

PARA EVITAR CASOS como o escândalo envolvendo o Facebook e o uso ilícito de dados de 87 milhões de pessoas, a União Europeia impõe maior controle sobre a utilização de informações pessoais de seus cidadãos no mundo digital. Tudo isso esquentou o debate sobre a privacidade na rede. Enquanto a Europa se mexe, o restante do mundo sente as consequências. E sua caixa-postal já mostra isso

Rede de intrigas

MATEUS CAMPOS
Especial para O GLOBO
segundocaderno@oglobo.com.br

Elas sabem seu nome, quem são seus parentes, amigos, onde você está e o que costuma comprar. Das letras pequenas em contratos impressos aos termos de uso digitais que ninguém lê, a relação de confiança entre usuários e empresas sempre foi nebulosa. O escândalo envolvendo a Cambridge Analytica e o Facebook representa o ápice dessa crise. Diante do uso dos dados de 87 milhões de pessoas, os legisladores da União Europeia resolveram agir. Na próxima sexta-feira, entra em vigor na UE iniciativa que dá aos internautas maior controle sobre suas informações pessoais: a Regulação Geral de Proteção de Dados (GDPR, na sigla em inglês).

Nas últimas semanas, o leitor mais atento deve ter notado em sua caixa-postal uma profusão de emails informando alterações nos termos de uso de serviços oferecidos por gigantes do universo digital. Impostas pela GDPR, as mudanças prometem tornar mais compreensíveis as regras de uso dos serviços. — Não leio os termos de uso porque são extensos, têm muitos detalhes técnicos, e as letras são pequenas. Mas acho que essa é a intenção mesmo de quem quer que a gente os assinasse — diz o psicólogo Gabriel Talask, de 27 anos.

FOCO NA PRIVACIDADE

É isso que a GDPR pretende mudar. Em uma semana, os cidadãos europeus terão o direito de saber exatamente qual é a finalidade do uso de seus dados. Eles poderão restringir as informações que compartilham, paralisar o processamento ou até mesmo exigir a exclusão completa desses dados, além de corrigir eventuais erros de informação.

— É um caminho bastante interessante para a proteção da privacidade dos usuários, pelos próprios usuários — diz o professor João Antonio de Moraes, doutor em Filosofia pela Unicamp e autor de um estudo sobre privacidade na era digital.

Por tratar de dados digitais, com circulação global, os efeitos da GDPR não se restringem à UE. O Google iniciou uma robusta campanha de envio simultâneo de emails. Empresas brasileiras que operam no Velho Mundo, como companhias aéreas, também tiveram que se adaptar. Aprovada em 2016, a GDPR deu um prazo de dois anos para que as empresas online presentes nos países da UE, inclusive as estrangeiras, atualizassem suas políticas e termos de uso.

— A Europa sempre se preocupou com o tratamento dos dados de seus cidadãos. Uma diretiva regulava o tema desde 1995 — avalia o advogado José Milagre, especialista em direito digital. — No entanto, percebeu-se que a legislação estava desatualizada. Até hoje, o usuário se via obrigado a ceder informações para usar a tecnologia.

Os dados dos usuários talvez sejam o ativo mais disputado hoje pelas empresas de tecnologia. Eles viabilizam uma miríade de aplicações, que estão por trás das modalidades de publicidade online que “perseguem” o internauta após ele pesquisar o preço de um tênis ou um celular, por exemplo.

— O mais importante é ter opções e transparência. Em muitos casos as empresas precisam mesmo recolher informações. Mas muitas pessoas não leem os termos e, no caso do Facebook, não sabem que têm a opção de controlar as informações que compartilham — avalia o analista de comunicação Antoine Vallas, francês de 25 anos.

MULTAS PESADAS

A GDPR determina que as empresas divulguem todos os anos relatórios de impacto de privacidade. Elas terão que dividir com os consumidores todas as informações sobre coleta e uso de dados pessoais. Multas pesadas, de 10 milhões de euros até 4% da receita global, podem ser aplicadas às empresas que desrespeitarem as regras.

— Por um lado, acabou a “farra” para as empresas. Por outro, cada vez mais, quem usa a internet vai ter que entender que os benefícios da tecnologia envolvem riscos — opina João Rego, professor dos cursos de MBA e pós-MBA em Marketing Digital e Tecnologia da Informação da Fundação Getúlio Vargas.

Para o professor, a Europa funciona como um contraponto aos EUA, mais permissivo com o tema. Mas as corporações americanas não podem abrir mão do mercado do outro lado do Atlântico e, por isso, não podem ignorar uma decisão deste tamanho.

A implantação da GDPR também aumentou as discussões sobre a privacidade no Brasil. Para os especialistas, é possível que, em breve, o país adote políticas parecidas com a GDPR. Atualmente, tramitam no Congresso alguns projetos de Lei sobre o assunto, como o PL 5276/2016, na Câmara, e o PL 313/2013, no Senado.

— A tendência é que até o fim do ano esses projetos de lei sejam unificados e aprovados para estarem em conformidade com o artigo 5 da Constituição, que garante o direito à privacidade — diz Milagre. ●



VOCÊ LEU ANTES DE CONCORDAR?

Uma instalação chama a atenção de quem visita a mostra “Visualizando o conhecimento”, na Universidade Aalto, em Helsinque. Nas paredes e no chão, dezenas de folhas de papel trazem os termos de uso de Facebook, Snapchat, Instagram e Tinder. Ao fim de cada uma, há o total de palavras e o tempo necessário para que o texto seja lido na íntegra. Com a obra, chamada “Eu concordo”, o designer

israelense Dima Yarovsky pretende conscientizar as pessoas sobre os contratos firmados na internet, em um trabalho que dialoga com a nova realidade da União Europeia: “Marcar a opção ‘li e concordo com os termos’ é a maior mentira da web. Esses termos são contratos legais, apesar de os usuários jamais terem a chance de negociar seu conteúdo”, diz Yarovsky.