

10 de maio, 2017

Mark Zuckerberg
CEO, Facebook
1 Hacker Way
Menlo Park, California, CA 94025

Prezado Sr. Zuckerberg,

Em nome de organizações que trabalham para apoiar o desenvolvimento saudável dos jovens, e também para garantir práticas publicitárias justas e proteger a privacidade das pessoas, nós pedimos que o Facebook divulgue publicamente o documento interno na íntegra que, como foi reportado pelo *The Australian*, descreve como o Facebook coletou e analisou informações psicológicas de estudantes do nível colegial e universitário e de usuários jovens. Estamos preocupados sobre como essa informação pode ser utilizada por publicitários e outros para explorar os jovens, se aproveitando de suas emoções e vulnerabilidades desenvolvimentais para gerar lucro. Existem também sérias questões éticas e de saúde em relação ao uso desse estudo para alcançar os jovens.

De acordo com *The Australian*, o Facebook apresentou uma pesquisa para um anunciante, onde demonstra como ele tem coletado dados sensíveis em relação ao estado emocional e “mudanças de humor” de seus usuários jovens. O estudo demonstra como o Facebook consegue analisar dados sensíveis de usuários em tempo real para determinar como jovens estão expressando emoções, e em quais momentos durante a semana estão fazendo isso. O estudo do Facebook foi conduzido sem o consentimento dos usuários, o que levanta questões éticas¹.

Estamos cientes de que o Facebook publicou uma nota na qual diz que este estudo desviou-se dos protocolos do Facebook e que a empresa não pratica o tipo de direcionamento reportado pelo *The Australian*. Porém, a nota do Facebook sobre o assunto não ameniza as preocupações sobre o estudo encomendado, seu objetivo, e o que ele diz sobre as reais práticas publicitárias do Facebook.

O único modo de esclarecer completamente esse problema é a divulgação pública do documento interno e os materiais relacionados, acompanhados de uma explicação mais detalhada do Facebook sobre o que aconteceu, qual era a intenção, e as práticas que são de fato utilizadas pela empresa. Pedimos que o Facebook divulgue todos estudos que ele tem conduzido ao redor do mundo relacionados ao uso de dados biométricos para entender como jovens respondem aos seus vários tipos de conteúdo e aplicativos (como o Instagram, vídeo mobile e 360, e serviços de geolocalização). Por exemplo, de que forma o Facebook utiliza ferramentas de *sentiment mining* para coletar e analisar comunicações de e entre seus usuários jovens e adolescentes? Como que o Facebook trabalha com seus anunciantes para oferecer dados de pesquisa para publicidade

¹ Levin, Sam. (2017, May 1). Facebook told advertisers it can identify teens feeling ‘insecure’ and ‘worthless’ (2017). *The Guardian*. Retirado de <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/01/facebook-advertising-data-insecure-teens>.

direcionada a jovens? De que forma os sentimentos expressados estão correlacionados com a resposta aos anúncios? Essas são apenas algumas das muitas questões que a divulgação deste documento interno, junto com explicações do contexto pelo Facebook, ajudariam a esclarecer. Como foi reportado, o documento é preocupante demais para permanecer em sigilo.

Como você sabe, o Facebook tem se transformado em um poderosa força cultural e social na vida dos jovens. As práticas reveladas nesta reportagem sugerem que o Facebook e seus anunciantes estão tirando vantagens desleais de adolescentes. A empresa deve ao público uma explicação detalhada sobre suas práticas.

Esperamos ansiosamente pela sua resposta.

Sinceramente,

Berkeley Media Studies Group (Estados Unidos)
Campaign for a Commercial-Free Childhood (Estados Unidos)
Center for Science in the Public Interest (Estados Unidos)
Center for Digital Democracy (Estados Unidos)
Programa Criança e Consumo, Instituto Alana (Brasil)
Consumentenbond (Holanda)
Consumer Action (Estados Unidos)
Consumer Federation of America (Estados Unidos)
Consumers Union (Estados Unidos)
Consumer Watchdog (Estados Unidos)
Föreningen för digitala fri-och rättigheter (Associação da Liberdade e Direitos Digitais) (Suécia)
Elektronisk Forpost Norge (Electronic Frontier Norway) (Noruega)
Electronic Privacy Information Center (Estados Unidos)
European Digital Rights (EDRI) (Europa)
Instituto Beta: Internet & Democracia (Brasil)
Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação Social (Brasil)
Norwegian Consumer Council (Noruega)
Núcleo de Estudos em Tecnologia e Sociedade da Universidade de São Paulo (NET-USP) (Brasil)
OpenMedia (Internacional)
Open Rights Group (Reino Unido)
Privacy International (Internacional)
Public Citizen (Estados Unidos)
Trans Atlantic Consumer Dialogue (TACD) (União Europeia- Estados Unidos)
UConn Rudd Center for Food Policy & Obesity (Estados Unidos)
U.S. PIRG (Estados Unidos)