

**XXX CONGRESSO NACIONAL DO
CONPEDI FORTALEZA - CE**

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

ANDRINE OLIVEIRA NUNES

EDITH MARIA BARBOSA RAMOS

RICARDO PINHA ALONSO

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] Organização CONPEDI

Coordenadores: Andrine Oliveira Nunes; Edith Maria Barbosa Ramos; Ricardo Pinha Alonso. – Florianópolis: CONPEDI, 2023.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-812-7

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Saúde: Acesso à justiça, Solução de litígios e Desenvolvimento

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito e Globalização. 3. Responsabilidade nas relações de consumo. XXX Congresso Nacional do CONPEDI Fortaleza - Ceará (3; 2023; Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



XXX CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI FORTALEZA - CE DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

Os trabalhos apresentados se relacionam com as pesquisas cuja temática envolve os estudos sobre “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo” e foram apresentados no Grupo de Trabalho, no XXX Congresso Nacional do CONPEDI, em Fortaleza, no dia 17 de novembro de 2023. Os trabalhos renderam debates profundos e profícuos, valendo a leitura de cada linha e cada provocação que apresentam.

São dezesseis artigos que, em grande medida, contém reflexões no sentido de reconhecer a necessidade de proteção do consumidor no ambiente tecnológico e ainda pouco conhecido, especialmente quanto aos efeitos que podem atingir negativamente as relações de consumo e o próprio consumidor, destinatário da proteção jurídica, inclusive de índole constitucional.

Destacam-se entre os excelentes trabalhos, várias pesquisas em que são analisadas a publicidade enganosa na internet e os impactos que produzem nas relações consumeristas.

Outro eixo também contou com vários trabalhos, qual seja, a necessidade da proteção de dados do consumidor no ambiente digital. Nesse sentido, trabalhos abordam a importância da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e sua efetiva implementação.

Também há trabalhos voltados à análise da proteção ao consumidor contra práticas conhecidas como obsolescência programada, com estudos jurisprudenciais a respeito dessas práticas, em especial, do Tribunal de Justiça de São Paulo, que revelam a necessidade de avanços de compreensão e aplicação do instituto. Nesse mesmo sentido, a leitura dos textos permitirá a percepção da necessidade de cuidado com o meio ambiente, degradado pelo excesso de resíduos sólidos e a proposição de uma economia circular, com aplicação de mecanismos da lógica reversa, reciclagem e reutilização.

A inovação também esteve presente, e isso se constata com trabalhos em que se pode vislumbrar a relação entre a economia disruptiva, o consumismo do compartilhamento e as relações de consumo. Tecnologias surgem a todo o momento permitindo novas formas de relações de consumo a chamar a atenção do pesquisador. Também como resultado da tecnologia, surgem os influenciadores digitais como elementos de alterações nas relações de consumo, especialmente no tocante à responsabilidade desses novos agentes de mercado.

A necessária atenção para a regulamentação da personalização algorítmica também se faz presente, tanto quanto com a Teoria do Desvio Produtivo, da autodeterminação informativa nos contratos “on line”.

Por fim, registre-se que o fenômeno do superendividamento teve espaço na presente obra com abordagem peculiar e propositiva.

Todos os temas apresentados, sob óticas distintas, deitam preocupação com a realidade que se impõe diante de todos, de vivermos diante de instrumentos tecnológicos fornecidos pela internet e as conexões que a rede proporcionou, com muitos efeitos positivos e, naturalmente, com outros que preocupam as sociedades modernas.

É necessário reconhecer que as relações pessoais, sociais, empresariais e públicas sofreram, nas últimas décadas, profundos impactos provenientes de sistemas e instrumentos tecnológicos e inovadores. E, tal movimento disruptivo continua em curso como novas ferramentas surgindo a cada dia, a cada hora. A importância dos trabalhos apresentados é inegável na medida em que levantam questões relevantíssimas diante de novo e, em parte, desconhecido mundo em que vivemos.

Os trabalhos são ricos e tratam com a devida profundidade questões de extrema importância teórica e prática da otimização das relações pessoais, negociais e profissionais no mundo que passa por constantes e abismais mudanças. Recomendamos, pois, a leitura atenta dos trabalhos.

O PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA E O MODELO FIDUCIÁRIO DE PROTEÇÃO DE DADOS NO BRASIL

THE TRANSPARENCY PRINCIPLE AND THE FIDUCIARY MODEL OF DATA PROTECTION IN BRAZIL

Yuri Nathan da Costa Lannes
Maria Julia Mateus Vianna Alves Ferreira
Tainá Aguiar Junquillo

Resumo

Este artigo busca compreender a 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 Problema proposto se concentra, neste contexto, em esclarecer se o modelo fiduciário atende às diretrizes da LGPD e se seria viável a implementação de uma política pública de proteção de dados, e quais são os limites para utilização dos dados pessoais pelas empresas. 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 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, Políticas públicas, Direito digital, Lei geral de proteção de dados, Proteção de dados

Abstract/Resumen/Résumé

This article aims to understand the compliance assessment of companies with 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, comprehend the fiduciary model of privacy, and the data protection policies that companies should adopt in accordance with the LGPD. The proposed problem, in this context, focuses on clarifying whether the fiduciary model aligns with LGPD guidelines and whether the implementation of a public data protection policy would be feasible, as well as what the limits are for companies use of personal data. The study employs a deductive method and utilizes techniques of bibliographic research to investigate these issues. The research seeks to contribute to the understanding of the legal and practical implications of LGPD on company operations, emphasizing the importance of compliance with data privacy standards and its impact on consumer relations.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Fiduciary model of privacy, Public policies, General data protection law, Digital law, Data protection

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 da compreensão de quais os resultados são obtidos, bem como 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 estão a cada dia maiores.

Neste contexto, os avanços e desafios trazidos pela sociedade digital começaram a chegar 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 (Carvalho, 2006).

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.

Os inúmeros desafios trazidos pelo mundo virtual tiveram início no país com a comercialização da internet em 1994. Desde a primeira lei criada no Brasil com o intuito de proteger seus usuários e passar a regular tal ambiente, o Marco Civil da Internet em 2010, vieram em seguida um conjunto regulatório que ficou conhecido como constitucionalismo digital, do qual fazem parte regulações como: a Lei de Acesso à Informação (2016), a Lei Geral da Proteção de Dados (2020), a Lei de Governo Digital (2021), o Marco Legal das Startups (2021). Ainda assim, são notáveis a demora e a deficiência legislativa na regulamentação das inúmeras consequências da 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 as grandes empresas que atualmente dominam o mercado de captura e armazenamento de dados pessoais da população mundial, 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 na 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. Diante do contexto da sociedade da informação, é fundamental 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 aborda 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 a 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 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 Os novos desafios da Sociedade Digital

A era digital é marcada pela constante evolução e a sociedade se encontra imersa em um complexo cenário repleto de desafios inéditos e inesperados. À medida que a tecnologia toca cada aspecto de nossas vidas, desde a forma como nos comunicamos até como moldamos nossas identidades, surge a necessidade premente de compreendê-la e abordar as implicações sociais, éticas e políticas dessa revolução digital. Assim, inicialmente, se propõe apresentar os pressupostos desta discussão a respeito da transparência e o modelo fiduciário de proteção de dados.

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. 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, aumentando a participação social no acesso à informação e democratizando a produção de conteúdos.

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 pelos usuários sobre como tratar de modo adequado e informado seus dados (Han, 2022).

No entanto, tem sido construída uma falsa imagem da transparência na sociedade digital. Embora se incentive a visão de transparência como um princípio fundamental, esta não é valorizada pelas grandes empresas que coletam e utilizam dados pessoais. Nesse sentido, a sensação de liberdade de escolha, amplamente pontuada pela sociedade da transparência, é uma ilusão. As plataformas digitais criam ambientes em que usuários operam, manipulam e estruturam a maneira como são feitas as escolhas dos usuários. Os algoritmos em geral são

desenvolvidos 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.

Achados da neurociência dão conta de que os algoritmos utilizados na elaboração dos ambientes virtuais, usam e abusam de reações fisiológicas do corpo humano, ativando diversas áreas do cérebro, 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 (Pariser, 2012).

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 dados, não são o foco. Em uma série de pesquisas realizadas pela IBM, de serialidade anual, ajuda a compreender a realidade das empresas na adoção de políticas de proteção de dados e o custo do vazamento de dados. (IBM, 2022)

O crescimento de usuários na internet, tem sido um “trend topic”, visto que métricas de usuários são surpreendentes. O 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 ocorre na internet, por meio da comercialização de 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 (“General Data Protection Regulation”), 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 sejam a comodidade e o falso sentimento de segurança que os ambientes virtuais proporcionam (Deloitte, 2022).

Analisando os dados das pesquisas mencionadas, pode-se perceber que à medida que o comportamento dos usuários muda, 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 permaneça no mesmo caminho, o próximo passo foi 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, eis 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 precisam ser pensados e informados de forma a promover a transparência.

Os incentivos governamentais desempenham um papel crucial no cenário atual. No entanto, é importante considerar que a verdadeira solução para os desafios em questão pode residir em uma reestruturação financeira mais abrangente. Atualmente, não se tem políticas públicas de incentivos fiscais significativos para motivar as empresas a mudarem suas práticas em relação à proteção de dados. Portanto, torna-se imperativa a implementação de regulamentações adequadas à nossa realidade atual.

A proposta de uma taxa sobre a coleta e movimentação de dados, semelhante ao que acontece com os serviços de água, poderia criar um estímulo para que as empresas repensem suas estratégias e evitem a excessiva acumulação de dados. Essa abordagem não apenas promoveria a proteção da privacidade digital, mas também incentivaria práticas mais responsáveis e transparentes no tratamento de informações sensíveis.

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, os dados, os quais se regem pelo rápido fluxo de informações, propagando-as 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, que 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.

O capitalismo de vigilância reivindica de maneira unilateral a experiência humana como matéria-prima gratuita para a tradução em dados comportamentais. Embora alguns dados sejam aplicados para o aprimoramento de produtos e serviços, o restante é declarado como superávit comportamental do proprietário, alimentando avançados processos de fabricação conhecidos como “inteligências de máquina” e manufaturando em produtos de predição que antecipam o que um determinado indivíduo faria agora, daqui a pouco e mais tarde. (Zuboff, 2019, p.20.)

Os algoritmos se desenvolveram ao ponto de criar perfis de acordo com a preferência coletada de cada usuário, criando assim um catálogo com seções e preferências específicas de cada usuário, atualizando e rastreando as suas preferências, facilitando a venda para terceiros, sendo assertivos na venda dos dados solicitados pelo terceiro. Pode-se entender o motivo que os dados se tornaram sinônimo de riqueza, eles são utilizados de forma estratégica na captação de dados, utilizando-os para mapear o comportamento de seus usuários, ampliando o alcance das plataformas e as tornando essenciais para a captação e a posterior venda aos anunciantes, tornando assim os dados pessoais dos usuários finais como fonte de renda.

No entanto, esse modelo de negócio das empresas é problemático, trabalhamos durante nossas vidas para que possamos ter um estilo de vida ao menos confortável, dessa forma, o foco do problema não é as empresas buscarem lucro, mas sim não possuírem regulamentação e seguirem as regras adequadas ao tratamento de dados, no modelo de negócio atual, elas acabam agindo como ditadoras de suas próprias regras.

Ao partir do princípio de que as empresas estão se regulamentando a autorregulamentação de uma empresa se inadequada, uma vez que não é possível ter a verdadeira noção de que estão adotando voluntariamente práticas e políticas que garantem que as atividades de coleta, uso e compartilhamento de dados estão sendo conduzidas de forma ética e transparente. Diante das perspectivas históricas, a centralização do poder, traz um vício sob a busca da igualdade entre a empresa e o usuário final, uma vez que a elaboração de regimentos com base em seus próprios preceitos, não seguindo uma legislação concreta que proteja ambas as partes, coloca os usuários finais na posição de um elo fraco.

À medida que o estudo a respeito da privacidade do usuário se aprofunda, pode-se ter a consciência de que o usuário não tem a noção de que seus dados podem ser combinados com outros no futuro e possuir informações poderosas, que podem ser utilizadas a favor de terceiros. muitos indivíduos sequer tem conhecimento sobre seus direitos e, às vezes, não possuem a capacidade técnica de avaliar os riscos de danos futuros sobre a coleta de determinados dados, não é possível que assumam as decisões de que a finalidade da coleta é realmente informada ou que são suscetíveis de maximizar o seu bem-estar. Sendo assim, a resposta de um indivíduo sobre um regime de privacidade pode afetar outros que não optaram pela mesma coisa. Os dados recolhidos pelas plataformas podem ter efeitos externos significativos em terceiros que podem nem sequer utilizarem a plataforma. Como as empresas sabem mais sobre uma pessoa determinada, podem também saber mais sobre outras pessoas que são semelhantes ou que estão ligadas.

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 preferências 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.

3 Privacidade e desafios à sociedade e o modelo fiduciário

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 o conceito em constante evolução de acordo com as mudanças sociais e tecnológicas.

Tendo como fundamento a obra sociedade em rede de Manuel Castells (ano), 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 conceito tem como base, 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. Assim, pode-se oferecer 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-se 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.

O modelo fiduciário 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.

Ao analisar o modelo fiduciário de privacidade, pode-se notar que além dos três¹ 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.

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.

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

¹ Jack M. Balkin (2020) citando Eileen A. Scallen, em um manuscrito não publicado, aponta para três princípios, quais sejam, I - Princípio do Dever de Cuidado (Duty of Care); II - Princípio do Dever de Lealdade (Duty of Loyalty); III - Princípio do Dever de Confidencialidade (Duty of Confidentiality). O autor ainda aponta em seu artigo um quarto princípio dever de sinceridade (Duty of Candor).

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.

4 Lei Geral de Proteção de Dados e o Modelo Fiduciário de Privacidade

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.

O modelo fiduciário de a Lei Geral da Proteção de dados são conceitos distintos, o modelo fiduciário de relaciona à confiança, transparência e á gestão de recursos, se aplica em situações em que fiduciário é encarregado de administrar bens e recursos em benefício do fiduciário, tendo um dever legal de agir no interesse do beneficiário. Em contrapartida, A Lei Geral da Proteção de Dados é uma legislação que tem o intuito de proteger a privacidade de dados pessoais no Brasil. A legislação tem como objetivo estabelecer diretrizes sobre como as organizações devem coletar, armazenar, processar e compartilhar dados pessoais, garantindo a privacidade e os direitos dos titulares dos dados.

Embora os conceitos não estejam completamente em conformidade, existem pontos em que eles se relacionam, por exemplo, o modelo fiduciário e a LGPD possuem a transparência e a confiança como elementos-chave. A LGPD preceitua que as organizações devem ser transparentes sobre como os dados pessoais estão sendo tratados, contribuindo para a confiança dos titulares, já no modelo fiduciário, a confiança é fundamental entre o fiduciário e o beneficiário, uma vez que é obrigado a agir de acordo com os interesses do beneficiário.

Ademais, no modelo fiduciário tem o dever legal de proteger os interesses do beneficiário, já na LGPD, a obrigação estabelecida é em relação aos dados pessoais que as organizações coletam e processam. Sendo assim, embora não estejam materialmente correlacionados, ambos compartilham os princípios de confiança, transparência e o dever de proteção, dessa forma, abordaremos princípios do modelo fiduciário que ao serem introduzidos na legislação brasileira introduziriam o início de uma legislação adequada para o contexto

mundial.

O modelo fiduciário, tem como obrigação agir no melhor interesse do beneficiário, ao introduzir o princípio de dever de fidelidade e lealdade, as organizações que coletam e processam os dados pessoais atuam de acordo com o melhor interesse desses dados, incluindo as decisões que beneficiem os indivíduos sob o ponto de vista da privacidade e proteção de dados.

Ao introduzir a confidencialidade e proteção dos interesses do titular, o princípio de confidencialidade se torna fundamental, as organizações adotariam medidas rigorosas na proteção dos dados pessoais dos titulares contra acesso não autorizado e a divulgação desses dados pessoais, garantindo a segurança dos dados e minimização dos riscos de exposição e uso indevido.

Ademais, a prestação de informações e o poder de tomada de decisões serão compartilhados com o beneficiário, garantindo aos titulares maior controle sobre seus próprios dados, proporcionando um empoderamento da vontade do titular, incluindo também a capacidade de consentir ou recusar a coleta e o uso de seus dados, assim como o direito de acessar, corrigir e excluí-los. As organizações teriam como obrigação evitar situações que podem prejudicar os beneficiários, evitando práticas que colocariam suas privacidades e interesses em risco, mesmo que sejam lucrativos para as organizações.

A aplicação do modelo fiduciário de privacidade na legislação brasileira poderia incentivar as empresas a considerar os impactos sociais e éticos de suas práticas de privacidade, sendo assim, a junção dos princípios garantiria um fortalecimento na relação de confiança entre as organizações e os titulares de dados, além de reforçar os direitos e a privacidade dos indivíduos, tendo em vista o fluxo econômico mundial baseado em algoritmos e dados.

5 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 têm 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, se investigou 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.

Na sequência, pode-se concluir que entender a dinâmica entre os indivíduos que fornecem informações as empresas que coletam e processam dados pessoais, são fatores preponderantes 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 deverão 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.

6 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. Acesso em: 20 jul. 2023.

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. Acesso em: 20 jul. 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.

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.

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

CARVALHO, MARCELO SÁVIO REVOREDO MENEZES DE. **A trajetória da Internet no Brasil**: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança [Rio de Janeiro] 2006 XX, 239 p. 29,7 cm (COPPE/UFRJ, M.Sc., Engenharia de Sistemas e Computação, 2006) Dissertação – Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPE

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>.

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.

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

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>.

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

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.

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.

PARISER, Eli. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012

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/ Acesso em: 20 jul. 2023.

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.

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