

Relatório - 14º Fórum da Internet no Brasil

1. Informações básicas sobre o workshop

Título: Privacy as a Service? Perspectivas sobre o direito e mercantilização da privacidade

Proponente:

- Pedro Amaral, Universidade Federal de Pernambuco, comunidade técnica e acadêmica
- Gabriel Cardoso, Nymtech - Nym Technologies, setor empresarial

Palestrantes:

- Daniel Vazquez, Nymtech - Nym Technologies, setor empresarial
- Izabela Dominguez, UFPE - Universidade Federal de Pernambuco, comunidade científica e tecnológica
- Luã Cruz, Idec - Instituto de Defesa de Consumidores, terceiro setor
- Marcus Silveira, CADE - Conselho Administrativo de Defesa Econômica, setor público

Moderador:

- Pedro Amaral, Universidade Federal de Pernambuco, comunidade técnica e acadêmica

Relator:

- Gabriel Cardoso, Nymtech - Nym Technologies, setor empresarial

2. Estruturação do Workshop

a) Objetivos e resultados (propostos e atingidos)

Objetivos Propostos:

Este workshop visou debater um tema ainda pouco abordado na literatura e nos espaços de discussão da governança da internet, isso é, o mercado da privacidade. Esse mercado, segundo cálculo da organização proponente, em nível global, seria de 100 bilhões de dólares anuais e estaria dividido em serviços de proteção de dados (70 bilhões); serviços de Virtual Private Networks (VPNs) (25 bilhões) e; mercado de criptomoedas (5 bilhões). Além de avaliar aspectos da privacidade como serviço ou mercadoria, objetivou-se também tratar de problemas e oportunidades desse mercado para a Governança da Internet, especialmente para a concretização do Direito à Privacidade. Como serviço, o maior risco é que a privacidade não seja um direito universal, mas um privilégio de poucos. Ainda, discutiu-se o efeito da nascente cultura de privacidade e proteção de dados na demanda por serviços digitais e as respostas das diferentes empresas.

Resultados atingidos:

O workshop sobre o mercado da privacidade atingiu seus objetivos ao promover um debate crítico e aprofundado sobre a crescente demanda por serviços de proteção de dados, impulsionada por escândalos como o Snowden e o Cambridge Analytica. Apesar da aparente guinada das big techs para a privacidade, com iniciativas como o FLoC, o debate questionou a efetividade dessas medidas e se aprofundou na problemática dos incentivos e dos modelos de negócio que ainda priorizam a coleta massiva de dados. O debate permitiu identificar lacunas na legislação e na regulamentação do mercado da privacidade, analisar as tendências do mercado, como o crescimento do mercado de VPNs e o papel das criptomoedas na proteção de dados, e mapear os principais atores envolvidos nesse mercado.

O workshop também evidenciou a necessidade de ações futuras para a proteção da privacidade. É crucial fortalecer a legislação de proteção de dados, garantir que ela seja aplicada de forma eficaz e universal, promover a educação em privacidade para o público em geral, aumentando a conscientização sobre os riscos e as oportunidades relacionados à proteção de dados, e fomentar a pesquisa e a inovação na área de privacidade, buscando desenvolver novas tecnologias e soluções que garantam a proteção de dados e promovam o acesso universal a serviços de proteção de dados.

b) Justificativa em relação à governança da Internet

A privacidade compõe o primeiro dos Princípios de Governança e Uso da Internet do Comitê Gestor da Internet no Brasil. A privacidade é condicionada tanto por elementos da infraestrutura e pelos padrões técnicos, quanto pelas aplicações. No entanto, é lugar comum que a privacidade dos cidadãos não vem sendo respeitada, nem pelo setor privado, nem pelo setor governamental. O capitalismo de vigilância anda de mãos dadas com a vigilância estatal, como é sabido desde Snowden, passando por escândalos envolvendo a Meta, especialmente o protagonizado pela Cambridge Analytica e suas tentativas de manipular eleições pelo mundo, chegando até ao fornecimento de spywares de ponta, como o Pegasus e o Predator, desenvolvidos por agentes privados para uso estatal. Programas de vigilância têm recorrentemente causado danos à segurança, estabilidade, funcionalidade e confiança na Internet, prejudicando indivíduos, organizações civis, empresas privadas e serviços públicos que dependem dela para funcionar.

Nesse sentido, governos, cidadãos e empresas têm buscado promover a privacidade enquanto valor, norma e prática nos serviços digitais. Dentre regulações como a General Data Protection Regulation europeia e a Lei Geral de Proteção de Dados, passando por campanhas civis contra programas de vigilância e a demanda por serviços mais privativos ou que garantam privacidade, são vários os elementos que se somam à crescente cultura de privacidade. Tais externalidades afetam como diversos serviços são oferecidos ao redor do

mundo conectado. Um desses serviços é a comunicação com criptografia ponta-a-ponta, assim como o rastreamento no tráfego na Web, que afetam diretamente o modelo de negócio preponderante hoje na Internet, isto é, aquele baseado na coleta e análise intensivos de dados pessoais.

c) Metodologia e formas de participação desenvolvidas durante o workshop

A metodologia adotada segue formatos integrados aos modelo multissetorial, com o objetivo de garantir a representação de todos os setores e a compreensão dos ouvintes acerca do tema. O painel foi iniciado com uma fala do moderador, apresentando o tema e os pontos mais críticos. Cada palestrante teve 15 minutos e os minutos restantes foram dedicados à participação dos ouvintes. Em virtude das especificidades que marcam o tema, o primeiro convidado a expor foi o representante do setor empresarial, que abordou as ações e perspectivas sobre o mercado da privacidade. Em seguida, o representante da academia abordou o panorama geral e elementos críticos desse mercado. O representante da sociedade civil expos a partir da perspectiva da defesa do consumidor. Por fim, o representante do setor público contribuiu a partir da atuação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica, vista a estrutura pro-oligopolista dos mercados digitais baseados em dados. Ao fim, foi instigado o espaço para perguntas da audiência presencial e remota.

3. Síntese dos debates

Tipo de manifestação	Conteúdo	Consenso ou Dissenso	Pontos a aprofundar
Proposta: Como a Nym vê e aborda o mercado de privacidade? Quais são os principais problemas técnicos e sociais que tentam ser resolvidos pela Nym? Como balancear a tensão entre comodificação e democratização da privacidade de seus serviços?	Daniel argumentou que "privacidade é uma falácia", usando exemplos como as violações da NSA para ilustrar como a internet falha em proteger este direito básico. Para ele, os metadados são um problema crucial devido à sua vulnerabilidade. Daniel criticou a concentração de poder nas mãos de empresas que lucram com a coleta de dados e os ataques direcionados a quem desenvolve tecnologias de privacidade. Ele ainda destacou os danos à saúde pública e a ineficácia de soluções como VPNs. Para Daniel, as políticas atuais são insuficientes e é preciso mudar os incentivos à privacidade, apontando	Houve um consenso em relação à falta de incentivos para a privacidade dos usuários.	Como funciona na prática os atuais sistemas de incentivo à privacidade, como exemplo o da Nym, que foi citado durante o painel.

	blockchain e a rede mixnet como soluções promissoras.		
Proposta: Como você avalia os dois movimentos do mercado sobre a privacidade frente à vigilância massiva: oferta de serviços pró-privacidade (mixnets, VPNs, e-mails, nuvens e mensageiros com criptografia ponta-a-ponta) e mudanças de grandes empresas prometendo maior privacidade, incluindo esquemas de "pague ou consinta"	Izabela destacou a assimetria entre consumidores e empresas no contexto do "capitalismo de vigilância", onde a coleta de dados se tornou opaca e o data driven marketing impera. Para ela, o consumidor está em posição de hipervulnerabilidade. Izabela criticou a diferença entre os interesses das empresas e dos indivíduos, ilustrando seu ponto com os 5 níveis éticos de privacidade. Ela finalizou defendendo a necessidade de empresas como a Nym, que oferecem alternativas reais de privacidade, e citando a Apple como exemplo de empresa que busca usar a privacidade como vantagem competitiva.	Enquanto alguns painelistas veem com bons olhos a oferta de serviços de privacidade por grandes empresas, como a Apple, outros se mostram céticos, apontando para um possível "privacy washing".	
Proposta: Como você avalia esses dois movimentos do "mercado da privacidade" do ponto de vista da defesa dos direitos do consumidor e efetivação do direito à privacidade?	Luã, representando o IDEC, defendeu a regulação das plataformas digitais para garantir a privacidade dos consumidores. Ele criticou as ações superficiais de grandes empresas e a "falsa dicotomia" do "pague por privacidade". Para ele, a coleta de metadados pelo Whatsapp, mesmo com criptografia, exemplifica como as empresas lucram com os dados. Luã destacou a assimetria de poder entre empresas e consumidores, criticou a inércia das autoridades e defendeu alternativas como a publicidade não direcionada e modelos freemium. Ele finalizou convocando os movimentos sociais a participarem do debate sobre tecnologia.	Houve um consenso sobre a necessidade de uma maior participação dos movimentos sociais e de uma postura mais proativa das autoridades na defesa da privacidade dos consumidores.	
Proposta: A guinada pró-privacidade das big techs tem sido vista com desconfiança. Considerando o caso do Federated	Marcus Silveira defendeu a importância do CADE na proteção de dados, argumentando que os dados pessoais possuem valor econômico e que a defesa da concorrência e a defesa de dados estão interligadas. Ele questionou se a atuação tradicional do órgão é		Analisar a efetividade das leis antitruste na contenção do poder das big techs no que diz respeito à coleta e uso de dados.

<p>Learning of Cohorts (FLoC) da Google, qual o papel do CADE nesses "mercados de privacidade", considerando que os dados pessoais são recursos centrais para a economia da informação?</p>	<p>suficiente na era da economia de dados, citando casos como o do Google e Facebook, e a necessidade de considerar tanto a defesa do consumidor quanto às leis antitruste. Marcus ilustrou a crescente relevância do tema no Brasil com o caso Magalu Hub.</p>		
<p>Pergunta de participante não identificado para Izabela:</p> <p>Velas estão virando no mercado de privacidade. O mercado propõe muita comodidade em troca de dados e a privacidade, para as velas virarem é necessário o engajamento não somente das instituições mas também dos titulares. “No Brasil há dois tipos de titulares: os que sabem dos direitos e não sabem como exercê-los e os que sabem e não ligam”. Você concorda com essa abordagem? Como podemos engajar cada vez mais as pessoas a entenderem que essa prática contra a proteção de dados é predatória e como podemos mudar esse cenário?</p>	<p>Izabela argumenta que a busca por praticidade e agilidade no dia a dia leva os usuários a cederem seus dados sem ter noção dos riscos e consequências dessa troca. Para ela, essa relação é desproporcional, como uma "venda casada", onde a busca por serviços digitais mais rápidos e simples exige como pagamento os dados dos usuários. A solução, segundo ela, reside em um processo educacional que enfatize a importância da proteção de dados desde a infância. A falta de conhecimento sobre o tema agrava a desvalorização da privacidade no contexto brasileiro, facilitando a exploração de dados por empresas. Izabela finaliza defendendo que a decisão de compartilhar informações deve ser consciente e baseada no entendimento do valor desses dados, combatendo a ideia de que essa troca é um processo natural e inevitável.</p>		
<p>Pergunta online de Fábio mainardes para Daniel: Como a tecnologia Blockchain pode</p>	<p>Daniel argumenta que a blockchain pode ser uma ferramenta poderosa para promover a privacidade. Ele cita o exemplo da Nym, que usa a</p>		

<p>apoiar na privacidade dos dados? Ela pode ser considerada uma técnica de anonimização citada na LGPD?</p>	<p>blockchain como um sistema de incentivos para recompensar aqueles que contribuem para o anonimato e a criptografia das comunicações online, e destaca a importância da transparência na distribuição destes incentivos.</p> <p>Daniel também aponta para a utilização da blockchain para aumentar a privacidade em transações financeiras, embora reconheça a controvérsia em torno do tema. Ele questiona a necessidade de governos e bancos terem acesso a informações tão detalhadas sobre a vida financeira dos cidadãos, usando o exemplo de saberem "de quem a pessoa compra café". Para ele, o controle da informação é um pilar fundamental na estrutura de poder global, e a blockchain pode ser uma forma de desafiar esse controle, mesmo que isso signifique enfrentar resistência por parte de instituições estabelecidas.</p>		
--	--	--	--