

## Como evitar a desigualdade digital?



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Autor: Bianca Alvarenga

Atualmente a experiência do cliente passa por novas tecnologias, especialmente pela Inteligência Artificial generativa. A IA tem sido uma necessidade para que as empresas permaneçam competitivas e atendam às demandas de um mercado cada vez mais conectado. No entanto, enquanto os grandes centros urbanos e metrópoles avançam rumo à era digital, uma parte dos consumidores brasileiros ainda enfrenta obstáculos de acesso e inclusão digital. De fato, a era digital trouxe oportunidades e também desafios relacionados à desigualdade no acesso à tecnologia.

Nesse contexto, como evitar a desigualdade digital? Como as empresas estão utilizando os dados dos clientes? Estamos à mercê das fraudes digitais? Essas perguntas foram o ponto de partida do painel: “Ética, dados e transparência no atendimento do consumidor com IA” durante o evento A Era do Diálogo, realizado nesta terça-feira (07/05). O painel reuniu os líderes Claudia Wharton, diretora de ouvidoria da MAPFRE Seguros; Irani Cardoso, gerente de canais de relacionamento com os consumidores da Anatel; Juliana

Pereira, presidente da IPS Consumo; Solano de Camargo, presidente da comissão de privacidade, proteção de dados e IA da OAB-SP; Talita Ferreira, diretora de relacionamento com clientes do **Consórcio** Embracon e contou com a mediação de Renata Abalém, diretora Jurídica do IDC - Instituto de Defesa do Consumidor e do Contribuinte.

Juliana Pereira, presidente da IPS Consumo, ressaltou a importância de entender a IA como um instrumento e não como o fim de toda a experiência do cliente. “O desafio que enfrentamos enquanto o mercado e a sociedade organizada é entregar o básico com excelência. A primeira etapa é aproveitar as lições aprendidas com as ferramentas e aplicá-las em nosso ambiente, que inclui IA”, afirmou. A executiva pontuou também sobre a importância de combater a desigualdade digital. “O mundo não tolera mais discriminação, seja de gênero, de classe social ou regional. No contexto da IA precisamos analisar as melhores práticas, o código do consumidor e garantir a excelência básica. Devemos encarar a inteligência como uma ferramenta, para evitar conceder poder em excesso”, comentou Juliana.

Para a diretora de relacionamento com clientes do **Consórcio** Embracon, Talita Ferreira, é preciso manter um equilíbrio entre automação e interação humana nos serviços ao cliente. A executiva salientou que a segurança e a familiaridade do consumidor com os meios digitais não devem eliminar a necessidade de um atendimento humano, especialmente em situações sensíveis.

“A IA não vai desaparecer, é uma realidade. Enfrentamos uma situação em que ainda muitos consumidores têm dificuldades com a IA, portanto, sempre há a necessidade de ter um canal para contato humano. O cliente precisa sentir-se seguro. É essencial manter a humanidade no aplicativo, internet ou site. Hoje, é comum ver empresas que são totalmente digitais, mas não vejo isso como o único caminho. Podemos oferecer serviços no digital, mas não devemos

negligenciar o atendimento humano”, explica a executiva de **Consórcio** Embracon.

#### Responsabilidade e transparência

Claudia Wharton trouxe a necessidade de preservar a individualidade dos clientes, reforçando que cada pessoa é única, além de pontuar sobre a importância de políticas que garantam transparência e ética no tratamento de dados, respeitando a privacidade e a segurança dos mesmos. “Acredito que o ser humano é único. Falamos de gerações mais antigas e as pessoas são diferentes. A premissa de que as pessoas são únicas precisa prevalecer. Se entendermos que as pessoas são únicas, vamos conseguir atendê-las em sua individualidade”, pontua a executiva da MAPFRE Seguros.

A Anatel utiliza a IA internamente para aprimorar processos e o atendimento ao cliente. Irani destacou a importância de utilizar dados de forma responsável e anonimizada, em conformidade com regulamentações como a LGPD.

“Cerca de 70% dos atendimentos são realizados digitalmente. Nós temos uma operação de call center e temos que estar atentos à discriminação, especialmente por parte dos atendentes. É fundamental observar os princípios da LGPD para garantir a segurança dos dados dos clientes”, pontua a executiva da Anatel. Além disso, complementou: “É essencial oferecer transparência ao consumidor para que ele possa ter uma experiência de compra e tomada de decisão mais satisfatória.”

#### Desafios e cuidados necessários

Solano de Camargo trouxe à discussão os desafios relacionados à proteção de dados e à segurança digital e alertou para os riscos associados ao aumento do fluxo de dados e à falta de cultura de proteção de dados na sociedade brasileira. Nesse contexto, ressaltou a importância do letramento digital e do envolvimento das autoridades públicas na prevenção e repressão de

crimes digitais.

“O que estão fazendo com nossos dados? Essa é uma pergunta de um milhão. O fluxo de dados tem aumentado, a prática mostra que os dados estão muito além do que pensamos, estão nos nossos comportamentos, tendências e hábitos. Não é à toa que a IA é o novo petróleo. Vale ressaltar que a IA não é uma novidade, mas a generativa, sim, pela capacidade que podemos utilizá-la sem precisar ao menos saber programação”, destacou o presidente da comissão de privacidade, proteção de dados e IA da OAB-SP.

Por fim, os participantes concordaram sobre o quanto a educação e conscientização são fundamentais para lidar com os desafios éticos da IA. Os painelistas reconheceram a responsabilidade coletiva das empresas, do governo e da sociedade civil em promover a educação sobre IA e proteção de dados, bem como em garantir a transparência e a responsabilidade no uso da tecnologia.

O post Como evitar a desigualdade digital? apareceu primeiro em Consumidor Moderno.

**Assuntos e Palavras-Chave:** ABAC - Consórcio