

# O Monitoramento dos Usuários na Rede

Participantes: Aline Dias, Livia Henriques,  
Manuela Areco.



## INTRODUÇÃO:

Um dos maiores progressos recentes é a popularização da internet e a revolução tecnológica. Hoje a rede é utilizada de modo que se tornou praticamente impossível para gerações atuais viverem em um mundo sem a comodidade que as redes proporcionam.

Na contemporaneidade a maior parte dos jovens têm suas vidas orientadas pelas referências na rede. Essa influência, que se converte por vezes, numa possível manipulação pode resultar em perda de autonomia e personalidade.

Nesse contexto, é necessária a reflexão sobre como a sociedade está cada vez mais perdendo sua autenticidade e privacidade por conta de tal exposição. E fica uma preocupação com a falta de capacidade de controle de escolhas, partindo do ponto que várias empresas conhecem o cliente melhor que ele próprio, há também a possibilidade das informações serem utilizadas para um controle social direcionado. Diante disso se faz necessário que seja revisada a perspectiva acerca da ideia de privacidade.

## JUSTIFICATIVA:

O projeto de pesquisa se justifica nessa perspectiva, em que as pessoas estão perdendo sua autonomia por conta de todo esse monitoramento de dados.

## METODOLOGIA:

A metodologia utilizada consiste na realização de pesquisas exploratórias, fundamentada na aplicação de questionários para identificar a constância e atuação de usuários nas redes e seus conhecimentos sobre o monitoramento.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O projeto teve como objetivo buscar aprofundamento sobre o monitoramento de usuários na internet e a forma como essa vigilância se converte em exposição e afeta cada pessoa e sua individualidade, por consequência gerando perda de autonomia e privacidade. Espera-se que a totalidade das análises e comprovações apresentadas e citadas tenha deixado nítida a manipulação realizada pelas redes.

O controle das grandes empresas digitais sobre seus clientes passaram a fazer parte do cotidiano da maioria das pessoas sem que elas notassem, as empresas passaram a tomar conta de suas vidas, voltando totalmente sua atenção para um marketing selecionado, usando as particularidades dos usuários podendo gerar uma padronização populacional.