

Questão 02

Como eu, você e todos nós estamos nos transformando em uma nuvem de dados - e isto não é nada bom

Marcelo Soares

Oito em cada dez usuários de *internet* no Brasil usam as redes sociais com frequência, de acordo com dados de 2024 do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto Br (NIC.Br). Silenciosamente, enquanto você navega, as redes sociais coletam muito mais informação do que aquilo que fornecemos conscientemente.

Cookies são pequenos arquivos que os *sites* despejam no seu navegador quando você visita uma página. A finalidade é identificá-lo na próxima visita, e com isso eles viram uma espécie de diário de bordo de tudo o que você fez no *site*.

Eles podem ser do próprio *site* acessado: ao retornar a um *site* de notícias, os *links* em que você já clicou aparecem roxos em vez de azuis. Mas no lucrativo negócio dos *cookies* de terceiros, os *cookies* despejados no seu computador pelo *site* que você visita podem vir de redes de anúncios presentes também em outros *sites*. A relação dessas redes não é diretamente com você, mas com os *sites* que acessa. É por isso que tantos *sites* usam *pop-ups* pedindo sua autorização para *cookies*: se não usam *cookies* de terceiros, não é preciso pedir licença.

Essas empresas coletam dados da sua navegação para refinar um perfil comercializável seu. Num nível mais alto, esses dados são vendidos e cruzados com bases externas, tipo dados vazados do Serasa, histórico comercial e até dados de saúde. É assim que surgem os corretores de dados (*data brokers*). Eles não têm relação com o seu uso da *internet* e nem com os *sites* por onde você passa. São empresas que compilam tudo isso para vender perfis completos, muitas vezes contendo nome, CPF, telefone ou nomes de parentes. Esse mercado alimenta desde a publicidade legítima até golpes e fraudes. Pessoas que aplicam golpes no *WhatsApp*, por exemplo, muitas vezes compraram o perfil da vítima, com foto e tudo, num *site* que fornece isso.

Quem está nesses bancos de dados nem faz ideia de que está sendo comercializado como produto. Parte das pessoas que faz ideia disso acaba embarcando na ideia falaciosa de que "todos os nossos dados já são públicos". É uma falácia: nesses casos mais graves, eles foram roubados ou obtidos mediante falsas premissas.

Disponível em <https://theconversation.com/>. Adaptado.

- a) O texto do jornalista e professor Marcelo Soares é um artigo de divulgação científica. Textos de divulgação científica recontextualizam e didatizam conceitos, procedimentos e dados técnicos e científicos para leitores que, em geral, não são especialistas em uma dada área do conhecimento. Discuta duas estratégias utilizadas pelo professor para tornar o texto mais acessível, exemplificando cada uma delas com um excerto pertinente.
- b) De acordo com o artigo, por que é possível afirmar que estamos sendo comercializados como produtos na *internet*?

RESOLUÇÃO

a) A primeira estratégia utilizada pelo autor para tornar o texto mais acessível é a interlocução com o leitor, a qual torna a leitura mais convidativa e cria uma relação com o interlocutor para colocá-lo e inseri-lo dentro da temática trabalhada no artigo para que haja um entendimento maior das questões trabalhadas, como em "Silenciosamente, enquanto você navega, as redes sociais coletam muito mais informação", trecho no qual Marcelo Soares aproxima o interlocutor da contextualização do texto para que entenda a importância do assunto dentro da própria realidade. Além dessa, outra estratégia usada é o uso de recursos expressivos mais coloquiais, afastando da seriedade e da formalidade de um artigo científico, por exemplo, deixando o texto mais próximo da realidade do leitor e, portanto, mais acessível e de maior entendimento, como o uso de "tipo" e "num" nos seguintes trechos: "tipo dados vazados do Serasa" e "num site que fornece isso".

b) É possível afirmar que estamos sendo comercializados como produtos na internet porque há empresas que coletam dados da navegação dos usuários com o intuito de vendê-los e cruzá-los com bases externas, o que pode alimentar desde publicidades legítimas até golpes e fraudes.