

## Cultura brasileira de proteção de dados.

A Europa foi desenvolvendo aos poucos a sua própria cultura de proteção de dados. Enquanto aqui no Brasil, a nossa cultura pouco reservada não deixa muito espaço para privacidade, não é? Será que nos importamos com a privacidade dos outros em nossas atividades diárias? Como a minha empresa lida com isso?

Esse gráfico – meio triste – mostra as buscas pela expressão “proteção de dados” no Brasil nos últimos cinco anos. Você vê que o interesse pelo tema quase não existia. Pouca gente estudava ou falava sobre isso. Mas logo após a vigência da GDPR, e com a tramitação legislativa voando para a aprovação da LGPD em 2018, o interesse cresceu e continua crescendo. Essa é a parte feliz do gráfico!

No país do CPF, em qualquer loja, mais e mais pessoas estão se perguntando “para quê” tantos dados pessoais e o que é feito com isso. E aqui chegamos a um ponto importante sobre a nossa ainda incipiente cultura de proteção de dados, diferente dos europeus, que têm proteção de dados muito enraizada na cultura como um direito humano, exercido por qualquer cidadão.

Você consegue imaginar um francês dizendo “eu tenho direitos porque sou um cidadão francês”? Sim, assim mesmo. A gente no Brasil não fala assim, não é? Nos EUA também não. Eles dizem “I can ‘cause I pay my taxes!”. Faz sentido.

Um continente de imigrantes não tem seus conceitos enraizados na cidadania. Nós enraizamos nosso sentido de proteção de dados em uma cultura muito forte aqui: a cultura de defesa do consumidor. A California, por exemplo, tem o California Consumer Privacy Act (CCPA): o ato de privacidade dos consumidores da California. Aqui, o nosso sistema de defesa do consumidor está consolidado desde a década de 90 e conta com uma estrutura de órgãos de defesa capilarizada por todo o país – SENACON, PROCON, IDEC.

As denúncias são em geral são gratuitas, não precisam de advogado e também não precisam de provas, já que o consumidor dificilmente teria meios técnicos de provar o que alega. Ou seja, é a empresa que precisa provar agiu em conformidade com a lei e não o contrário.

Pois bem. Imagine agora que assim como em países como os EUA, como a Argentina, em que o sistema de proteção de dados está integrado com o sistema de defesa do consumidor, imagine que os consumidores podem perguntar a qualquer empresa:

- Existem dados meus aí? Quais esses dados?
- Eles são verdadeiros? Quer dizer, eles refletem a minha atual situação?
- Eles estão sendo tratados em conformidade com a lei?
- Posso solicitar a portabilidade dos meus dados?
- Com quem meus dados são compartilhados?
- E se eu não fornecer meu consentimento?
- E se eu quiser revogar o consentimento que eu forneci?

Além desses, há o direito de revisão das decisões tomadas por algoritmos. São aquelas decisões automatizadas, muitas vezes, em inteligência artificial, que já fazem parte da nossa vida cotidiana e calculam score de crédito, especificam produtos e serviços, decidem sobre seguros, sobre vagas de emprego e sobre tantos outros aspectos da nossa vida.

Essas decisões precisam ser mais transparentes para os usuários, o que a Europa chamou de direito à explicação. E há também a necessidade de detectar e corrigir vieses discriminatórios, que possam estar prejudicando as pessoas, causando impactos negativos e injustos na vida delas.

Para isso existem eticistas e assessments específicos para inteligência artificial. Quanta coisa! E embora a LGPD seja para todas as pessoas – e esses direitos podem ser requeridos por qualquer um, quando elas estão inseridas em uma relação de consumo, podemos ver claramente que esses direitos são uma ampliação e um fortalecimento ainda maior da nossa já estabelecida cultura de defesa do consumidor.

Por isso, no Brasil, como em todo continente americano, nós vemos um viés tão forte de consumidor na cultura de proteção de dados. A LGPD é expressa em afirmar que os consumidores poderão solicitar seus direitos como titulares de dados em qualquer órgão de defesa do consumidor. Muito se fala sobre as multas administrativas da LGPD, que são mesmo bastante altas, mas certamente mais importantes (e possivelmente ainda mais custoso) são os custos de indenização de consumidores e os danos reputacionais sofridos por tratamento ilícito de dados pessoais.

Ok. Mas e agora? Como eu posso então tratar dados pessoais de acordo com a lei?