

A indústria dos dados pessoais e os *data brokers*

Reflexões sobre os riscos da atuação de tais agentes no mercado de dados pessoais

Ana Frazão

Advogada. Professora de Direito Civil e Comercial da UnB. Ex-Conselheira do CADE.

Em instigante relatório de 2014, *Data Brokers: A Call for Transparency and Accountability*¹, a *Federal Trade Commission* norte-americana teve a oportunidade de fazer um mapeamento da indústria de dados e do papel dos *data brokers*, empresas que coletam informações pessoais dos consumidores e as revendem ou compartilham com outras.

Ocupando um papel importante na *data driven economy*, tais empresas, ao contrário das plataformas digitais, geralmente nunca interagem com os consumidores, os quais, exatamente por esse motivo, muitas vezes nem sabem da sua existência e muito menos da variedade de práticas por elas adotadas. Daí por que a finalidade do relatório foi, a partir do mapeamento das práticas de nove *data brokers*, entender como a indústria efetivamente funciona.

Em uma apertada síntese, as principais conclusões do estudo são:

(i) os *data brokers* coletam informações sobre os consumidores de diversas e numerosas fontes comerciais, governamentais e públicas (incluindo nesta última mídias sociais, blogs e internet);

¹ FEDERAL TRADE COMMISSION. *Data Brokers. A Call for transparency and accountability*. <https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/data-brokers-call-transparency-accountability-report-federal-trade-commission-may-2014/140527databrokerreport.pdf>. Acesso em 22.02.2019.

- (ii) os *data brokers* não usam apenas os dados crus (*raw data*) mas também os chamados dados derivados, que são as inferências já realizadas a partir dos dados crus;
- (iii) os *data brokers* combinam dados obtidos *online* e *off-line* para atingirem os consumidores *online*;
- (iv) as principais utilizações comerciais dos dados são *marketing*, serviços de mitigação de riscos e serviços de busca de pessoas;
- (v) parte expressiva da coleta de dados ocorre sem o conhecimento dos consumidores;
- (vi) a indústria dos dados é complexa, com muitas camadas de *data brokers* que oferecem e trocam dados uns com os outros, sendo frequente o intercâmbio e a compra e venda de informações entre eles;
- (vii) os *data brokers* coletam e armazenam bilhões de dados que, na época da pesquisa, já cobriam praticamente todos os consumidores norte-americanos²;
- (viii) qualquer que seja a metodologia utilizada, os *data brokers* coletam mais informações do que usam;
- (ix) uma das maiores aplicações dos dados é o desenvolvimento de modelos complexos para prever o comportamento dos consumidores e para extrair inferências potencialmente sensíveis a respeito deles;
- (x) apesar dos benefícios da atividade de tratamento de dados, muitos dos propósitos pelos quais os *data brokers* coletam e usam dados apresentam riscos para os consumidores;
- (xi) as escolhas que os *data brokers* oferecem aos consumidores sobre os seus dados são amplamente invisíveis e incompletas, com grande ausência de transparência.

Apesar de alguns anos já terem se passado desde a pesquisa, há muitas evidências de que as práticas da indústria de dados continuam e ainda se intensificaram, mesmo alicerçadas em um ativo - os dados pessoais - que não

² Dentre as conclusões mais pontuais do relatório, estão as de que alguns dos *data brokers* analisados agregaram e modelaram a história de compras de 190 milhões de consumidores individuais a partir de dados de mais de 2.600 empresas.

pertence aos *data brokers*, mas tem sido utilizado como se assim fosse e – o que é pior – sem qualquer transparência ou *accountability*.

Em relação aos *data brokers*, é interessante notar que não se cogita nem mesmo das justificativas dos benefícios e vantagens que, de forma "gratuita" ou acessível, são disponibilizados aos usuários. Com efeito, tal tipo de argumento se restringe a agentes que interagem diretamente com os usuários, como as plataformas digitais e, mesmo em relação a elas, apresentam diversas fragilidades.

Não obstante, o mercado de dados vem crescendo a partir da difusão de visões como a de que o modelo de negócios ou é justo, porque os usuários receberiam contrapartidas adequadas pelos seus dados, ou é mesmo necessário, uma vez que haveria um verdadeiro *trade off* entre inovação e privacidade, de forma que a violação desta última seria o preço a pagar ou o mal necessário para o progresso tecnológico e os novos serviços que daí decorrem.

O excesso de otimismo das próprias pessoas em relação a muitos dos modelos de negócios da economia digital e os benefícios diretos que eles lhes proporcionam, aliado às próprias dificuldades de compreensão dos seus efetivos impactos, são também fatores que criam ônus adicionais para os reguladores que, premidos entre a assimetria informacional e os benefícios das inovações, muitas vezes não sabem o que fazer para conter esse processo e proteger minimamente os cidadãos. É esse o cenário que possibilitou que vários desses negócios evoluíssem em um ambiente no qual o suposto vácuo regulatório foi conveniente para os principais agentes da indústria.

Todavia, o modelo de negócios dos *data brokers* apresenta incompatibilidades gritantes com o GDPR europeu e a LGPD brasileira, a começar pelo fato de não obedecer ao princípio da finalidade específica do tratamento de dados nem à necessidade do consentimento livre, informado e específico do titular de dados.

Consequentemente, muito precisará ser feito para que os *data brokers* possam se ajustar às novas exigências legais e sobretudo para endereçar os efeitos nocivos de todo um passado no qual tais agentes econômicos puderam operar de forma irrestrita.

Link: https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/a-industria-dos-dados-pessoais-e-os-data-brokers-20032019

Publicado: 20/03/2019