

ADEQUAÇÃO DAS EMPRESAS ÀS POLÍTICAS DA LEI GERAL DA PROTEÇÃO DE DADOS: INCREMENTO DE DESEMPENHO A PARTIR DO ADEQUADO TRATAMENTO DE DADOS DO CONSUMIDOR¹

*ADEQUACY OF COMPANIES WITH THE POLICES OF THE GENERAL DATA
PROTECTION LAW: INCREASING PERFORMANCE FROM THE ADEQUATE
PROCESSING OF CONSUMER DATA*

Maria Júlia Mateus Vianna Alves FERREIRA²

Yuri Nathan da Costa LANNES³

RESUMO

Este artigo concentra-se na avaliação da conformidade das empresas com as políticas estabelecidas pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e outras medidas legais destinadas à proteção do consumidor no contexto do tratamento de dados. O objetivo principal da pesquisa é analisar o tratamento de dados em relações de consumo, compreender o modelo fiduciário de privacidade e as políticas de proteção de dados que as empresas devem adotar de acordo com a LGPD. O estudo utiliza o método dedutivo e emprega técnicas de pesquisa bibliográfica para investigar essas questões. A pesquisa busca contribuir para o entendimento das implicações legais e práticas da LGPD nas

¹ O presente artigo sintetiza a monografia de conclusão da pesquisa, realizada para o Programa Interno de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC 2022-2023) da Faculdade de Direito de Franca (FDF), Franca/SP.

² Graduanda em Direito pela Faculdade de Direito de Franca – FDF. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9608580033383916>. E-mail: mariajuliamvianna@gmail.com.

³ Advogado atuante nas áreas de tributação, tecnologia e LGPD. Professor titular na Faculdade de Direito de Franca, Mackenzie e Universidade Católica de Pernambuco. Pós-Doutorado em Direito na UNB, Doutor em Direito pela Mackenzie e Mestre em Direito pela UNINOVE. Diretor no CONPEDI e coordenador ESA-OAS-SP, Núcleo de Leme/SP. E-mail: yuri.lannes@direitofranca.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4761827997561374>

operações das empresas, enfatizando a importância da conformidade com as normas de privacidade de dados e seu impacto nas relações de consumo.

Palavras-chave: Modelo Fiduciário de Privacidade; LGPD; Políticas públicas; Direito Digital

ABSTRACT

This article focuses on evaluating companies' compliance with the policies established by the General Data Protection Law (LGPD) and other legal measures aimed at consumer protection in the context of data processing. The main objective of the research is to analyze data processing in consumer relations, understand the fiduciary model of privacy, and the data protection policies that companies should adopt in accordance with LGPD. The study uses the deductive method and employs bibliographic research techniques to investigate these issues. The research seeks to contribute to the understanding of the legal and practical implications of LGPD in companies' operations, emphasizing the importance of compliance with data privacy regulations and its impact on consumer relations.

Keywords: Fiduciary Model of Privacy; LGPD; Public policies; Digital Law

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o possível incremento de desempenho das empresas, a partir do adequado tratamento de dados do consumidor. Partindo deste ponto, existe uma enorme necessidade de investigar o ideal tratamento de dados do consumidor a partir do resultado, analisar o incremento de desempenho da empresa, a partir do modelo fiduciário de privacidade, uma vez que os riscos que guardam a falta de adequação legislativa frente ao mundo digital, estando a cada dia maiores.

Neste contexto, a sociedade digital teve seu início no Brasil em 1994, quando a rede utilizada para conectar a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) ao Fermilab, laboratório de física especializado no estudo de partículas atômicas, localizado em Illinois, Estados Unidos, passou a ser comercializada. Desde então, a rede vem sendo ampliada e reformulada, evoluindo em conjunto à sociedade, visando trazer o maior número de usuários para a plataforma.

Ao identificar a tendência de crescimento da captação e comércio dos dados de consumidores, a proteção do usuário final passou a ser amplamente discutida em contexto mundial, reunindo autores como Gilmar Mendes, Jack M. Balkin, Julie Cohen, Manuel Castells, os quais serão adotados para a formalização do presente artigo, uma vez que buscam incentivar a conscientização de que os dados devem ser utilizados em um sistema que age de forma transparente, revolucionando e modificando amplamente os métodos utilizados pela sociedade, na atualidade.

O mundo virtual, teve início na comercialização da internet em 1994, e a primeira lei criada no Brasil, com o intuito de proteger seus usuários e passar a regular tal ambiente foi o Marco Civil da Internet em 2010, em seguida a Lei de Acesso à Informação (2016) e a Lei Geral da Proteção de Dados (2020). Sendo assim, são notáveis a demora e a deficiência legislativa na regulamentação dessa sociedade digital, sua rápida evolução, contribui para as diversas lacunas presentes na regulação do ciberespaço.

Em suma, diante do estágio da problemática, tal discussão se torna fundamental, uma vez que empresas como Microsoft, Google e Meta desenvolveram algoritmos capazes de influenciar em diversos aspectos da vida dos indivíduos, monitorando desde os seus ideais, até a maneira em que a tela do celular é tocada.

Tendo em vista os fatos supracitados, o objetivo principal do presente trabalho é analisar qual o ideal tratamento de dados dos consumidores, se o modelo de regulação de privacidade defendido pelo modelo fiduciário de privacidade, o qual se baseia a partir da relação de confiança entre a empresa e o usuário final atenderia as diretrizes da LGPD, ou se seria viável a implementação de uma política pública, para regulamentar a utilização de dados dos usuários finais. Dessa forma é amplamente necessário analisar qual é o ideal tratamento de dados dos consumidores, se o modelo de regulação de privacidade a partir da relação de confiança entre a empresa e o usuário final atenderia as diretrizes da LGPD, ou se seria viável a implementação de uma política pública, para regulamentar até onde os dados dos seus usuários finais podem ser utilizados?

Ademais, é notável que a adequação das empresas à LGPD é bastante discutida, em contrapartida, pouco se discute a respeito dos benefícios dessa adequação, de qual seria o ideal tratamento de dados dos consumidores ou na possibilidade de redução de custos no processo de adequação, cuja necessidade de softwares complexos em larga escala pode acabar dificultando o processo para as empresas de pequeno e médio porte. Sendo assim, é imprescindível a reflexão dos elementos que levam riscos às atividades de tratamento de dados, além de um aprofundado estudo acerca dos benefícios às empresas após a sua adequação à LGPD.

O resultado dessa pesquisa será relevante para os acadêmicos, sociedade civil e empresários, enquanto pretende esclarecer eventuais dúvidas sobre o processo de adequação à Lei Geral da Proteção de Dados,

no que se refere aos possíveis riscos à atividade de tratamento de Dados e as consequências da adaptação à respectiva lei.

Por fim, a metodologia adotada para o desenvolvimento do presente artigo é o método dedutivo, o qual se baseia em um processo de análise que utiliza o raciocínio lógico e a dedução para obter os resultados almejados. A pesquisa tem aderência à linha de pesquisa “Direito, Inovação e Desenvolvimento”.

Buscar-se-á apresentar e verificar as dificuldades causadas pela falta de adequamento legislativo ao mundo digital, e identificar as possíveis soluções para tornar a relação entre usuário final e o fiduciário igualitária e equilibrada, desvencilhando a ideia de que o usuário final não passa de um produto.

2 DESENVOLVIMENTO

O presente artigo tem como objetivo discutir sobre o princípio da transparência, e investigar especificamente se ocorre o incremento de desempenho da empresa, a partir do adequado tratamento de dados particulares do consumidor e da adequação às políticas da Lei Geral da Proteção de Dados, também será matéria de estudo os elementos que levam riscos às atividades de tratamento de dados, uma vez que, o incessante desenvolvimento das tecnologias, e a criação da sociedade da informação, tem ensejado uma enorme necessidade da adequação das empresas a Lei Geral da Proteção de Dados, fortalecendo-se o tema da autorregulação empresarial.

A priori, a internet se originou em 1960, numa tentativa da Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, de impedir a tomada ou destruição do sistema norte americano pelos soviéticos, em caso de guerra nuclear, resultando em uma rede composta por inúmeras conexões, formada por uma série de usuários autônomos, sem nenhum controlador central. (Castells, 2020)

Desde então, a sociedade passa por uma infinita expansão e reconfiguração do tempo e espaço, a caminho da sociedade digital, transformando o mundo. A virtualidade tem transformado amplamente as estruturas sociais, seja nas formas de trabalho, na economia e até na cultura. Tem como característica marcante a velocidade e a facilidade das interações, trazendo a possibilidade de adaptação ao dia a dia de seus usuários. A internet possibilitou que as pessoas se comuniquem

instantaneamente, e compartilhem conteúdos de forma rápida, fazendo com que indivíduos, dos quais não tinham participação na sociedade, passassem a ter.

A era digital incentiva a visão de que, o modelo social adotado, se baseia na sociedade da transparência, a qual parte do conceito de que a informação é disponível e acessível a todos os membros da sociedade. A transparência, segundo o sociólogo Byung Chun Han, abrange também o mundo corporativo, incentivando a divulgar todas as suas práticas comerciais, o procedimento interno e como é feito uso dos dados pessoais de seus usuários, permitindo assim que possam ser feitas escolhas feitas pelos usuários possam adequadas e informadas. (Han, 2022)

No entanto, tem sido construída uma falsa imagem da transparência na sociedade digital, incentivam a visão de que é tratada como um princípio fundamental, no entanto, a transparência não é valorizada pelas grandes empresas, a ponto de ser promovida a um princípio fundamental, a sensação de liberdade de escolha, amplamente pontuada pela sociedade da transparência, é uma ilusão. As plataformas digitais criam o ambiente em que usuários operam, manipulando e estruturando de maneira que as escolhas feitas pelos usuários, foram previamente desenvolvidas para que sejam frutos da própria escolha da plataforma, elas estruturam suas plataformas para que induza a captação e divulgação de dados, sem que os usuários percebam.

Os algoritmos utilizados na elaboração dos ambientes virtuais, usam e abusam de reações fisiológicas do corpo humano, ativando diversas áreas do cérebro humano, focando principalmente nas nossas emoções e na liberação de dopamina, o hormônio do prazer, tendo unicamente o intuito de criar um modelo de extração de atenção infinita conseguindo reorganizar os algoritmos para captar as informações necessárias, que levam a maior permanência em suas redes.

Ao estruturar o ambiente tendo como princípio a manipulação do usuário, são abertas inúmeras brechas para a invasão e a disseminação de dados pessoais, uma vez que a segurança e a proteção de seus dados, não é o foco. Em uma pesquisa realizada pela IBM demonstra que de 550 empresas participantes do estudo de custo da violação de dados de 2022. (IBM, 2022)

O crescimento de usuários na internet, tem sido um “trend topic”, visto que métricas de usuários são surpreendentes, no relatório “Digital 2021: Global Overview Report” revela quase meio bilhão de novos

usuários de mídia social. 1,3 bilhões de anos gastos pelos usuários na internet e trilhões de dólares gastos em comércio eletrônico:

População: a população mundial era de 7,83 bilhões no início de 2021. As Nações Unidas informam que esse número está crescendo atualmente 1% ao ano, o que significa que o total global aumentou em mais de 80 milhões de pessoas desde o início de 2020.

Celular: 5,22 bilhões de pessoas usam um telefone celular hoje, o equivalente a 66,6% da população total do mundo. Os usuários móveis únicos cresceram 1,8% (93 milhões) desde janeiro de 2020, enquanto o número total de conexões móveis aumentou em 72 milhões (0,9%), atingindo um total de 8,02 bilhões no início de 2021.

Internet: 4,66 bilhões de pessoas em todo o mundo usam a internet em janeiro de 2021, um aumento de 316 milhões (7,3%) desde o ano passado. A penetração global da internet agora é de 59,5%.

Mídias sociais: existem agora 4,20 bilhões de usuários de mídia social em todo o mundo. Esse número cresceu 490 milhões nos últimos 12 meses, entregando um crescimento anual de mais de 13%. O número de usuários de mídia social agora equivale a mais de 53% da população total do mundo. (Kemp, 2021)

Ademais, a pesquisa revela que entre os brasileiros, colombianos e sul-africanos são gastos uma média de mais de 10 horas por dia online, e cerca de 45% dos usuários globais de internet dizem que recorrem às redes sociais pelo menos 1 vez por mês para buscar informações sobre produtos e serviços que estão pensando em comprar, aumentando consideravelmente entre as faixas etárias mais jovens.

Entre as facilidades que o mundo virtual proporcionou para a sociedade, está o e-commerce, o qual é um modelo de vendas que se baseia na internet, podendo comercializar diversos tipos de produtos e serviços. O e-commerce engloba diversos canais, como celulares, aplicativos, computadores e até suas lojas virtuais, ao perceber a tendência de vendas,

as empresas adequaram seus modelos de negócios para adentrar nessa nova tendência.

Em relatório anual, “Deloitte’s 2019 global mobile consumer survey”, se torna preocupante o fato de que os consumidores têm compartilhado diversos dados, e em muitas vezes, sem estar cientes dos termos e condições. A pesquisa pontua, que na Europa, mesmo após a vigência da GDPR, a qual tem como objetivo facilitar aos usuários o entendimento de como seus dados são utilizados, o volume e o alcance dos dados que os consumidores partilham, cresceu na maioria dos países. Talvez o real motivo da falta de importância que o usuário tem com seus dados, e a possível utilização deles por terceiros seja, a comodidade e o sentimento de segurança que os ambientes virtuais proporcionam, e é altamente incentivada nas empresas digitais para estruturar suas plataformas. (Deloitte, 2022)

Sendo assim, ao analisar os resultados supracitados, pode-se perceber que a medida que o comportamento dos usuários mudam, é necessário que o modelo do comércio digital realize modificações, para acompanhar as tendências de mercado. Dessa forma, como o mundo digital busca entregar a facilidade ao usuário, para que o consumo permanecesse no mesmo caminho, o próximo passo seria a flexibilização dos meios de pagamento, como por exemplo o PIX, uma forma de realizar transações financeiras instantâneas, inaugurado no final de 2020 pelo Banco Central, o QR Code, um código bidimensional, ao ser escaneado por um dispositivo encaminha o usuário para realizar o pagamento pelo app, ou até o encaminhar para uma conversa em um aplicativo.

Ao analisar diversas pesquisas e os dados coletados, pode-se concluir, que o comércio digital é uma tendência prevista para a geração presente e as futuras, sob forte influência da pandemia do COVID-19, e a necessidade estridente de isolamento resultando na migração para o ambiente virtual, a adaptação à sociedade da informação foi amplamente necessária. O desenvolvimento desse novo mundo é necessário para o futuro da sociedade, uma vez que as revoluções advindas da tecnologia trazem melhoria na qualidade de vida, aumento da produtividade, além de contribuir para revolução da medicina.

Uma vez que o incessante desenvolvimento das tecnologias, e a criação da sociedade da informação, tem ensejado a constante necessidade da adequação das empresas a Lei Geral da Proteção de Dados, uma vez que, com o enorme tráfego de dados pessoais, as chances de vazamento e apropriação indevida de informações de cunho pessoal se torna relevante.

Dessa forma, as políticas de adequamento e o correto processamento dos dados pessoais dos consumidores, acompanhando o ciclo do tratamento dos dados na empresa, desde a sua entrada, até maneira que ele será descartado precisa ser pensado e informado de forma precisa.

Os incentivos do governo financiam o mundo, talvez a verdadeira solução desses problemas seja uma reestruturação financeira, uma vez que não há razões fiscais para que as empresas mudem, é necessária uma regulamentação adequada a realidade atual. Nós quase não temos lei sobre a privacidade digital, - taxar a coleta e movimentação de dados, da mesma forma que se paga uma conta de água – as empresas seriam taxadas pela quantidade de ativos de dados que possuem, criando assim um motivo para não se obter todos os dados do mundo.

Assim, resta analisar a estrutura organizacional da sociedade digital, para promover a adequação temporal da legislação, a fim de garantir o ideal tratamento de dados do usuário promovendo a revogação das leis ineficazes e evitar a dessuetude, promovendo harmonia legislativa no ambiente jurídico

Ao analisar a estrutura organizacional da sociedade digital, pode se notar que ela está em constante evolução. A organização da sociedade se caracteriza pela conectividade e alto fluxo de informações, facilitando e permitindo a comunicação e interação entre os indivíduos de forma rápida, global e sem fronteiras.

No artigo “A Sociedade da informação e seus desafios” o autor Jorge Werthein, utiliza a obra de Manuel Castells, “A Sociedade em Rede” trazendo a organização da sociedade atual da seguinte forma:

- A informação é sua matéria-prima: as tecnologias se desenvolvem para permitir o homem atuar sobre a informação propriamente dita, ao contrário do passado quando o objetivo dominante era utilizar informação para agir sobre as tecnologias, criando implementos novos ou adaptando-os a novos usos.
- Os efeitos das novas tecnologias têm alta penetrabilidade porque a informação é parte integrante de toda atividade humana, individual ou coletiva e, portanto todas essas atividades tendem a serem afetadas diretamente pela nova tecnologia.

- Predomínio da lógica de redes. Esta lógica, característica de todo tipo de relação complexa, pode ser, graças às novas tecnologias, materialmente implementada em qualquer tipo de processo.
- Flexibilidade: a tecnologia favorece processos reversíveis, permite modificação por reorganização de componentes e tem alta capacidade de reconfiguração.
- Crescente convergência de tecnologias, principalmente a microeletrônica, telecomunicações, optoeletrônica, computadores, mas também e crescentemente, a biologia. O ponto central aqui é que trajetórias de desenvolvimento tecnológico em diversas áreas do saber tornam-se interligadas e transformam-se as categorias segundo as quais pensamos todos os processos.(Wertheim, 2000)

A sociedade em rede, possui como matéria-prima, a informação, a qual se rege pelo rápido fluxo de informações, as propagando rapidamente e possibilitando que as decisões sejam tomadas de maneira rápida, e muitas vezes, talvez, inequívoca. O sistema horizontal da sociedade faz com que as informações fluam de maneira facilitada, uma vez que é menos hierárquica, facilitando a troca de ideias, as quais são distribuídas em diversos pontos de rede, incentivando a colaboração e participação ativa dos usuários, permitindo que os usuários contribuam com conteúdo.

O termo “Capitalismo da Vigilância”, é altamente ligado ao termo sociedade em rede, e traz à tona um novo sistema econômico, baseado no capitalismo, ele se refere a prática das empresas em coletar, analisar e monetizar os dados pessoais dos usuários em larga escala, sob a crença de lucro a todo custo. As empresas de tecnologia utilizam seus algoritmos avançados e técnicas de análise de dados para extrair informações dos usuários e vender a anunciantes e empresas interessadas, direcionando e centralizando a publicidade nos perfis que geram uma maior compatibilidade com o produto, influenciando o comportamento do consumidor.

As empresas obtêm lucro pelo rastreamento infinito de dados, monitorando os usuários por meio das empresas de tecnologia das quais tem o modelo de negócio baseado na garantia de que os anunciantes terão

o máximo de sucesso. É um novo tipo de mercado que negocia exclusivamente o futuro da humanidade.

Em relação aos possíveis riscos em que a falta da adequação das leis na relação usuário final e empresa estão entre eles, a impossibilidade de os usuários finais medirem os riscos futuros da sua escolha em relação a utilização e divulgação de seus dados. Mesmo que lendo a política de privacidade, ainda continuam sendo a parte mais fraca nessa relação devido a menores conhecimentos comparando-os as empresas. Além disso, devido ao controle do ambiente digital as empresas podem induzir emoções e limitações cognitivas dos utilizadores finais não só para induzir a divulgação, mas também moldar o comportamento, por fim os dados que as empresas recolhem dos usuários finais podem ter efeitos externos significativos sobre terceiros que podem nem sequer ser utilizadores do site.

Ao oferecer a possibilidade de personalização das experiências, serviços e produtos, atendendo às preferencias individuais dos usuários, as plataformas utilizam-se dessa funcionalidade para manipular o ambiente virtual, fazendo com que as diversas opções disponibilizadas, são frutos de suas próprias escolhas, dito isso as empresas criam o ambiente em que o usuário opera, estruturando suas próprias condições de escolha, sem que os usuários percebam elas estruturam suas plataformas para que induza sua captação e divulgação.

É fato que a sociedade da informação possui seus malefícios e benefícios. Deste modo, vale destacar como malefício o desemprego associado perda de qualificação em razão da automação, a privacidade, pela sua reconfiguração e a invasão do que antes era tratado como espaço individual. Quando se trata do tratamento de dados pessoais de pessoas naturais ou jurídicas, pode-se notar que mesmo com o rápido desenvolvimento da inteligência artificial e a automatização de diversos processos, esse processo poderia ser mais rápido no entanto, tem-se a impressão de que esse processo é “segurado”, tendo em vista a necessidade da sociedade progredir e romper suas barreiras, desenvolvendo o ensino e competências da população para que não entre em decadência, por não conseguir se adequar as relações comerciais gerando o desemprego tecnológico e a desqualificação do trabalho.

Logo, por mais que os malefícios sejam o alvo da discussão, é incontestável que esse desenvolvimento trouxe diversos benefícios, tais como a possibilidade de conectividade e comunicação, a facilidade no acesso ao conhecimento e a educação, quebrando barreiras, além da

eliminação de fronteiras entre os continentes, garantindo um incremento nas cadeias de valores globais, portanto é necessário focar em encontrar a maneira correta de mantê-los balanceados. Sendo assim, para que o desenvolvimento e fortalecimento das redes ocorra da melhor forma para os usuários finais, é necessário expandir os horizontes em busca de possíveis parcerias e políticas de cooperação em todo o mundo.

A privacidade sempre foi considerada um direito fundamental e um elemento essencial para a preservação da dignidade e autonomia individual. No entanto, com o avanço exponencial da tecnologia, na atual era da internet e da sociedade em rede, a noção de privacidade tem sido amplamente discutida. A interconectividade digital e as práticas invasivas de vigilância acabam levantando diversas questões a respeito do impacto da privacidade na nova sociedade. Exploraremos, neste subcapítulo, as transformações e dilemas que a privacidade traz, buscando analisar suas múltiplas dimensões e examinar um equilíbrio entre a proteção da privacidade e os interesses pessoais têm se tornado uma grande preocupação no mundo contemporâneo.

Nos primórdios a privacidade era relacionada apenas a interferências físicas, na vida e na propriedade. Com o passar dos anos e as mudanças políticas, econômicas e sociais o conceito passou a mudar e abranger outras áreas da vida, Artigo "The Right to Privacy", argumenta a favor da criação de uma proteção para a privacidade como direito fundamental, podendo garantir proteção em diversas áreas, como por exemplo, a liberdade de não ser monitorado sem consentimento, a proteção contra divulgação de informações sensíveis, fornecer o controle do uso de suas informações pessoais, assegurando ao indivíduo a liberdade de viver sua vida pessoal, estabelecendo autonomia e respeito a intimidade. (Warren; Brandeis, 1890)

No entanto, o princípio da privacidade merece um debate contínuo para encontrar um equilíbrio entre a proteção da privacidade pessoal e o avanço da tecnologia. A medida que a evolução tecnológica traz diversas mudanças significativas em relação a forma que nos comunicamos, interagimos e compartilhamos informações, significa uma nova necessidade de reconfiguração das normas e valores sociais. Sob o ponto de vista da privacidade, a coleta e o uso massivo de dados, como já discutido no presente artigo, se configura como um dos principais desafios, na atualidade, assim como a vigilância em massa a qual transforma amplamente a noção de intimidade e vida privada.

Assim como abordado na introdução do presente capítulo, a privacidade na atualidade se tornou um conceito maleável, ele muda de acordo com a situação que é aplicado, o conceito é moldado por fatores sociais, culturais e histórico. A privacidade é composta por diversas dimensões, sendo assim, o que é considerado privacidade em uma sociedade, pode não ser considerado em outra, estando em contante evolução de acordo com as mudanças sociais e tecnológicas.

Tendo como fundamento a obra sociedade em rede de Manuel Castells, a privacidade é um dos principais fatores que influenciam a forma de como as pessoas interagem e se conectam na sociedade em rede, além de influenciar fortemente na forma em que as pessoas se relacionam com a tecnologia, o autor argumenta que a privacidade é um dos principais fatores que influenciam a forma com que as pessoas se relacionam com o governo e com as instituições sociais.

Dessa forma, não há outra maneira de proteger a privacidade da sociedade sem reconfigurar completamente o conceito criado nos primórdios, uma vez que o conceito é moldado por fatores sociais, culturais e histórico, e o capitalismo de vigilância é um fenômeno que não possui precedentes, dessa forma, se torna impossível se basear em acontecimento ou contexto histórico, estamos diante de uma nova realidade, sem precedentes.

O *Fiduciary Model of Privacy*, é um modelo social, que tem sua estrutura baseada em deveres fiduciários, os quais tem como objetivo padronizar o tratamento de dados pessoais de todos aqueles que possuem acesso. Tornando essencial que as empresas utilizem os dados de seus usuários devem se adequar a relação entre um fiduciário e o beneficiário em nome de quem ele atua. O fiduciário aceita as responsabilidades legais por dentro de deveres de cuidado, lealdade, boa-fé e confidencialidade, buscando o melhor interesse de outra pessoa ou entidade. Tal teoria, deixa claro que o controlador de dados - seja ele uma empresa de tecnologia, plataforma digital, médico ou advogado - é visto como fiduciário da informação pessoal daquele que concebeu tais dados, e tem como obrigação proteger e agir de acordo com o interesse dos usuários, e não de seus próprios interesses comerciais. (Balkin, 2020)

Além disso, o modelo fiduciário tem como base a proteção dos usuários finais, os quais são classificados como a parte mais fraca, uma vez que possuem enorme disparidade de conhecimentos e falta de capacidade em dirimir os futuros riscos e danos causados pela coleta, uso e dissipação dos seus dados. O autor tem como intuito garantir que as empresas tratem

os dados pessoais de maneira responsável e segura, estabelecendo padrões de segurança e privacidade para proteger os dados pessoais dos usuários.

Ao seguir o modelo as empresas podem garantir que estejam cumprindo as leis de privacidade e proteção de dados aplicáveis, ajudando a garantir que os usuários possam confiar nas empresas, oferecendo maior transparência em como o tratamento dos dados está sendo efetuado, maior segurança ao exigir que todos os terceiros anexados a empresa cumpram os padrões de segurança rigorosos, ajudando a reduzir o risco de vazamento de dados e outras violações de segurança, além de conferir maior controle em como as informações serão utilizada, ao garantir que os dados não sejam utilizados de forma abusiva, a aplicação desse princípio não só as empresas, mas também em terceiros que de alguma forma irão participar do ciclo dos dados pessoais do usuário final.

Ao analisar o modelo fiduciário de privacidade, pode-se notar que além dos três princípios básicos em que o modelo se baseia, o princípio da transparência se torna um auxiliar, uma vez que não é possível exercer os princípios de Cuidado, Confidencialidade e Lealdade, sem que exista transparência da empresa com seus usuários finais. Por mais que o modelo fiduciário de privacidade se baseie em seus três princípios supracitados, pode-se entender que o princípio da transparência faz um papel fundamental nas entrelinhas de cada princípio, uma vez que para a efetiva aplicação de cada um deles, é necessário que as empresas busquem agir com cautela e responsabilidade na coleta das informações, garantindo a troca de informações com os usuários a respeito do funcionamento interno da empresa em relação aos seus dados pessoais, e de forma sucinta, conscientizar a respeito da importância dos termos e condições, além de informa-los a cada alteração.

O modelo defende que a empresa deve-se basear em três pilares, sendo eles, confidencialidade, lealdade e o cuidado com os dados dos usuários finais, os quais serão explicados detalhadamente. O princípio da confidencialidade se baseia na proteção dos dados pessoais dos indivíduos pelo fiduciário, com o intuito de que não ocorra divulgação de dados que não foram autorizadas. A empresa responsável por todo o ciclo do tratamento de dados deve garantir que as informações compartilhadas por seus usuários não devem ser acessadas, compartilhadas ou vendidas para terceiros sem o conhecimento dos titulares. Os dados devem ser mantidos seguros contra possíveis vazamentos e acessos não autorizados, evitando assim que ocorra o uso indevido dessas informações para fins além dos que foram autorizados pelos usuários.

Já o princípio da lealdade parte da premissa de que os fiduciários devem agir de forma ética e transparente em benefício dos titulares dos dados, a empresa que os coleta deve agir sempre com boa-fé e evitar conflitos de interesse que possa prejudicar a privacidade dos usuários. Além disso, a lealdade também se relaciona com o princípio da transparência da empresa com o tratamento dos usuários finais, exigindo que os fiduciários informem de maneira clara aos usuários como eles serão utilizados, quais as informações serão coletadas, por quanto tempo serão mantidas e como serão descartadas. Significa que as companhias digitais não podem manipular os usuários finais ou trair sua confiança.

Por fim, o princípio do cuidado significa que o fiduciário deve proteger os dados pessoais com responsabilidade, adotando medidas de segurança adequadas para evitar a perda, roubo e o acesso não autorizado aos dados. Além disso, o princípio requer a implementação de políticas e procedimentos que garantam a conformidade com a Lei de Proteção de Dados e a adoção de boas práticas para minimizar os riscos de violação da privacidade dos usuários.

Em conclusão, o modelo debatido no presente capítulo é inovador e relevante para compreender a dinâmica entre os indivíduos que fornecem informações as empresas que coletam e processam dados pessoais. O modelo destaca a importância da transparência, do consentimento informado e da responsabilidade na gestão dos dados pessoais do usuário, na relação fiduciário/beneficiário, enfatizando a necessidade de equilibrar os interesses da empresa com o direito e expectativas do indivíduo. Ademais, podemos compreender que a transparência é um elemento chave para construir confiança e permitir que a humanidade tenha direito de ter controle sobre seus dados pessoais e tomem decisões informadas sobre seu compartilhamento, além de desempenhar um papel fundamental no cumprimento das leis e regulamentos da proteção de dados, promovendo assim uma proteção efetiva da privacidade na era digital.

Em suma, o *Fiduciary Model of Privacy* busca enfatizar a transparência e a confiança como pilares fundamentais para a reação fiduciária, oferecendo uma base sólida para a construção de políticas e práticas que preservem os direitos individuais e a dignidade humana em um mundo cada vez mais regido por algoritmos e robôs sem humanidade.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou desenvolver e apresentar a temática relacionada a transparência, quando se trata da proteção dos dados pessoais. Buscando caminhos para o preenchimento da lacuna legislativa no Brasil, e quais os impactos da privacidade no âmbito econômico e jurídico.

Inicialmente, tratamos sobre a criação da sociedade digital, e os desafios presentes devido a falta de precedentes na criação das leis para esse novo universo, partindo do rápido desenvolvimento tecnológico, e a dificuldade de alcançar os parâmetros econômicos que acabam impulsionando a sociedade digital.

Foi possível verificar que a sociedade está passando por um momento único, em que as mudanças e evoluções jamais foram vistas na história do mundo. Ademais, pode-se notar que tais mudanças tem causado diversos prejuízos em relação aos dados pessoais de todos os usuários da internet, por meio de dados coletados na presente pesquisa, as invasões e rupturas de softwares para a obtenção de dados, nunca esteve tão presente.

Em seguida, investiguei sobre a organização social da sociedade digital e como ela se caracteriza. Como fruto das investigações, pode-se dizer que organização da sociedade se caracteriza pela conectividade e alto fluxo de informações, facilitando e permitindo a comunicação e interação entre os indivíduos de forma rápida, global e sem fronteiras.

Ademais, nota-se que o princípio da privacidade merece um debate contínuo para encontrar um equilíbrio entre a proteção da privacidade pessoal e o avanço da tecnologia. A medida que a evolução tecnológica traz diversas mudanças significativas em relação a forma que nos comunicamos, interagimos e compartilhamos informações, significa uma nova necessidade de reconfiguração das normas e valores sociais.

Sob o ponto de vista da privacidade, a coleta e o uso massivo de dados, como já discutido no presente artigo, se configura como um dos principais desafios, na atualidade, assim como a vigilância em massa a qual transforma amplamente a noção de intimidade e vida privada.

No terceiro capítulo, pode-se concluir que entender a dinâmica entre os indivíduos que fornecem informações as empresas que coletam e processam dados pessoais, é um fator preponderante para a evolução legislativa. O modelo fiduciário, o qual é amplamente estudado no presente artigo, destaca a importância da transparência, do consentimento informado e da responsabilidade na gestão dos dados pessoais do usuário,

na relação fiduciário/beneficiário, enfatizando a necessidade de equilibrar os interesses da empresa com o direito e expectativas do indivíduo.

Ademais, podemos compreender que a transparência é um elemento chave para construir confiança e permitir que a humanidade tenha direito de ter controle sobre seus dados pessoais e tomem decisões informadas sobre seu compartilhamento, além de desempenhar um papel fundamental no cumprimento das leis e regulamentos da proteção de dados, promovendo assim uma proteção efetiva da privacidade na era digital.

Em suma, o “Fiduciary Model of Privacy” busca enfatizar a transparência e a confiança como pilares fundamentais para a reação fiduciária, oferecendo uma base sólida para a construção de políticas e práticas que preservem os direitos individuais e a dignidade humana em um mundo cada vez mais regido por algoritmos e robôs sem humanidade.

Por fim, buscou-se pesquisar as correlações do modelo fiduciário com a lei geral da proteção de dados, a fim de encontrar pontos a serem melhorados, e incluir na legislação brasileira para chegar ao ideal tratamento de dados do consumidor.

Sendo assim, partindo do crescente número de usuários na internet, os dados tornaram-se sinônimo de riqueza, uma vez que as empresas têm utilizado como estratégia para seus negócios a captação de dados, utilizando seus algoritmos para mapear o comportamento de seus usuários ampliando o alcance de suas plataformas e tornando a cada dia mais irresistíveis, além de vender as informações captadas para anunciantes, tornando assim os dados pessoais dos usuários finais como fonte de renda. Dessa forma, com o horizonte próximo da criação de um metaverso e a vida que viveremos digitalmente, a urgência do regulamento e a necessidade de atenção aos pontos citados no presente artigo, são de extrema importância.

Com a obrigação entre fiduciários, as companhias passarão a operar de acordo com as obrigações fiduciárias discutidas no presente artigo, se criará um efeito dominó, obrigando qualquer companhia que queira utilizar dos dados coletados a adotar as mesmas medidas, uma vez que, devido ao enorme fluxo e captação de dados, se tornará impossível saber qual dado possui obrigações fiduciárias e qual não.

Por fim, o Estado tem um papel extremamente complexo, tendo que estabelecer fronteiras nessa relação econômica e jurídica, buscando a preservação dos direitos de cada usuário presente nessa nova sociedade. As organizações podem alavancar as regulações para a obtenção de uma vantagem competitiva no uso desses dados, com um planejamento correto

e a aplicação de boas práticas de privacidade. Para tanto, as empresas terão de demonstrar conformidade e responsabilidade em relação às leis em vigor, a fim de aumentar o nível de confiança de todos os seus públicos de relacionamento.

4 REFERÊNCIAS

BALKIN, Jack M. To Reform Social Media, Reform Informational Capitalism. 2021. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3925143>. Acesso em: 20 jul. 2023.

BALKIN, Jack M. Information fiduciaries and the first amendment. **University of California Davis Law Review**. vol. 49, n. 4, abr. 2016. p. 1183-1234. Disponível em: https://lawreview.law.ucdavis.edu/issues/49/4/Lecture/49-4_Balkin.pdf.

BALKIN, Jack M. The Fiduciary Model of Privacy. **Harvard Law Review**. vol. 134, n. 1, nov. 2020. p. 23. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3700087.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasil: Planalto, 2014. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm Acesso em: 20 ago. 2023.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasil: Planalto, 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm Acesso em: 20 ago. 2023.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 20 ago. 2023.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede**. Trad. Roneide Venancio Majer. 21aed. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

NIC.BR. **Portal de Dados do Cetic.br - DataCetic**. Portal de Dados do Cetic.br - DataCetic. Disponível em: <<https://data.cetic.br/explore/>>. Acesso em: 5 ago. 2023.

Deloitte's 2019 global mobile consumer survey. Deloitte Insights. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/telecommunications/global-mobile-consumer-survey-2019.html>>. Acesso em: 20 jul. 2023.

FELIPE, Bernardo ; LINS, Estellita. Claudionor Rocha Consultor Legislativo da Área de Segurança Pública e Defesa Nacional. **A evolução da Internet: uma perspectiva histórica**. [s.l.: s.n., s.d.]. Disponível em: <http://www.belins.eng.br/ac01/papers/aslegis48_art01_hist_internet.pdf>.

HAN, Byung-Chul. **Infocracia: digitalização e a crise da democracia**. Editora Vozes, 2022.

LANNES, Yuri Nathan da Costa. **Privacidade e Proteção de dados: qual o custo?**, São Paulo: Dialética, 2013.

REIDENBERG, Joel R. Lex informatica: The formulation of information policy rules through technology. (“CONFLICTO DE LEYES EN LA INTERNET: UN ESPACIO DE OPORTUNIDADES ... - SciELO”) **Texas Law Review**, v. 76, 1997, p. 553,. Disponível: https://ir.lawnet.fordham.edu/faculty_scholarship/42/

IBM SECURITY, PONEMON INSTITUTE LCC. **Relatório de custo da violação de dados de 2022**. Traverse City, Michigan, USA, 2022. Disponível em: <https://www.ibm.com/downloads/cas/NNZMWXZL>.

RICHARDSON, Rashida; SCHULTZ, Jasan M.; CRAWFORD, Kate. Dirty datas, bad predictions: How civil rights violations impact police data, predictive policing systems, and justice. **New York University Law Review Online**. New York. v. 94, n. 2, mai. 2019, p. 15-55,. Disponível em: https://www.nyulawreview.org/wpcontent/uploads/2019/04/NYULawReview-94-Richardson_etal-FIN.pdf

SLIDESHARE EMBED ISSUES — DATAREPORTAL – GLOBAL DIGITAL INSIGHTS. **DataReportal – Global Digital Insights**. DataReportal – Global Digital Insights. Disponível em: <https://datareportal.com/slideshare-embed-issues>. Acesso em: 20 jul. 2023.

PEIXOTO, Erick Lucena Campos; EHRHARDT JÚNIOR, Marcos. Breves notas sobre a ressignificação da privacidade. **Revista Brasileira De Direito**

Civil, v. 16, abr. jun. 2018, p. 35. Disponível em:
<https://rbdcivil.emnuvens.com.br/rbdc/article/view/230>. Acesso em: 20 jul. 2023.

WERTHEIN, J. A sociedade da informação e seus desafios. **Ciência da Informação**, v. 29, n. 2, 2000. DOI: 10.18225/ci.inf..v29i2.889 Acesso em: 18 ago. 2023.

ZAEEM, Razieh; K. Suzanne Barber. **The Effect of the GDPR on Privacy Policies: Recent Progress and Future Promise**. (“The Effect of the GDPR on Privacy Policies- Recent Progress and Future ...”) ACM Transactions on Management Information Systems, 2021. Disponível em: The Effect of the GDPR on Privacy Policies: Recent Progress and Future Promise: ACM Transactions on Management Information Systems: Vol 12, No 1. Acesso em: 18 abril. 2022

FINKELSTEIN, Maria Eugenia; FINKELSTEIN, Claudio. PRIVACIDADE e LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS. **Revista de Direito Brasileira**, v. 23, n. 9, p. 284–301, 2019. Disponível em:
<<https://indexlaw.org/index.php/rdb/article/view/5343/4545>>. Acesso em: 12 ago. 2023.