

Contribuinte n.º 502265094
Depósito legal n.º 45458/91
Registo ERC n.º 114410
Conselho de Administração
Presidente: Ângelo Paupério
Vogais: António Lobo Xavier,
Cláudia Azevedo, Cristina Soares,
Luís Filipe Reis, Miguel Almeida,
Pedro Nunes Pedro
E-mail: publico@publico.pt Lisboa
Rua de Viriato, 13 - 1069-315 Lisboa;
Telef.: 210111000 (PPCA); Fax: Dir.

Empresa 210111015; Dir. Editorial
210111006; Agenda 210111007;
Redacção 210111008; Publicidade
210111013/210111014 Porto Praça
do Coronel Pacheco, n.º 2, 4050-453
Porto; Telef.: 226151000 (PPCA) /
226102214; Fax: Redacção 226151099 /
226102213; Publicidade, Distribuição
226151011 Madeira Telef.: 934250100;
Fax: 707100049 Proprietário
PÚBLICO, Comunicação Social, SA.
Sede: Lugar do Espido, Via Norte,

Maia, Capital Social €500000,00.
Detentor de mais de 10% do capital:
Sonae Telecom, BV Impressão
Unipress, Travessa de Anselmo
Braancamp, 220, 4410-350 Arcozelo,
Valadares; Telef.: 227537030;
Imprejournal - Sociedade de
Impressão, SA, Quinta Velha, Santo
António do Tojal, Estrada Nacional
n.º 115 ao km 60, 2660-161 Loures.
Telef.: 210237000 Distribuição
Logista Portugal - Distribuição

de Publicações, SA, Lisboa; Telef.:
219267800; Fax: 219267866; Porto:
Telef.: 227169600/L; Fax: 227162123;
Algarve: Telef.: 289363380; Fax:
289363388; Coimbra: Telef.:
239980350; Fax: 239983605.
Assinaturas 808200095
Tiragem média total de Março
49.795 exemplares
Membro da APCT - Associação
Portuguesa do Controlo de
Tiragem

Bartoon

Luís Afonso

Um título mau ou bom



Miguel Esteves Cardoso
Ainda ontem

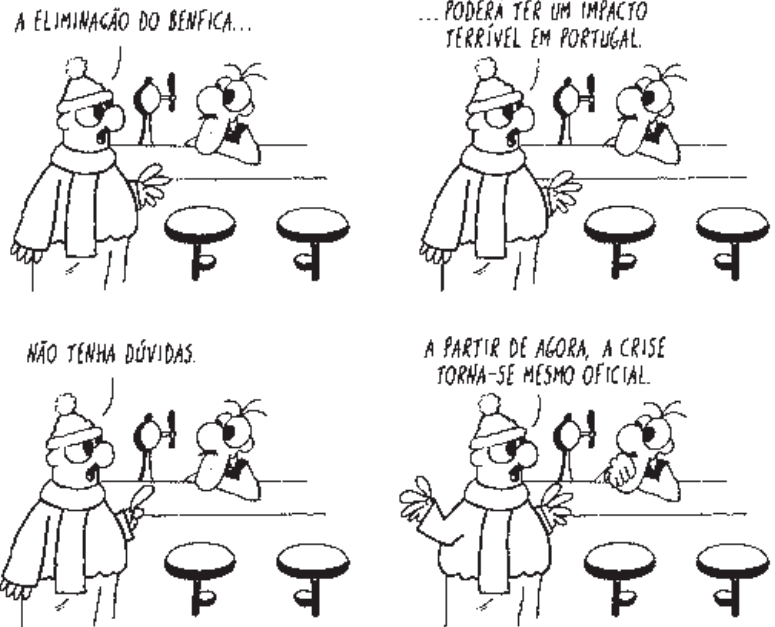
O título da semana vai para o PÚBLICO de terça: "Colisão matou mulheres em Miranda do Corvo". Faz matutar, este título.

Morreram duas pessoas. Faz sempre pena. As nossas estradas e casas (sobretudo as de banho) são matadouros. Morreram duas pessoas do mesmo sexo. Mas não se imagina o título "Colisão matou homens em Miranda do Corvo". Será porque faz mais pena que tenham morrido duas mulheres do que dois homens? Ou membros de sexos opostos?

Será porque existe a ideia - correcta - que as mulheres são melhores condutoras? É irrelevante, porque a notícia não diz se as mulheres que morreram iam ao volante. Dizia apenas que as mulheres que morreram viajavam na viatura que "chocou frontalmente contra outra, que circulava em sentido contrário."

Morreram duas mulheres rodoviariamente inocentes, fosse uma condutora e outra passageira - ou ambas passageiras. O acidente, diz-se, "provocou ferimentos graves em um passageiro e danos físicos ligeiros em outros dois". Mas serão estes três passageiros todos homens?

Seja como for, há uma pesada inquinação misógina ou feminista no título. Tem a forma de um anúncio de pesticida; de uma descoberta na luta para acabar com as baratas. "Colisão matou mulheres em Miranda do Corvo". O subtexto é que as mulheres são difíceis de matar, mas que, em Miranda do Corvo, uma colisão mostrou que não é impossível. Hmmm, talvez não sejam tão inextermíveis como pensávamos... Tudo isto por falta de um "duas".



De alguma forma se pode dizer que as redes sociais cobram em dados pessoais/privados o serviço que prestam

A adesão às redes sociais e a perda de privacidade

As redes sociais na Internet estão a mudar a forma como as pessoas e as empresas comunicam, trabalham e interagem. Recentemente, o Facebook atingiu 400 milhões de utilizadores e simplificou as suas definições de privacidade; a Google lançou o Buzz e não foram poupadas críticas à violação dos dados pessoais. A regra parece ser 'dar um pouco, para receber um pouco'. Muitas pessoas parecem estar dispostas a abdicar de parte da sua privacidade e segurança para beneficiarem de tudo o que as redes sociais têm para lhes oferecer. Mas até onde podem ir?"

A questão que se colocou (e que cada dia mais se coloca) é a de saber se é aceitável que a adesão às redes sociais justifique a perda de privacidade e o debate realizou-se no site do *Contraditório - Think Tank* (<http://www.contraditorio.pt/home.php>), tendo como interlocutores Maria Manuel Veloso, docente na Universidade de Coimbra e membro do Focus Group on Privacy Enhancing Technologies, que defendeu o "sim" e o autor desta coluna, que defendeu o "não".

Maria Manuel Veloso considera aceitável a perda da privacidade na adesão a uma rede social *on-line*, pressupondo estar-se "perante uma adesão legítima - quer por força de uma manifestação de vontade explícita (repudiando-se consequentemente sistemas de *opt-out* impostos de forma subliminar na apresentação ou utilização de outros serviços), quer em função de um cabal esclarecimento do modo de funcionamento da rede e suas potencialidades lesivas". Sendo certo que, no seu entender, na privacidade "a par de um poder excludente (relativamente a intromissões e usos não autorizados de dados pessoais) existe um poder de conformação (um poder de moldar) das esferas em que ocorre a divulgação de alguns desses dados pessoais (quer quanto



Francisco Teixeira da Mota
Escrever direito

ao modo de acesso, quer quanto aos destinatários dessa comunicação e, de forma condicionada, ao modo de utilização dos conteúdos informativos)", não se podendo "negar à partida força jurídica à vontade - livre e esclarecida (e só nesse pressuposto) - de divulgação de factos da vida pessoal em prol da pretensa criação de uma comunidade de *friends, friends of friends* e congéneres".

Pelo meu lado, salientei que, para além da necessidade de existência de uma vontade "livre e esclarecida" na adesão às redes sociais *on-line*, há que ter em conta que "estes serviços ou redes de comunicações/interacções, sendo gratuitos para os seus utilizadores, são geridos por empresas comerciais que, naturalmente, procuram o lucro pelo que é, essencialmente, na publicidade que as mesmas se sustentam. De alguma forma se pode dizer que as redes sociais cobram em dados pessoais/privados o serviço que prestam. E tais dados seriam inúteis se não os pudessem utilizar comercialmente. Através das informações obtidas nas redes sociais, é possível determinar, por exemplo, o tipo de bens e serviços que deverão ser publicitados junto dos utilizadores das mesmas, criando mensagens direccionadas ou orientadas com um elevado grau de precisão, sendo esse um dos preços que os utilizadores das redes sociais aceitam pagar pelos serviços que recebem". E embora entenda que há muitos dados pessoais/privados que podem ser trabalhados de uma forma agregada que não permita a identificação dos utilizadores ou não desça a um nível tão próximo dos mesmos que colida de forma insuportável com a privacidade dos membros das redes sociais *on-line*, não tenho dúvidas de que para serem respeitados esses limites não se pode contar com a bondade natural das empresas.

O moderador, no começo do 2.º *round* de argumentos trocados *on-line*, resumia assim as posições de cada um dos contendores: "Maria Manuel Veloso defende que a decisão voluntária de aderir às redes sociais pressupõe uma ponde-

ração e avaliação dos riscos e que para evitar esses riscos a decisão consonante deve ser a de evitar estas redes pelo que acenar com a perda da privacidade pelo mero facto de participação parece desrespeitar essa vontade."

Para o autor desta coluna, a "revisitação do conceito de privacidade tem de ser olhada com particular cuidado para não ser definida por imposição dos interesses comerciais das empresas prestadoras de serviços que estão envolvidas numa escalada comercial à escala global. A regulação desta 'nova' realidade comunicacional e a possibilidade real de nos autodeterminarmos comunicacionalmente são a garantia de que não seremos privados da nossa liberdade de privacidade".

Cada um de nós teve o direito de exercer o contraditório reportando-se às posições assumidas pelo outro, apresentando, ainda, os argumentos finais em que Maria Manuel Veloso esclareceu que "ver na adesão às redes uma injustificada perda de privacidade desconsidera a liberdade de configuração da privacidade e a liberdade de escolha dos modos e dos destinatários da revelação de *flashes* da vida pessoal. Numa palavra, parte-se de uma cristalização da esfera do privado. Em coerência, também não passariam o crivo da privacidade a publicação de correspondência pessoal, as biografias autorizadas, as fotobiografias...". Pelo meu lado, defendi que, para bem de todos nós, devem ser sistematicamente monitorizadas as redes sociais *on-line* quanto à forma como os dados que lhes são fornecidos são tratados e/ou agregados, procurando salvaguardar-se, ainda assim, a privacidade.

Anteriormente o contraditório tinha-se exercido entre Pedro Miranda, da Universidade de Lisboa, e José Delgado Domingos, do Instituto Superior Técnico, a partir da pergunta "Concorda com um plano calendarizado de redução das emissões de gases de estufa?". Aguarda-se o próximo debate *on-line* e recomenda-se uma visita ao site. [Advogado \(fmota@netcabo.pt\)](mailto:fmota@netcabo.pt)

Não tenho dúvidas de que para serem respeitados esses limites não se pode contar com a bondade natural das empresas