hereby give your express consent to WhatsApp to access your contact list and/or address book for mobile phone numbers in order to provide and use the Service. We do not collect names, addresses or email addresses, just mobile phone numbers. You are solely responsible for the status messages that you submit and that are

JURÍDICO

[TERMOS DE SERVIÇO](#)

[AVISO DE PRIVACIDADE](#)

WHATSAPP PARA SEU TELEFONE

AJUDE A TRADUZIR O WHATSAPP

*Contribute to the WhatsApp translation in your language.
Let's make WhatsApp available to everyone in the world!*

COMPARTILHE O WHATSAPP COM AMIGOS

Curtir 351 mil

Tweetar +100 mil

[digitalsynopsis.com/advertising/am...](#)

- Stories like this inspire us to work late... #stillintheoffice

7 months ago @WhatsApp

displayed for your mobile phone number on the WhatsApp Service. You must notify WhatsApp immediately of any breach of security or unauthorized use of your mobile phone. Although WhatsApp will not be liable for your losses caused by any unauthorized use of your account, you may be liable for the losses of WhatsApp or others due to such unauthorized use.

C. You agree not to use or launch any automated system, including without limitation, "robots," "spiders," "offline readers," etc. or "load testers" such as wget, apache bench, mswebstress, httpload, blitz, Xcode Automator, Android Monkey, etc., that accesses the Service in a manner that sends more request messages to the WhatsApp servers in a given period of time than a human can reasonably produce in the same period by using a WhatsApp application, and you are forbidden from ripping the content unless specifically allowed.

Notwithstanding the foregoing, WhatsApp grants the operators of public search engines permission to use spiders to copy materials from the website for the sole purpose of creating publicly available searchable indices of the materials, but not caches or archives of such materials. WhatsApp reserves the right to revoke these exceptions either generally or in specific cases. While we don't disallow the use of sniffers such as Ethereal, tcpdump or HTTPWatch in general, we do disallow any efforts to reverse-engineer our system, our protocols, or explore outside the boundaries of the normal requests made by WhatsApp clients. We have to disallow using request modification tools such as fiddler or whisker, or the like or any other such tools activities that are meant to explore or harm, penetrate or test the site. You must secure our permission before you measure, test, health check or otherwise monitor any network equipment, servers or assets hosted on our domain. You agree not to collect or harvest any personally identifiable information, including phone number, from the Service, nor to use the communication systems provided by the Service for any commercial solicitation or spam purposes. You agree not to spam, or solicit for commercial purposes, any users of the Service.

4. Intellectual Property Rights

The design of the WhatsApp Service along with WhatsApp created text, scripts, graphics, interactive features and the like, except Status Submissions (as defined below), and the trademarks, service marks and logos contained therein ("Marks"), are owned by or licensed to WhatsApp, subject to copyright and other intellectual property rights under United States and foreign laws and international conventions. The Service is provided to you AS IS for your information and personal use only. WhatsApp reserves all rights not expressly granted in and to the Service. You agree to not engage in the use, copying, or distribution of any of the Service other than expressly permitted herein, including any use, copying, or distribution of Status Submissions of third parties obtained through the Service for any commercial purposes.

5. User Status Submissions

A. The WhatsApp Service allows WhatsApp users to submit status text, profile photos and other communications submitted by you, as well as the automatic submission of your "last seen" status (collectively, the "Status Submissions"). These Status Submissions may be hosted, shared, and/or published as part of the WhatsApp Service, and may be visible to other users of the Service who have your mobile phone number in their mobile phone and which you have not expressly blocked. For clarity, direct messages, location data and photos or files that you send directly to other WhatsApp users will only be viewable by those WhatsApp user(s) or group(s) you directly send such information; but Status Submissions may be globally viewed by WhatsApp users that have your mobile phone number on their smartphone, unless the user is blocked by you. Currently, we have no method of providing different levels of visibility of your Status Submissions among users that have your mobile phone number – you acknowledge and agree that any Status Submissions may be globally viewed

by users that have your mobile phone number, so don't submit or post status messages or profile photos that you don't want to be seen globally. A good rule of thumb is if you don't want the whole world to know something or see something, don't submit it as a Status Submission to the Service. The submission of your 'last seen' status is done on an automatic basis. As clarified in the following section, you retain your ownership rights in your Status Submissions. You understand that whether or not such Status Submissions are published, WhatsApp does not guarantee any confidentiality with respect to any submissions.

B. You shall be solely responsible for your own Status Submissions and the consequences of posting or publishing them. Because WhatsApp is only acting as a repository of data, user submitted statuses do not necessarily represent the views or opinions of WhatsApp, and WhatsApp makes no guarantees as to the validity, accuracy or legal status of any status. In connection with Status Submissions, you affirm, represent, and/or warrant that: (i) you own or have the necessary licenses, rights, consents, and permissions to use and authorize WhatsApp to use all patent, trademark, trade secret, copyright or other proprietary rights in and to any and all Status Submissions to enable inclusion and use of the Status Submissions in the manner contemplated by the Service and these Terms of Service; and (ii) you have the written consent, release, and/or permission of each and every identifiable individual person in the Status Submission to use the name or likeness of each and every such identifiable individual person to enable inclusion and use of the Status Submissions in the manner contemplated by the Service and these Terms of Service. To be clear: you retain all of your ownership rights in your Status Submissions, but you have to have the rights in the first place. However, by submitting the Status Submissions to WhatsApp, you hereby grant WhatsApp a worldwide, non-exclusive, royalty-free, sublicenseable and transferable license to use, reproduce, distribute, prepare derivative works of, display, and perform the Status Submissions in connection with the WhatsApp Service and WhatsApp's (and its successor's) business, including without limitation for promoting and redistributing part or all of the WhatsApp Service (and derivative works thereof) in any media formats and through any media channels. You also hereby grant each subscriber to your status on the WhatsApp Service a non-exclusive license to access your Status Submissions through the Service. The foregoing license granted by you terminates once you remove or delete a Status Submission from the WhatsApp Service.

C. In connection with Status Submissions, you further agree that you will not: (i) submit material that is copyrighted, protected by trade secret or otherwise subject to third party proprietary rights, including privacy and publicity rights, unless you are the owner of such rights or have permission from their rightful owner to post the material and to grant WhatsApp all of the license rights granted herein; (ii) publish falsehoods or misrepresentations that could damage WhatsApp or any third party; (iii) submit material that is unlawful, obscene, defamatory, libelous, threatening, harassing, hateful, racially or ethnically offensive, or encourages conduct that would be considered a criminal offense, give rise to civil liability, violate any law, or is otherwise inappropriate; (iv) post advertisements or solicitations of business; (v) impersonate another person; (vi) send or store material containing software viruses, worms, Trojan horses or other harmful computer code, files, scripts, agents or programs; (vii) interfere with or disrupt the integrity or performance of the Service or the data contained therein; or (viii) attempt to gain unauthorized access to the Service or its related systems or networks.

D. Adult content must be identified as such. WhatsApp does not endorse any Status Submission or any opinion, recommendation, or advice expressed therein, and WhatsApp expressly disclaims any and all liability in connection

with Status Submissions. WhatsApp does not permit copyright infringing activities and infringement of intellectual property rights via its Service, and WhatsApp will remove all content and Status Submissions if properly notified that such content or Status Submission infringes on another's intellectual property rights. To file a copyright infringement notification, please send a written communication that includes substantially the following (see Section 512(c)(3) of the Digital Millennium Copyright Act): (i) A physical or electronic signature of a person authorized to act on behalf of the owner of an exclusive right that is allegedly infringed; (ii) Identification of the copyrighted work claimed to have been infringed, or, if multiple copyrighted works at a single online site are covered by a single notification, a representative list of such works; (iii) Identification of the material that is claimed to be infringing or to be the subject of infringing activity and that is to be removed or access to which is to be disabled, and information reasonably sufficient to permit the service provider to locate the material, including the mobile phone number of the WhatsApp user allegedly infringing the copyrighted work; (iv) Information reasonably sufficient to permit the service provider to contact the complaining party, such as an address, telephone number, and, if available, an electronic mail address at which the complaining party may be contacted; (v) A statement that the complaining party has a good faith belief that use of the material in the manner complained of is not authorized by the copyright owner, its agent, or the law; and (vi) A statement that the information in the notification is accurate, and under penalty of perjury, that the complaining party is authorized to act on behalf of the owner of an exclusive right that is allegedly infringed. Such takedown notices may be emailed to support at whatsapp.com. WhatsApp reserves the right to remove content and Status Submissions without prior notice. WhatsApp may also terminate a user's access to the Service, if they are determined to be a repeat infringer, or for any or no reason, including being annoying. A repeat infringer is a User who has been notified of infringing activity more than once and/or has had a Status Submission removed from the Service more than twice. An annoying person is anyone who is (capriciously or not) determined to be annoying by authorized WhatsApp employees, agents, subagents, superagents or superheros. WhatsApp also reserves the right to decide whether content or a Status Submission is appropriate and complies with these Terms of Service for violations other than copyright infringement and violations of intellectual property law, such as, but not limited to excessive length or limited interest. WhatsApp may remove such Status Submissions and/or terminate a User's access for uploading such material in violation of these Terms of Service at any time, without prior notice and at its sole discretion.

E. You understand that when using the WhatsApp Service you will be exposed to Status Submissions from a variety of sources, and that WhatsApp is not responsible for the accuracy, usefulness, safety, or intellectual property rights of or relating to such Status Submissions, and that such Status Submissions are not the responsibility of WhatsApp. You further understand and acknowledge that you may be exposed to Status Submissions that are inaccurate, offensive, indecent, or objectionable, and you agree to waive, and hereby do waive, any legal or equitable rights or remedies you have or may have against WhatsApp with respect thereto, and agree to indemnify and hold WhatsApp, its officers, directors, employees, agents, affiliates, and/or licensors, harmless to the fullest extent allowed by law regarding all matters related to your use of the WhatsApp Service.

F. WhatsApp permits you to link to materials on the Service for personal purposes only. WhatsApp reserves the right to discontinue any aspect of the WhatsApp Service at any time.

6. Warranty Disclaimer

YOU AGREE THAT YOUR USE OF THE WHATSAPP SERVICE SHALL BE AT YOUR SOLE RISK. TO THE FULLEST EXTENT PERMITTED BY LAW, WHATSAPP, ITS OFFICERS, DIRECTORS, EMPLOYEES, AND AGENTS DISCLAIM ALL WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN CONNECTION WITH THE SERVICE AND YOUR USE THEREOF. WHATSAPP MAKES NO WARRANTIES OR REPRESENTATIONS ABOUT THE ACCURACY OR COMPLETENESS OF THIS SERVICE'S CONTENT AND ASSUMES NO LIABILITY OR RESPONSIBILITY FOR ANY (I) ERRORS, MISTAKES, OR INACCURACIES OF CONTENT, (II) PERSONAL INJURY OR PROPERTY DAMAGE, OF ANY NATURE WHATSOEVER, RESULTING FROM YOUR ACCESS TO AND USE OF OUR SERVICE, (III) ANY UNAUTHORIZED ACCESS TO OR USE OF OUR SERVERS AND/OR ANY AND ALL PERSONAL INFORMATION AND/OR FINANCIAL INFORMATION STORED THEREIN, (IV) ANY INTERRUPTION OR CESSATION OF TRANSMISSION TO OR FROM OUR SERVICE, (IV) ANY BUGS, VIRUSES, TROJAN HORSES, OR THE LIKE WHICH MAY BE TRANSMITTED TO OR THROUGH OUR SERVICE THROUGH THE ACTIONS OF ANY THIRD PARTY, AND/OR (V) ANY ERRORS OR OMISSIONSIN ANY CONTENT OR FOR ANY LOSS OR DAMAGE OF ANY KIND INCURRED AS A RESULT OF THE USE OF ANY CONTENT POSTED, EMAILED, TRANSMITTED, OR OTHERWISE MADE AVAILABLE VIA THE WHATSAPP SERVICE. WHATSAPP DOES NOT WARRANT, ENDORSE, GUARANTEE, OR ASSUME RESPONSIBILITY FOR ANY PRODUCT OR SERVICE ADVERTISED OR OFFERED BY A THIRD PARTY THROUGH THE WHATSAPP SERVICE OR ANY HYPERLINKED WEBSITE OR FEATURED IN ANY USER STATUS SUBMISSION OR OTHER ADVERTISING, AND WHATSAPP WILL NOT BE A PARTY TO OR IN ANY WAY BE RESPONSIBLE FOR MONITORING ANY TRANSACTION BETWEEN YOU AND THIRD-PARTY PROVIDERS OF PRODUCTS OR SERVICES. AS WITH THE PURCHASE OF A PRODUCT OR SERVICE THROUGH ANY MEDIUM OR IN ANY ENVIRONMENT, YOU SHOULD USE YOUR BEST JUDGMENT AND EXERCISE CAUTION WHERE APPROPRIATE. AND AGAIN, USE THIS JUST FOR FUN.

7. Limitation of Liability

IN NO EVENT SHALL WHATSAPP, ITS OFFICERS, DIRECTORS, EMPLOYEES, OR AGENTS, BE LIABLE TO YOU FOR ANY DIRECT, INDIRECT, INCIDENTAL, SPECIAL, PUNITIVE, OR CONSEQUENTIAL DAMAGES WHATSOEVER RESULTING FROM ANY (I) ERRORS, MISTAKES, OR INACCURACIES OF CONTENT, (II) PERSONAL INJURY OR PROPERTY DAMAGE, OF ANY NATURE WHATSOEVER, RESULTING FROM YOUR ACCESS TO AND USE OF OUR SERVICE, (III) ANY UNAUTHORIZED ACCESS TO OR USE OF OUR SECURE SERVERS AND/OR ANY AND ALL PERSONAL INFORMATION AND/OR FINANCIAL INFORMATION STORED THEREIN, (IV) ANY INTERRUPTION OR CESSATION OF TRANSMISSION TO OR FROM OUR SERVERS, (IV) ANY BUGS, VIRUSES, TROJAN HORSES, OR THE LIKE, WHICH MAY BE TRANSMITTED TO OR THROUGH OUR SERVICE BY ANY THIRD PARTY, (V) ANY ERRORS OR OMISSIONS IN ANY CONTENT OR FOR ANY LOSS OR DAMAGE OF ANY KIND INCURRED AS A RESULT OF YOUR USE OF ANY CONTENT POSTED, EMAILED, TRANSMITTED, OR OTHERWISE MADE AVAILABLE VIA THE WHATSAPP CLIENT, WHETHER BASED ON WARRANTY, CONTRACT, TORT, OR ANY OTHER LEGAL THEORY, AND WHETHER OR NOT THE COMPANY IS ADVISED OF THE POSSIBILITY OF SUCH DAMAGES, AND/OR (VI) THE DISCLOSURE OF INFORMATION PURSUANT TO THESE TERMS OF SERVICE OR PRIVACY POLICY. THE FOREGOING LIMITATION OF LIABILITY SHALL APPLY TO THE FULLEST EXTENT PERMITTED BY LAW IN THE APPLICABLE JURISDICTION.

YOU SPECIFICALLY ACKNOWLEDGE THAT WHATSAPP SHALL NOT BE

LIABLE FOR USER SUBMISSIONS OR THE DEFAMATORY, OFFENSIVE, OR ILLEGAL CONDUCT OF ANY THIRD PARTY AND THAT THE RISK OF HARM OR DAMAGE FROM THE FOREGOING RESTS ENTIRELY WITH YOU.

The Service is controlled and offered by WhatsApp from its facilities in the United States of America. WhatsApp makes no representations that the WhatsApp Service is appropriate or available for use in other locations. Those who access or use the WhatsApp Service from other jurisdictions do so at their own volition and are responsible for compliance with local law.

8. Indemnity

You agree to defend, indemnify and hold harmless WhatsApp, its parent corporation, officers, directors, employees and agents, from and against any and all claims, damages, obligations, losses, liabilities, costs or debt, and expenses (including but not limited to attorney's fees) arising from: (i) your use of and access to the WhatsApp Service; (ii) your violation of any term of these Terms of Service; (iii) your violation of any third party right, including without limitation any copyright, property, or privacy right; or (iv) any claim that one of your Status Submissions caused damage to a third party. This defense and indemnification obligation will survive these Terms of Service and your use of the WhatsApp Service. We don't support or encourage illegal consumption of alcohol or tobacco, so there.

9. Ability to Accept Terms of Service

You affirm that you are either more than 16 years of age, or an emancipated minor, or possess legal parental or guardian consent, and are fully able and competent to enter into the terms, conditions, obligations, affirmations, representations, and warranties set forth in these Terms of Service, and to abide by and comply with these Terms of Service. In any case, you affirm that you are at least 16 years old as the WhatsApp Service is not intended for children under 16. If you are under 16 years of age, you are not permitted to use the WhatsApp Service. You further represent and warrant that you are not located in a country that is subject to a U.S. Government embargo, or that has been designated by the U.S. Government as a "terrorist-supporting" country, and that you are not listed on any U.S. Government list of prohibited or restricted parties. WhatsApp is the developer of the Service, with an address at 3561 Homestead Road, #416, Santa Clara, CA 95010-5161, info at whatsapp.com.

10. Assignment

These Terms of Service, and any rights and licenses granted hereunder, may not be transferred or assigned by you, but may be assigned by WhatsApp without restriction.

11. General

You agree that: (i) the WhatsApp Service shall be deemed solely based in California; (ii) the WhatsApp Service shall be deemed a passive server that does not give rise to personal jurisdiction over WhatsApp, either specific or general, in jurisdictions other than California; and (iii) that you agree to subject to the jurisdiction of California in the event of any legal dispute. These Terms of Service shall be governed by the internal substantive laws of the State of California, without respect to its conflict of laws principles. Any claim or dispute between you and WhatsApp that arises in whole or in part from the WhatsApp Service shall be decided exclusively by a court of competent jurisdiction located in Santa Clara County, California. These Terms of Service, together with the Privacy Policy at <http://www.whatsapp.com/legal/#Privacy> and any other legal notices published by WhatsApp, including, but not limited to an end user license agreement, shall constitute the entire agreement between you and WhatsApp concerning the WhatsApp Service. If any provision of these Terms

of Service is deemed invalid by a court of competent jurisdiction, the invalidity of such provision shall not affect the validity of the remaining provisions of these Terms of Service, which shall remain in full force and effect. No waiver of any term of this these Terms of Service shall be deemed a further or continuing waiver of such term or any other term, and WhatsApp's failure to assert any right or provision under these Terms of Service shall not constitute a waiver of such right or provision. WhatsApp reserves the right to amend or modify these Terms of Service at any time, and it is your responsibility to review these Terms of Service for any changes. If you do not agree to the revised Terms, your only recourse is to discontinue the use of the WhatsApp Service. Your continued use of the WhatsApp Service following any amendment of these Terms of Service will signify your assent to and acceptance of its revised terms. YOU AND WHATSAPP AGREE THAT ANY CAUSE OF ACTION ARISING OUT OF OR RELATED TO THE WHATSAPP SERVICE MUST COMMENCE WITHIN ONE (1) YEAR AFTER THE CAUSE OF ACTION ACCRUES. OTHERWISE, SUCH CAUSE OF ACTION IS PERMANENTLY BARRED.

Privacy Notice

WhatsApp Inc. ("WhatsApp") recognizes that its customers, visitors and users, want to know what's up with privacy. WhatsApp provides this Privacy Policy to help you make an informed decision about whether to use or continue using the WhatsApp Site, WhatsApp Software and/or the WhatsApp Service. If you do not agree to our practices, please do not use the WhatsApp Site, WhatsApp Software,or WhatsApp Service.

This Privacy Policy is incorporated into and is subject to the WhatsApp Terms of Service. Your use of the WhatsApp Site, WhatsApp Software and the WhatsApp Service and any personal information you provide on the WhatsApp Site or WhatsApp Service remains subject to the terms of this Privacy Policy and our Terms of Service.

Please note that any Status Submissions or other content posted at the direction or discretion of users of the WhatsApp Service becomes published content and is not considered personally identifiable information subject to this Privacy Policy.

What Does This Privacy Policy Cover?

This Privacy Policy is part of WhatsApp's Terms of Service and covers the treatment of user information, including personally identifying information, obtained by WhatsApp, including information obtained when you access the WhatsApp's Site, use the WhatsApp Service or any other software provided by WhatsApp.

This Privacy Policy does not apply to the practices of companies that WhatsApp does not own or control, or to individuals whom WhatsApp does not employ or manage, including any of the third parties to which WhatsApp may disclose user information as set forth in this Privacy Policy.

The Information WhatsApp Collects

WhatsApp may obtain the following types of information from or concerning you or your mobile phone device, which may include information that can be used to identify you as specified below ("Personally Identifying Information"):

User Provided Information: You provide certain Personally Identifiable Information, such as your mobile phone number, push notification name (if applicable), billing information (if applicable) and mobile device information to WhatsApp when choosing to participate in various uses of the WhatsApp

Service, such as registering as a user, updating your status or requesting status for your contacts. In order to provide the WhatsApp Service, WhatsApp will periodically access your address book or contact list on your mobile phone to locate the mobile phone numbers of other WhatsApp users ("in-network" numbers), or otherwise categorize other mobile phone numbers as "out-network" numbers, which are stored as one-way irreversibly hashed values.

Cookies Information: When you visit the WhatsApp Site, we may send one or more cookies - a small text file containing a string of alphanumeric characters - to your computer that uniquely identifies your browser. WhatsApp uses both session cookies and persistent cookies. A persistent cookie remains after you close your browser. Persistent cookies may be used by your browser on subsequent visits to the site. Persistent cookies can be removed by following your web browser help file directions. A session cookie is temporary and disappears after you close your browser. You can reset your web browser to refuse all cookies or to indicate when a cookie is being sent. However, the WhatsApp Site may not function properly if the ability to accept cookies is disabled.

Log File Information: When you use the WhatsApp Site, our servers automatically record certain information that your web browser sends whenever you visit any website. These server logs may include information such as your web request, Internet Protocol ("IP") address, browser type, browser language, referring / exit pages and URLs, platform type, number of clicks, domain names, landing pages, pages viewed and the order of those pages, the amount of time spent on particular pages, the date and time of your request, one or more cookies that may uniquely identify your browser, your phone number, phone number you are requesting the status of and various status information. When you use the WhatsApp Service, our servers log certain general information that our application sends whenever a message is sent or received, or if you update or request any status information, including time and date stamps and the mobile phone numbers the messages were sent from and to.

The Information WhatsApp Does Not Collect

WhatsApp does not collect names, emails, addresses or other contact information from its users' mobile address book or contact lists other than mobile phone numbers—the WhatsApp mobile application will associate whatever name the WhatsApp user has assigned to the mobile telephone number in his/her mobile address book or contact list — and this occurs dynamically on the mobile device itself and not on WhatsApp's servers and is not transmitted to WhatsApp. This means that if you have your friend's mobile phone number associated with the name "Shakespeare" in your mobile address book, that's the name that will appear for that mobile phone number in your WhatsApp contact list. We do not collect location data, but users may voluntarily share their location with other users via the WhatsApp Service.

The contents of messages that have been delivered by the WhatsApp Service are not copied, kept or archived by WhatsApp in the normal course of business. The WhatsApp Service is meant to be a SMS replacement, using data service through a user's phone (either via cell network or wifi). Users type their messages, which are sent via data service to our servers, and routed to the intended recipient (who must also be a WhatsApp user), if that recipient is online. If the recipient is not online, the undelivered message is held in WhatsApp's server until it can be delivered. If the message is undelivered for thirty (30) days, the undelivered message is deleted from our servers. Once a message has been delivered, it no longer resides on our servers. The contents of any delivered messages are not kept or retained by WhatsApp — the only records of the content of any delivered messages reside directly on the

sender's and recipient's mobile devices (and which may be deleted at the user's option). Notwithstanding the above, WhatsApp may retain date and time stamp information associated with successfully delivered messages and the mobile phone numbers involved in the messages, as well as any other information which WhatsApp is legally compelled to collect. Files that are sent through the WhatsApp Service will reside on our servers after delivery for a short period of time, but are deleted and stripped of any identifiable information within a short period of time in accordance with our general retention policies.

The Way WhatsApp Uses Information

If you submit Personally Identifiable Information to us through the WhatsApp Site, or WhatsApp Service, then we use your personal information to operate, maintain, and provide to you the features and functionality of the WhatsApp Site and WhatsApp Service. In particular, your mobile phone number is essential to your use of the WhatsApp Service and will be retained. Any billing information that may be collected from you will be deleted thirty (30) days after the termination of your account with WhatsApp. Any Personally Identifiable Information or status content that you voluntarily disclose on the WhatsApp Service becomes publicly available and may be collected and used by other users of the WhatsApp Service (unless such user is blocked by you). Your name (as it is saved in other user's mobile phone address book or contact list) may be displayed to other users when you update your status messages through the WhatsApp Service and other users may contact you through the WhatsApp Service. We do not use your mobile phone number or other Personally Identifiable Information to send commercial or marketing messages without your consent or except as part of a specific program or feature for which you will have the ability to opt-in or opt-out. We may, however, use your mobile phone number (or email address, if provided) without further consent for non-marketing or administrative purposes (such as notifying you of major WhatsApp Site or WhatsApp Service changes or for customer service purposes). We may use both your Personally Identifiable Information and certain non-personally-identifiable information (such as anonymous user usage data, cookies, IP addresses, browser type, clickstream data, etc.) to improve the quality and design of the WhatsApp Site and WhatsApp Service and to create new features, promotions, functionality, and services by storing, tracking, and analyzing user preferences and trends. Hopefully we improve the WhatsApp Site and Service and don't make it suck worse. We may use cookies and log file information to: (a) remember information so that you will not have to re-enter it during your visit or the next time you use the WhatsApp Service or WhatsApp Site; (b) provide custom, personalized content and information; (c) monitor individual and aggregate metrics such as total number of visitors, pages viewed, etc.; and (d) track your entries, submissions, views and such.

When WhatsApp Discloses Information

Other users of the WhatsApp Service may see your Status Submissions in a way that is consistent with the use of the WhatsApp Service. For example, a status of "Can't talk, please SMS instead" set by phone number +1 (408) 555-1212 will be available to every user of the WhatsApp Service who has that mobile phone number in their mobile phone's address book or contact list. In other words: If another user has your mobile phone number stored in their mobile phone address book or contact list, they will be able see your status information unless you have chosen to block such user. "Last Seen" information is available and displayed to each user who has your mobile phone number in their mobile phone address book or contact book (and which you have not blocked), and reflects the last approximate time the WhatsApp mobile application has been used or brought to the foreground on your mobile phone. "Last Seen" information is reported to WhatsApp when a user brings the mobile application to the foreground.

We do not sell or share your Personally Identifiable Information (such as mobile phone number) with other third-party companies for their commercial or marketing use without your consent or except as part of a specific program or feature for which you will have the ability to opt-in or opt-out. We may share your Personally Identifiable Information with third party service providers to the extent that it is reasonably necessary to perform, improve or maintain the WhatsApp Service. We may share non-personally-identifiable information (such as anonymous User usage data, referring / exit pages and URLs, platform types, asset views, number of clicks, etc.) with interested third-parties to assist them in understanding the usage patterns for certain content, services, advertisements, promotions, and/or functionality on the WhatsApp Site. We may collect and release Personally Identifiable Information and/or non-personally-identifiable information if required to do so by law, or in the good-faith belief that such action is necessary to comply with state and federal laws (such as U.S. Copyright Law), international law or respond to a court order, subpoena, or search warrant or equivalent, or where in our reasonable belief, an individual's physical safety may be at risk or threatened. WhatsApp also reserves the right to disclose Personally Identifiable Information and/or non-personally-identifiable information that WhatsApp believes, in good faith, is appropriate or necessary to enforce our Terms of Service, take precautions against liability, to investigate and defend itself against any third-party claims or allegations, to assist government enforcement agencies, to protect the security or integrity of the WhatsApp Site or our servers, and to protect the rights, property, or personal safety of WhatsApp, our users or others.

Your Choices

You may, of course, decline to submit Personally Identifiable Information through the WhatsApp Site or the WhatsApp Service, in which case WhatsApp may not be able to provide certain services to you. If you do not agree with our Privacy Policy or Terms of Service, please delete your account, uninstall the WhatsApp mobile application and discontinue use of the WhatsApp Service; your continued usage of the WhatsApp Service will signify your assent to and acceptance of our Privacy Policy and Terms of Service. To protect your privacy and security, we take reasonable steps (such as SMS authentication in certain cases) to verify your identity before registering your mobile phone number and granting you access to the WhatsApp Service. Please contact WhatsApp via email to support at whatsapp.com or available web forms with any questions or comments about this Privacy Policy, your personal information, your consent, or your opt-in or opt-out choices.

Third-party Advertisers, Links to Other Sites

We are [not fans of advertising](#). WhatsApp is currently ad-free and we hope to keep it that way forever. We have no intention to introduce advertisement into the product, but if we ever do, will update this section.

Our Commitment To Data Security

WhatsApp uses commercially reasonable physical, managerial, and technical safeguards to preserve the integrity and security of your personal information. We cannot, however, ensure or warrant the security of any information you transmit to WhatsApp and you do so at your own risk. Using unsecured wifi or other unprotected networks to submit messages through the WhatsApp Service is never recommended. Once we receive your transmission of information, WhatsApp makes commercially reasonable efforts to ensure the security of our systems. However, please note that this is not a guarantee that such information may not be accessed, disclosed, altered, or destroyed by breach of any of our physical, technical, or managerial safeguards. If WhatsApp learns of a security systems breach, then we may attempt to notify you electronically so that you can take appropriate protective steps. WhatsApp may post a notice on the WhatsApp Site or through the WhatsApp Service if a

security breach occurs.

1

Our Commitment To Childrens' Privacy

Protecting the privacy of young children is especially important. For that reason, WhatsApp does not knowingly collect or maintain Personally Identifiable Information or non-personally-identifiable information on the WhatsApp Site or WhatsApp Service from persons under 16 years of age, and no part of the WhatsApp Service is directed to or intended to be used by persons under 16. If you are under 16 years of age, then please do not use the WhatsApp Service or access the WhatsApp Site at any time or in any manner. If WhatsApp learns that Personally Identifiable Information of persons under 16 years of age has been collected on the WhatsApp Site or WhatsApp Service, then WhatsApp may deactivate the account and/or make the status submissions inaccessible. And always, think of the children!

Special Note to International Users

The WhatsApp Site and Service are hosted in the United States and are intended for and directed to users in the United States. If you are a user accessing the WhatsApp Site and Service from the European Union, Asia, or any other region with laws or regulations governing personal data collection, use, and disclosure, that differ from United States laws, please be advised that through your continued use of the WhatsApp Site and Service, which are governed by California law, this Privacy Policy, and our Terms of Service, you are transferring your personal information to the United States and you expressly consent to that transfer and consent to be governed by California law for these purposes.

In the Event of Merger, Sale, or Bankruptcy

In the event that WhatsApp is acquired by or merged with a third party entity, we reserve the right to transfer or assign the information we have collected from our users as part of such merger, acquisition, sale, or other change of control. In the (hopefully) unlikely event of our bankruptcy, insolvency, reorganization, receivership, or assignment for the benefit of creditors, or the application of laws or equitable principles affecting creditors' rights generally, we may not be able to control how your personal information is treated, transferred, or used.

Changes and updates to this Privacy Notice

This Privacy Policy may be revised periodically and this will be reflected by the "effective date" below. Please revisit this page to stay aware of any changes. Your continued use of the WhatsApp Site and WhatsApp Service constitutes your agreement to this Privacy Policy and any amendments.

Date Last Modified:

This Privacy Notice was last modified July 7th, 2012

Sobre o WhatsApp

WhatsApp Messenger é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS. Está disponível para smartphones iPhone,

WhatsApp

Sobre
Empregos
Imprensa
Kit de mídia

Fique em contato

Fale conosco
Facebook
Twitter

Download

para iPhone
para Android
para BlackBerry
para Nokia S60

12/12/2014

BlackBerry, Windows Phone, Android e Nokia.

WhatsApp :: Legal

[Privacidade e termos](#)

[Código Aberto](#)

para Nokia S40

para Windows Phone 1 0

© 2014 WhatsApp Inc

ANEXO I – Viber: Política de privacidade

VIBER PRIVACY POLICY

(Last updated on June 11, 2014)

Viber Media, S.à r.l. ("Viber" or "we" or "us" or "our" or other similar pronouns) takes your privacy matters very seriously. Please read the following to learn more about our Privacy Policy ("Policy"). This Policy details how we receive, collect and use information in connection with our website located at Viber.com (the "Site"), the Viber software ("Viber App"), and other products and services provided on the Viber.com website (all of the foregoing, collectively, the "Service").

By visiting this Site or using the Service, you are accepting the policies and practices described in this Policy, as such Policy may be amended from time to time. Each time you visit the Site or use the Service, you agree and expressly consent to our collection, use and disclosure of the information that you provide as described in this Policy.

To be clear about the terminology we are using, when we use the phrase "Personal Information" in this Policy, we mean information about you that is personally identifiable, like your name, address, e-mail address, billing information, or phone number, as well as other non-public information that is associated with this personal information. When we use the phrase "Anonymous Information" in this Policy, we mean information that is not personally identifiable, or linked to your Personal Information such as aggregated information, general demographic information and IP addresses. Anonymous Information does not necessarily enable identification of individual persons.

IF YOU ARE A USER ACCESSING THE SITE OR SERVICE FROM THE EUROPEAN UNION, ASIA, OR ANY OTHER REGION WITH LAWS OR REGULATIONS GOVERNING PERSONAL DATA COLLECTION, USE, AND DISCLOSURE THAT DIFFER FROM UNITED STATES LAWS, PLEASE BE ADVISED THAT THROUGH YOUR CONTINUED USE OF THE SITE AND SERVICE, WHICH ARE GOVERNED BY UNITED STATES LAW, THIS PRIVACY POLICY, AND OUR END USER LICENSE AGREEMENT, YOU MAY BE TRANSMITTING YOUR PERSONAL INFORMATION TO COUNTRIES (INCLUDING THE UNITED STATES) WHERE LAWS REGARDING PROCESSING PERSONAL INFORMATION MAY BE LESS STRINGENT THAN THE PROCESSING OF PERSONAL INFORMATION IN YOUR COUNTRY AND YOU HEREBY CONSENT TO SUCH TRANSMISSION OF PERSONAL INFORMATION.

1. Collection and Use of Information

Viber App

When you install the Viber App or register on the Site, you will be asked to provide us with your phone number, name and a photo (name and photo are not mandatory) and to allow us access to your mobile device's address book.

A copy of the phone numbers and names in your address book (but not emails, notes or any other Personal Information in your address book) will be stored on our servers and will only be used to:

- (a) notify you when your contacts become active on Viber,
- (b) indicate which of your contacts is already a Viber user,
- (c) correctly display the name of each contact as it appears in your address book when a call is received.
- (d) sync your contacts with Viber running on Windows, MacOS, Linux, Android tablets, iPads and Windows Tablets.

The copy of your address book (names and phones) is stored on a live database. This database does not have a "historical backup". If you delete the address book from our servers (more about this below), it will be deleted instantly and permanently.

Your phone number will be used for identification purposes as your Viber user ID.

Since Viber users may add your Viber number to their address book and see that you registered to Viber, we do not consider the fact that your Viber number exists on Viber as private information.

Viber also maintains a Call Detail Record (CDR - see http://en.wikipedia.org/wiki/Call_detail_record (http://en.wikipedia.org/wiki/call_detail_record)) for each message and call that goes through the system. These are industry standard records used by all phone companies. We maintain this information in order to better understand network behavior and trends (numbers of messages and calls made by users, typical destinations, call lengths, network type, etc.), detect potential outages and technical issues (this helps us notice things like a drop in call volume in a certain geography, a shift in call length, a change in typical networks, etc.) and for public safety reasons. All log analysis is done in an anonymous, aggregate, non-personally identifiable manner. We may look into a specific Call Detail Record in response to a customer support request. We maintain CDRs for a period of no more than 30 months.

Audio calls by users are transmitted either directly from user to user or, if direct transmission is not possible (due to, for example, firewalls), Viber servers are used to transmit the call. In the latter scenario, the information transmitted is stored briefly in volatile memory (RAM) solely to enable the transmission of the call to the other user. WE DO NOT RECORD ANY PART OF YOUR CALL.

Viber may interact with your phone's SMS inbox or call history for the sole purpose of service activation, placing incoming messages in your inbox, reading the contents of the activation SMS sent to you by Viber. WE WILL NOT ACCESS THE CONTENTS OF ANY OTHER SMS.

Name and Photo

Should you provide your name and/or photo it will be visible to other Viber users as long as:

1. Such users have your Viber number, or
2. You participate in the same Group

Online Status and Seen Status

Other users will see your connection status (whether you are online or not – and if not, when was the last time you were connected to the service) as well as whether you saw messages they sent to you. You may disable this via the settings.

Location Information

Viber allows you to attach your location information to messages you send to other users or send a specific location message. If you choose to share your location with a specific user or group of users your location will be retrieved from your device and sent to Viber. Viber will only use this location for this particular purpose and delete it from its servers once the message is delivered. For the avoidance of doubt, Viber will not share your location information and will not use it for any purpose except the one specifically requested by you.

Viber Out

If you wish to use Viber to call a number outside of the Viber community ("Viber Out"), you will be asked to create a "User Account" by selecting a password, and providing your name and billing information so that your payment for the Viber Out Service can be processed. We use the services of third parties to process your payments and we require that these third parties take the appropriate organizational and technical measures to protect your personal data and traffic data and to comply with relevant laws. Please review the terms of use and privacy policies of those third parties before providing your banking or payment information.

Other Services

In the event we make message boards and forums available to you (collectively, "Forums"), you will be solely responsible for the information and any other content you post on and through these Forums and should be aware that when you voluntarily disclose Personal Information (e.g., name, e-mail address, telephone number) on or through these Forums, such information is generally accessible to, and may be collected and used by, other users. This may result in unsolicited messages from third parties, and such messages are beyond our control. We do not exercise control over any users or Site visitors, and in no way are we responsible, nor do we have any liability whatsoever, for any collection or use of information you may disclose through the Forums. This Policy does not cover such disclosure of information. You are encouraged to exercise discretion when providing personal information about yourself in and through Forums. Please do not post any Personal Information on this Site that you expect to keep private.

Cookies, Clear GIFs and Other Automatically Collected Data

If you have permitted your computer to accept cookies, we may use cookies on the Site. Cookies are pieces of information that a website transfers to an individual's hard drive for record-keeping purposes. Cookies make web-surfing easier by saving preferences and browsing patterns while you are at the Site. Cookies may be used to analyze the Site usage, improve content, customize the Site's content and layout and for other customer service purposes. A cookie may enable us to relate your use of our Site to other information about you, including your Personal Information. All of these purposes serve to improve and personalize your experience on our Site. Most Web browsers can be set to inform you when a cookie has been sent to you and provide you with the opportunity to refuse that cookie. Additionally, if you have a Flash player installed on your computer, your Flash player can be set to reject or delete Flash cookies. However, refusing a cookie may, in some cases, preclude you from using, or negatively impact the display or function of, the Site or certain areas or features of the Site.

We may use "clear GIFs" (aka "Web beacons" or "pixel tags") or similar technologies, in the Site and/or in our communications with you to enable us to evaluate Site usage information about visitors to the Site, target campaigns, upgrade visitor information, and know whether you have visited a Web page or received a message. A clear GIF is typically a one-pixel, transparent image (although it can be a visible image as well), located on a Web page or in an e-mail or other type of message, which is retrieved from a remote site on the Internet enabling the verification of an individual's viewing or receipt of a Web page or message. A clear gif may enable us to relate your viewing or receipt of a Web page or message to other information about you, including your Personal Information.

Our servers may automatically collect data about your Internet address when you visit the Site. This information, known as an Internet Protocol address, or IP Address, is a number that is automatically assigned to your computer by your Internet service provider whenever you are on the Internet. When you request pages from our Site, our servers may log your IP Address and, if applicable, your domain name. Your IP Address is used to help identify you and to gather demographic information about our members and users as a whole, but does not include personally identifiable information. Our server may also record the referring page that linked you to us (e.g., another web site or a search engine); the pages you visit on this Site; the web site you visit after this Site; the ads you see and/or click on; other information about the type of Web browser, computer, platform, related software and settings you are using; any search terms you have entered on this Site or a referral site; and other Web usage activity and data logged by our servers. We use this information for internal system administration, to help diagnose problems with our servers, and to administer our Service. Such information may also be used to gather demographic information, such as country of origin and Internet Service Provider.

We will not link any Personal Information, including e-mail addresses, with aggregate data of our users.

Any or all of these activities with regard to Site usage information may be performed on our behalf by our service providers, including, for example, our analytics vendor(s) and our e-mail management partner(s).

Third-Party Sites and Privacy Practices

You may arrive at our Site and/or download the Viber App from another website. In addition, our Site may contain links that will let you leave our Site and access another website. Websites linked to or from our Site are not under the control of Viber and it is possible that these websites have a different privacy policy. Our Policy applies solely to Personal Information that is acquired on the Site or through your use of our Service, and/or your relationship with Viber. We urge you to be careful when you enter any Personal Information online. We accept no responsibility or liability for these other websites.

Analytics Collection

Viber uses Google Analytics to help us anonymously track and report user/visitor behavior information and users' standard log information to the Site and the Viber App. This information (including but not limited to: IP address, data storage, maintenance services, database management, web analytics and information processing) helps us analyze and evaluate how the Viber App and Site are used as part of our ongoing efforts to improve the Site and Viber App's features and services. No personally identifying data is included in this type of reporting. Google Analytics may have access to your information only for the purposes of performing these tasks and on behalf of Viber and under obligation similar in those in this Privacy Policy. For more information about the terms that govern Google Analytics, please visit the Google Analytics terms of service (http://www.google.com/intl/en_uk/privacy/tos.html).

We will never (and will not allow any third party to) use the statistical analytics tool to track or to collect any Personal Information of visitors or users. Google will not associate your IP address with any other data held by Google. Neither we nor Google will link, or seek to link, an IP address with the identity of a device user. We will not associate any data gathered from this site with any Personally Identifiable Information from any source, unless you explicitly

submit that information via a fill-in form on our website.

If you do not want your information to be part of this statistical information gathering, you can disable Google Analytics using the application settings; visit the 'More' screen, tap settings, then disable Google Analytics Collect Data option.

2. Sharing and Disclosure of Information

We do not rent, sell, or share any information about our users with any third-parties, except as specifically described herein. We may disclose your Personal Information if we believe such action is necessary to:

- (a) comply with the law, or legal process served on us;
- (b) protect and defend our rights or property (including the enforcement of our agreements); or
- (c) act in urgent circumstances to protect the personal safety of users of our Service or members of the public.

In order to provide you with Viber products you have requested, Viber may sometimes, if necessary, share your Personal Information (excluding your address book and related information) and traffic data with trusted partner service providers and/or agents, for example: banking organizations or other providers of payment and analytical services, customer support, or hosting services. Viber will always require these third parties to take appropriate organizational and technical measures to protect your personal data and traffic data and to observe the relevant legislation. Viber will never share your address book information with any third party, except as may be required by law (see below).

The following is a description of how we may share your Personal Information with trusted third party partners. Should we add additional partners, we will immediately update this description:

1. We use third party companies in order to send you an authentication SMS when you register with Viber. In order to send you the SMS, we send one of these third party companies your phone number and the authentication message. These third parties are contractually obligated to only use your phone number for the transmission of the authentication SMS.

2. If we fail to send you an SMS (this happens in certain cases) you may ask us to call you and read you the authentication code on the phone. This is done using a third party automated phone system. In order to call you, we provide this third party partner with your phone number and send the "audio content" of the call to them. The third party partner in turn will typically use another phone provider who may use another phone provider and so on until the call reaches you. This is an industry standard mechanism for the transmission of phone calls. The third party partner is contractually obligated to only use your phone number for the completion of the authentication phone call.

3. We may use Push Notification Services to notify you about various events related to the app. If we do, the phone number or the name of the person calling you or sending you a message may be part of the notification. This message is sent to the push notification service provider, for delivery to your device.

4. We use third parties to process the payment and/or billing information that you submit on our Site or through the Viber App to facilitate payment transactions. We require that these third parties take the appropriate organizational and technical measures to protect your personal data and traffic data and to comply with relevant laws, but we are not liable or responsible for these third party transactions. Therefore, you should review such third party terms and conditions before providing your payment or billing information.

Notwithstanding any of the foregoing, the Viber servers that are used to store your Personal Information are owned and hosted by Amazon Web Services, LLC, an Amazon.com Company. You can read more about measures taken by Amazon to protect the security of their servers and your Personal Information here:

http://awsmedia.s3.amazonaws.com/pdf/AWS_Security_Whitepaper.pdf (http://awsmedia.s3.amazonaws.com/pdf/aws_security_whitepaper.pdf)

We may disclose information about you if we determine that for national security, law enforcement, or other issues of public importance that disclosure of information is necessary.

We may from time to time ask you to provide information about your experiences, which will be used to measure and improve quality. You are at no time under any obligation to provide any of such data. Any and all information which is voluntarily submitted in feedback forms on the Site or any survey that you accept to take part in is used for the purposes of reviewing this feedback and improving the Viber software, products and websites.

We may contact you to send you messages about faults and service issues. Furthermore, we reserve the right to use email, the Viber software or SMS to notify you of any eventual claims related to your use of our software, websites and/or products, including without limitation claims of violation of third party rights.

We may send you alerts via the Viber software to notify you when someone has tried to contact you. We may also use the Viber software to keep you up to date with news about our software and products that you have purchased and/or to inform you about other Viber products and related information.

3. Children's Privacy

Viber websites and software clients are not intended for or designed to attract anyone under the age of 13 and we do not intentionally or knowingly collect Personal Information on our sites from anyone under the age of 13 (or older in some jurisdictions). We encourage parents to be involved in the online activities of their children to ensure that no information is collected from a child without parental permission.

4. Security

We take reasonable precaution to protect Personal Information from misuse, loss and unauthorized access. Although we cannot guarantee that Personal Information will not be subject to unauthorized access, we have physical, electronic, and procedural safeguards in place to protect Personal Information. Personal Information is stored on our servers and protected by secured networks to which access is limited to a few authorized employees and personnel. However, no method of transmission over the Internet, or method of electronic storage, is 100% secure.

5. Business Transitions

In the event that we go through a business transition, such as a merger, acquisition by another company, or sale of all or a portion of our assets, Personal Information will likely be among the assets transferred. As part of such a transaction the new entity will be required to commit to the same level of protection of your Personal Information as described in this Privacy Policy. If we cannot obtain such a commitment, we will not perform the business transition.

We will post a notice on this Site of any such change in ownership or control of the Personal Information we may have prior to such transfer.

6. Changes to Policy

From time to time, we may revise this Policy. We reserve the right to update or modify this Policy, or any other of our policies or practices, at any time with or without notice. However, we will not use your Personal Information in a way that is materially different than the uses described in this Policy without giving you an opportunity to opt-out of such differing uses. We will post the revised Policy on the Site, so that users can always be aware of what information we collect, how the information is used and under what circumstances such information may be disclosed. You agree to review the Policy periodically so that you are aware of any modifications. Your continued use of the Site indicates your assent to any changes and signifies your agreement to the terms of our Policy. If you do not agree with these terms, you should not use the Site, the Viber App, or any other Service.

7. Change or Removal of Information

If you provided your e-mail address to us and wish to update it, you may do so by sending an e-mail to support@viber.com (mailto:support@viber.com).

If you no longer wish to receive e-mail communication from us, such as offers, updates and newsletters, you may opt-out of receiving such communications by following the instructions included in each newsletter or communication. In addition, you can remove your e-mail address at any time by sending an e-mail with the subject line of UNSUBSCRIBE to unsubscribe@viber.com (mailto:unsubscribe@viber.com).

Due to technological reasons, we do not know when and if you delete the application. Therefore, if we detect no activity from your device for 90 days, we will assume that you deleted the application and we will remove your address book from our servers. However, since we are not certain that you deleted the application (you may just be on vacation, etc.) we will not deactivate your Viber account (which is your phone number and device ID). We do not want to force you to register again in the event of non-use.

If you wish to delete your account completely, you can go to the "More" tab in the Viber App, and tap the "Deactivate Account" option. Please note that this will remove your data from Viber, and deactivate Viber on your device. If you have additional concerns and/or requests, you can contact Viber at support@viber.com (mailto:support@viber.com).

8. Contact Information

Please direct all questions in connection with this Policy via e-mail to privacy@viber.com (mailto:privacy@viber.com) or by writing to Viber Media, S.à r.l., Attention: Privacy Policy Administrator, 2, rue des Fossé, L-1536 Luxembourg, Grand Duchy of Luxembourg.

About (/about) | Support (<http://support.viber.com>) | Terms & Policies (/terms)

© 2014 Viber Media S.à r.l.

ANEXO J – Dropbox: Política de privacidade



Termos de serviço	Política de privacidade	Contrato do Dropbox para Empresas	Política DMCA	Uso aceitável
-----------------------------------	---	---	-------------------------------	-------------------------------

Esta tradução é oferecida apenas para sua conveniência. A versão em língua inglesa será a definitiva no caso de qualquer discrepância.

Política de privacidade do Dropbox

Publicado em 20 de fevereiro de 2014

Data da entrada em vigor: 24 de março de 2014

Obrigado por usar o Dropbox! Nesta seção, descrevemos como coletamos, usamos e administrarmos suas informações quando você usa nossos serviços, nosso website e nosso software ("Serviços").

O que coletamos (e porque coletamos)

Coletamos e usamos as seguintes informações para fornecer, melhorar e proteger nossos Serviços:

Conta. Coletamos e associamos à sua conta informações como seu nome, e-mail, telefone, informações de pagamento e endereço físico. Alguns de nossos serviços permitem que você acesse suas contas e suas informações mantidas com outros fornecedores de serviços.

Serviços. Quando você usa nossos Serviços, armazenamos, processamos e transmitimos seus arquivos (incluindo fotos, [dados estruturados](#) e e-mails) e informações relacionadas a eles (por exemplo, tags de localização em suas fotos). Caso você nos dê acesso aos seus contatos, nós os armazenaremos em nossos servidores para que você possa utilizá-los. Dessa forma, será mais fácil realizar ações como compartilhar arquivos, enviar e-mails e convidar outras pessoas para usarem os nossos Serviços.

Usos. Coletamos informações de e sobre os dispositivos com os quais você acessa os Serviços, incluindo seu endereço de IP, o tipo de navegador e dispositivo que você usa, a página da web que visitou antes de acessar nossos sites e identificadores associados aos seus dispositivos. Dependendo de como os configura, seus dispositivos também podem transmitir informações sobre sua localização para os Serviços.

Cookies e outras tecnologias. Utilizamos tecnologias como [cookies](#) e [tags de pixel](#) para fornecer, melhorar, proteger e promover nossos Serviços. Os cookies, por exemplo, nos ajudam a lembrar seu nome de usuário para sua próxima visita e entender como se dá a sua interação com nossos Serviços, para assim melhorá-los com base nessas informações. Você pode configurar seu navegador para não aceitar cookies, mas isso pode impor alguns limites ao uso dos Serviços. Caso nossos sistemas recebam um aviso de não rastreamento (DNT:1) do seu navegador, responderemos ao aviso conforme destacado [aqui](#).

Com quem compartilhamos

Podemos compartilhar informações da forma descrita a seguir, mas não vamos vendê-las para anunciantes ou outros terceiros.

Empresas terceirizadas que trabalham para o Dropbox. O Dropbox usa algumas empresas terceirizadas confiáveis para nos ajudar a fornecer, melhorar, proteger e promover nossos Serviços. Elas terão acesso às suas informações apenas para realizar tarefas em nosso nome e de acordo com nossas Políticas de privacidade.

Outros usuários. Nossos Serviços exibem informações como seu nome e e-mail aos outros usuários em locais como seu perfil de usuário e em notificações de compartilhamento. Alguns recursos permitem que você disponibilize informações adicionais para outros usuários.

Outros aplicativos. Você também pode oferecer acesso às suas informações e à sua conta para terceiros - como, por exemplo, via [APIs do Dropbox](#). Lembre-se de que o modo como eles utilizarão suas informações será orientado pelos termos de uso e políticas de privacidade adotados pelos terceiros.

Administradores do Dropbox para Empresas. Caso você seja usuário do Dropbox para Empresas, o administrador da sua conta pode acessar e controlar sua conta do Dropbox para Empresas. Em caso de dúvidas a esse respeito, recomendamos que consulte as políticas internas de seu empregador. Caso você não seja usuário do Dropbox para Empresas, mas interaja com usuários do serviço (como, por exemplo, ao entrar em uma pasta compartilhada ou ao acessar arquivos compartilhados pelo usuário), os membros da organização podem ver somente o nome, e-mail e endereço de IP associados à sua conta no momento da interação.

Fins legais. Podemos divulgar suas informações a terceiros caso determinemos que a divulgação é razoavelmente necessária para (a) cumprir a lei, (b) proteger qualquer pessoa de morte ou lesão corporal grave; (c) evitar fraude ou abuso do Dropbox ou dos nossos usuários, ou (d) proteger os direitos de propriedade do Dropbox.

A proteção de seus dados é fundamental para nós e é uma responsabilidade que aceitamos de bom grado. Acreditamos que os dados de nossos usuários devem receber as mesmas proteções legais, independente de estarem armazenados em nossos serviços ou no disco rígido de seu computador pessoal em casa. Vamos respeitar os seguintes [Princípios de solicitação de dados pelo governo](#) ao receber, examinar e responder a pedidos do governo para obtenção de dados de nossos usuários:

- Ser transparente,
- Recusar solicitações muito abrangentes,
- Proteger todos os usuários e
- Oferecer serviços confiáveis.

Acesse nossos [Princípios de solicitação de dados pelo governo](#) e nosso [Relatório de transparência](#) para informações mais detalhadas.

Como coletamos

Segurança. Temos uma equipe dedicada a manter suas informações seguras e a testar vulnerabilidades. Também continuamos a trabalhar em recursos para

manter suas informações em segurança, em acréscimo aos já existentes, como a verificação em dois passos, a criptografia de arquivos em repouso e alertas para quando novos dispositivos e aplicativos são vinculados à sua conta.

1

Retenção. As informações que você armazena em nossos Serviços serão retidas pelo tempo que precisarmos delas para oferecer a você os nossos Serviços. Caso você exclua sua conta, as informações relacionadas também serão excluídas. No entanto, note o seguinte: (1) pode haver alguma latência entre a exclusão das informações de nossos servidores e do backup; e (2) podemos reter essas informações caso seja necessário para cumprir com nossas obrigações legais, resolver disputas ou fazer cumprir nossos contratos.

Onde coletamos

Por todo o mundo. Para oferecer nossos Serviços a você, podemos armazenar, processar e transmitir informações em vários lugares ao redor do mundo - incluindo fora do seu país. As informações também podem ser armazenadas localmente nos dispositivos que você usa para acessar nossos Serviços.

Safe Harbor. O Dropbox está em concordância com o enquadramento jurídico e os princípios da U.S.-E.U./U.S.-Swiss Safe Harbor ("Safe Harbor"). Nós certificamos nossa conformidade, e você pode ver nossas certificações [aqui](#). Encontre mais informações sobre o Safe Harbor em <http://export.gov/safeharbor>. TRUSTe é a organização independente responsável por analisar e resolver reclamações envolvendo nossa conformidade com o Safe Harbor. Pedimos que, primeiramente, você envie qualquer reclamação diretamente para nós pelo e-mail privacy@dropbox.com. Caso você não fique satisfeito com a resposta, entre em contato com a TRUSTe pelo e-mail <https://feedback-form.truste.com/watchdog/request>.

Alterações

Em caso de reorganização, fusão, aquisição ou venda de nossos ativos, suas informações podem ser transferidas como parte do acordo. Você será notificado (enviaremos uma mensagem para o e-mail associado à sua conta, por exemplo) sobre qualquer mudança desse tipo e explicaremos quais as opções disponíveis.

Esta Política de privacidade pode ser revisada de tempos em tempos, e a versão mais atualizada será publicada em nosso website. Você será notificado caso uma revisão reduza significativamente os seus direitos.

Contato

Tem alguma dúvida ou preocupação a respeito do Dropbox, nossos Serviços e Políticas de privacidade? Fale conosco pelo e-mail privacy@dropbox.com.

Dropbox	Quem somos	Atendimento	Comunidade	Português (Brasil)
Instalar	Blog do Dropbox	Central de ajuda	Indicações	
Dispositivos móveis	Nossa equipe	Introdução	Twitter	
Preços	Fortalecimento da marca	Privacidade e termos de uso	Facebook	
Empresas	Notícias	Copyright	Desenvolvedores	
Tour	Trabalhe conosco	Fale conosco		