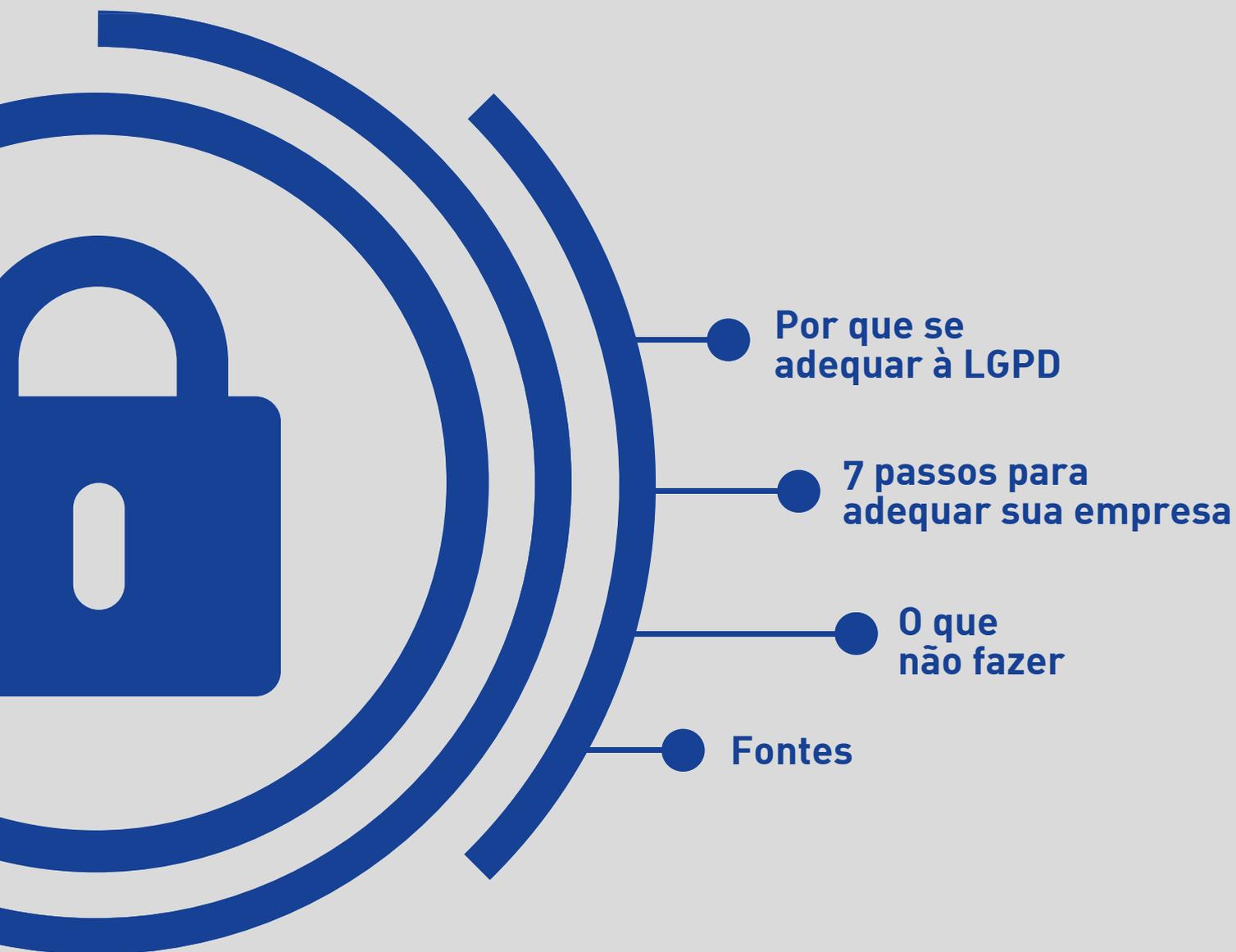


Lei Geral de Proteção de Dados



O que é LGPD?



1. O que é a Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD?



A [Lei nº 13.709/2018](#), conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD, foi editada em agosto de 2018 e regulamenta o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

No Brasil, a privacidade e a intimidade são direitos fundamentais constantes na [Constituição da República](#), de observância obrigatória. A LGPD nada mais que esclarece e regulamenta esse direito fundamental.

As empresas já estão, de certa maneira, acostumadas com alguns aspectos da LGPD, pois toda relação de consumo, desde o [Código de Defesa do Consumidor](#) (CDC), devem respeitar a privacidade, intimidade e os dados dos consumidores.

Você sabia que o CDC garante ao consumidor acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele? Toda abertura de cadastro deverá ser comunicada ao consumidor, que deve ser corrigida no prazo de 5 dias se não houver exatidão nas informações ([art. 43, §3º, CDC](#)).

A lei brasileira é inspirada no [Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados](#) (RGPD), editado pela União Europeia, que entrou em vigor também no ano de 2018. Se voltarmos um pouco antes, o Brasil avançou muito nesse aspecto de leis sobre as novas tecnologias. Por exemplo, um aliado à LGPD e a Lei do Marco Civil da Internet, a [Lei nº 12.965, de 2014](#), que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet.

O avanço das tecnologias tornou o tratamento de dados uma questão importante, a ser observada por todas as empresas, sejam elas de pequenas médias ou grandes, públicas ou privadas.

Você sabia que a LGPD criou a [Autoridade Nacional de Proteção de Dados \(ANPD\)](#), vinculada à Presidência da República, e que cabe a ela editar as normas de orientação e procedimentos simplificados e diferenciados para as microempresas, e empresas de pequeno porte, assim como iniciativas empresariais de caráter incremental ou disruptivo que se autodeclarem startups ou empresas de inovação?

Conforme dados de 2019, no Youtube, por exemplo, são carregados, por minuto, mais de 500 horas de vídeo. Assim, os meios digitais fazem parte de um modelo de negócio completamente novo que cresce de forma exponencial. Toda essa informação, especialmente aquela relativa às pessoas, deve ser tratada com atenção.

E lembre-se, a LGPD está em vigor desde agosto de 2020, com exceção das punições que passaram a vigorar em agosto de 2021.

2. Por que devo me adequar à LGPD?

Seu negócio, adequado à LGPD, gera maior valor agregado.

A sociedade espera que os **dados pessoais** e os **dados pessoais sensíveis** estejam guardados e protegidos. Com isso, o titular do dado sabe que apenas com o seu consentimento que a empresa terá o dado, e que somente será compartilhado com o consentimento específico do titular. Além disso, tanto a empresa quanto o titular dos dados saberão quem tratará as informações¹, de forma que, em caso de alguma falha, será possível atribuir a responsabilidade de cada um.

1 Arts. 37 e seguintes da LGPD.

Seu negócio pode estar em risco se não estiver adequado à LGPD.

As punições, em caso de violação à LGPD, são graves. Além de responder diretamente ao consumidor que se sentir lesado (como pagamento de indenizações por danos morais e materiais), as empresas podem ser punidas administrativamente com penas que vão desde a advertência até a proibição total do exercício de tratamentos de dados. Além disso, estão previstas multas de até 2% sobre o faturamento bruto da empresa².

3. E as micro e pequenas empresas?

Elas também estão sujeitas às regras da LGPD³. No entanto, é bom ficar de olho porque tão logo a ANPD edite norma específica, novas regras diferenciadas deverão ser observadas.

As micro e pequenas empresas deverão adotar as medidas de segurança, técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de seus clientes de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito.

E se as medidas de segurança da minha empresa falharem? A Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) deve ser imediatamente comunicada.

A comunicação à ANPD deve conter⁴:

- 1) a descrição da natureza dos dados pessoais afetados;
- 2) as informações sobre os titulares envolvidos;
- 3) a indicação das medidas técnicas e de segurança utilizadas para a proteção dos dados, observados os segredos comercial e industrial;
- 4) os riscos relacionados ao incidente;
- 5) os motivos da demora, no caso de a comunicação não ter sido imediata, e;
- 6) as medidas que foram ou que serão adotadas para reverter ou mitigar os efeitos do prejuízo.

² Arts. 52 e seguintes da LGPD.

³ Art. 55-J, inciso XVIII da LGPD.

⁴ Art. 48 da LGPD.

4. Qual o passo a passo para adequar minha micro ou pequena empresa à LGPD?

a) Identificar os dados a serem tratados por sua empresa.

É importante conhecer o negócio da sua empresa para saber quais tipos de dados ela coleta dos clientes. Os dados dos clientes de sua empresa são obtidos por meio de *site* na Internet, por formulários físicos nas lojas, pelos preenchimentos de notas fiscais ou de orçamentos? Desse modo, você saberá como organizar, arquivar e proteger essas informações de possíveis vazamentos.

Questões simples devem ser objeto de atenção, como, por exemplo, o compartilhamento de sua rede de Internet ao cliente. As empresas que pedem dados pessoais sensíveis como *login* e senha, já devem iniciar o tratamento dessas informações.

Então, o primeiro passo é autodiagnóstico da empresa: que informações ela receber do cliente? Assim, identifique se é apenas nome, telefone, endereço eletrônico ou outros dados que sua empresa recebe do cliente.

Existem três tipos de dados que você deve ter atenção: dado pessoal; dado pessoal sensível; dado anonimizado.

O que são dados pessoais?

Informação relacionada a pessoa. Por exemplo, nome completo, dados de identificação, CPF, RG, *e-mail* e telefone.

O que são dados pessoais sensíveis?

Informação que digam respeito à origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, e ainda o dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.



O que são dados anonimizados?

São os dados que, utilizada determinada técnica, não permite a identificação de seu titular.

Você sabia que é possível transformar o dado pessoal e dado pessoal sensível em dado anonimizado? Para isso deve passar pelo processo de anonimização, que é quando se utiliza meios técnicos razoáveis e disponíveis no momento do tratamento, nos quais um dado perde a possibilidade de associação, direta ou indireta, a um indivíduo.

b) Definir quem são o controlador e o operador do tratamento de dados.

Uma vez conhecido as informações a serem recebidas e que serão tratadas, sua empresa deve estabelecer as tarefas daqueles que irão executar essa função. A LGPD nomeou os “**agentes de tratamento de dados pessoais**”. Essas pessoas podem ser responsabilizadas pessoalmente se houver algum dano em decorrência do tratamento incorreto dos dados.

Assim, se as senhas de seus clientes são vazadas, se algum deles tiver um prejuízo, não só a empresa como possivelmente os agentes de tratamento de dados pessoais podem ser responsabilizados pelos danos causados. Os principais tipos de agentes são os seguintes:

Controlador:

Aquele que toma as decisões do tratamento de dados. Ele tem uma visão estratégica, estabelecendo as regras do tratamento de dados dentro da própria empresa e delegando atribuições. A contratação de empresas especializadas em tecnologia da informação (TI) para auxiliar o seu negócio fica como responsabilidade do controlador. O controlador pode ser o sócio ou o administrador da empresa.

Operador:

Aquele que realiza o tratamento de dados em nome do controlador. Ele atua na função de execução das tarefas de tratamento de dados, como, por exemplo, organizando e arquivando os dados, supervisionando a empresa de TI, se houver.

Se sua empresa possui poucos colaboradores ou apenas você trabalha para ela, o controlador e o operador podem ser a mesma pessoa. Apenas fique atento para saber quando você, ou quem você indicou, age como controlador e quando atua como operador.

Atenção: verifique no sindicato da categoria de seu colaborador se a atribuição gera aumento ou adicional no pagamento do salário.

c) Consentimento.

O consentimento é uma das questões centrais de uma boa política de LGPD. Sempre busque o consentimento de seu cliente para receber os dados de seu cliente.

Consentimento é a manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada.

É importante você saber que os **dados pessoais** e os **dados pessoais sensíveis** do titular somente podem ser recebidos pela empresa se houver consentimento. É fundamental que esses dados obtidos digam respeito à atividade desempenhada por seu negócio.

Não tem sentido, por exemplo, um restaurante obter dados pessoais sensíveis como a dado biométrico de seu cliente, pois isso não tem relação como o fornecimento de refeição, que é a atividade fim do restaurante. Por outro lado, esse mesmo negócio pode solicitar o consentimento para o cliente informar se é, ou não, vegetariano. Nesse caso, veja que essa informação também é um dado pessoal sensível, pois diz respeito às questões de intimidade do titular.

No seu negócio, você pode deixar um formulário de consentimento pré-preenchido, bastando coletar as informações e a assinatura do titular do dado.

Lembre-se: o titular do dado pode, a qualquer momento, revogar o consentimento⁵. Por essa razão é importante deixar arquivado o consentimento, seja físico ou digital.

d) Eu quero compartilhar os dados que recebi.

Os dados pessoais e os dados pessoais sensíveis podem ser compartilhados, desde que haja consentimento específico do titular⁶. Os dados pessoais sensíveis que tratam da saúde do titular não podem ser compartilhados, exceto nas hipóteses do [§4º do art. 11 da LGPD](#).

É importante que seu negócio conheça a cadeia de compartilhamento dos dados, pois se seu cliente revogar o consentimento, você deverá providenciar que cesse o compartilhamento dos dados das demais empresas.

Então, se você compartilhou os dados para a empresa de Bolos de Seu Vizinho e ela compartilhou para a empresa Restaurante e Sobremesa, você deve fazer com que a Bolos de Seu Vizinho não mais compartilhe assim como a Restaurante e Sobremesa também deixe de compartilhar.



⁵ Art. 8º, §5º da LGPD.

⁶ Art. 7º, §5º da LGPD.

Dessa forma, é importante você conhecer a política de LGPD da empresa que você irá compartilhar os dados. Assim, parceiros e fornecedores são importantes setores de sua empresa que deve ser dedicada atenção, pois muitas vezes dados que são de seus clientes acabam migrando para os de outras empresas que seu negócio se relaciona.

No momento do diagnóstico de seu negócio, que já falamos acima, você deve estar atento às relações comerciais de sua empresa. Com isso, você pode e deve verificar a existência e a eficiência da política de dados de seus parceiros e fornecedores.

No caso de inconsistência da política de dados de seus parceiros ou fornecedores, você deve notificá-la desse fato. Uma solução é estabelecer um prazo razoável para que a irregularidade seja sanada, sob pena de rescisão do contrato ou da parceria. Em situações assim, é importante o acompanhamento de um advogado.

e) Deixe suas comunicações de marketing conforme a LGPD.

Na divulgação do seu negócio aos clientes, seja por *e-mail*, mensagens por telefone, ou até mesmo envelope depositado na caixinha de correio, encaminhe apenas àqueles que previamente informaram os dados pessoais de endereços pessoal, eletrônico e telefone.

Evite enviar para quem não solicitou, pois isso pode configurar uma prática abusiva. Assim, você evitará questionamentos administrativos ou até mesmo judicial.

O art. 67 do Código de Defesa do Consumidor estabelecer que é crime, punível com detenção de três meses a um ano e multa, fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva. Por isso, é necessário ter atenção.

Sinalize de forma clara como o cliente pode desativar-se da lista de transmissão das mensagens. E seja verdadeiro: uma vez que o cliente não quer receber o *marketing*, não insista. Por exemplo, insira o seguinte texto no fim ou no começo da mensagem:

Você está recebendo essa mensagem porque se cadastrou na nossa lista de transmissão. Para sair da nossa lista, basta responder esta mensagem dizendo que não quer mais receber nossas informações.

f) Explique aos titulares dos dados os seus direitos

Deixe claro para seus clientes que eles podem:

- ter acesso sobre todos os dados coletados;
- solicitar a correção dos dados a qualquer momento;
- solicitar a exclusão dos dados a qualquer momento;
- revogar o consentimento a qualquer momento.

Sempre que solicitado pelo titular, sua empresa deve explicar as razões pelas quais adquiriu os dados.

Leve a sério os direitos dos titulares. Eventual descumprimento da LGPD será analisado levando em conta a boa-fé de sua empresa. Assim, divulgando e aplicando os direitos dos titulares é um indicativo de que seu negócio está agindo com lealdade.

Uma forma de se entender os direitos dos titulares é reconhecendo que os dados obtidos pelo seu negócio não pertencem às empresas e, sim, aos titulares dos dados. Tanto que, como já dissemos, é necessário o consentimento para tratar e compartilhar.

g) Deixe seu *site* conforme a LGPD.

Se sua empresa possui *site* e, principalmente, se seu negócio coleta informações dos clientes por meio da Internet, você deve aplicar todos os passos anteriores e deixar claro no *site* ou aplicativo os aspectos da LGPD relacionados ao seu negócio.

Além da política de *cookies*, deixe disponível a política de uso e o formulário de consentimento.

5. O que não posso fazer?

Uma vez conhecidos os aspectos gerais da LGPD e o passo a passo de sua implantação, é importante você conhecer as principais práticas que são vedadas, sob pena de comprometimento da política de dados de sua empresa.

- a) Colete apenas dados que são de interesse para seu negócio.
- b) Não colete dados sem o conhecimento do titular.
- c) Evite compartilhar dados pessoais ou pessoais sensíveis, salvo se tiver consentimento específico do titular.
- d) Não envie notificações ou mensagens sem o conhecimento ou consentimento do destinatário.
- e) Não compre listas de dados de clientes sem base legal.

6. Quais os direitos do titular dos dados:

O titular dos dados tem os seguintes direitos:

- I - confirmação da existência de tratamento;
- II - acesso aos dados;
- III - correção de dados incompletos, inexatos ou desatualizados;
- IV - anonimização, bloqueio ou eliminação de dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com o disposto nesta Lei;
- V - portabilidade dos dados a outro fornecedor de serviço ou produto, mediante requisição expressa, de acordo com a regulamentação da autoridade nacional, observados os segredos comercial e industrial;
- VI - eliminação dos dados pessoais tratados com o consentimento do titular;
- VII - informação das entidades públicas e privadas com as quais o controlador realizou uso compartilhado de dados;

VIII - informação sobre a possibilidade de não fornecer consentimento e sobre as consequências da negativa;

IX - revogação do consentimento.

Atenção: a revogação do consentimento inclui toda a cadeia de compartilhamento do dado, cabendo à empresa revogar os dados juntos aos parceiros.

7. Onde procurar informações sobre a LGPD?

Há bastante informação disponível a respeito da LGPD, por isso, procure fontes oficiais ou confiáveis, para que você possa aplicar satisfatoriamente a lei em seu negócio. Deixaremos abaixo algumas sugestões confiáveis para leitura sobre a LGPD e seus aspectos.

Para conhecer a legislação brasileira sobre o assunto, é fundamental a leitura da LGPD e do Marco Civil da Internet:

[Lei nº 13.709/2018 \(LGPD\);](#)

[Lei nº 12.965/2014 \(Marco Civil da Internet\).](#)

Para se atualizar sobre a Política Nacional de Proteção de Dados, conhecer normas regulamentares e se familiarizar com a implementação da LGPD no Brasil, vale navegar pelo *site* da ANPD:

[Site oficial da Autoridade Nacional de Proteção de Dados.](#)

Agora, se a pretensão é se aprofundar e se tornar um especialista em LGPD, o Superior Tribunal de Justiça selecionou uma série de textos a respeito, alguns podendo ser acessado diretamente pelo interessado:

[Bibliografia selecionada do Superior Tribunal de Justiça – LGPD.](#)

8. Conclusão

A LGPD é um caminho sem volta e que precisa ser observado por seu negócio, seja ela pequeno, médio ou grande. O fluxo das informações precisa estar estabelecido e, se você obtém dados de clientes, é necessário protegê-los.

Vazamento de dados e o abuso nos seus usos estão cada vez mais comuns, causando prejuízos a consumidores e empresas, por isso as punições previstas na LGPD são graves.

Assim, seja porque seu negócio deve agir com lealdade e boa-fé ou por razões de receio das punições, este guia apresentou os aspectos essenciais a serem observados por sua empresa.

Enfim, proteja os dados de seus clientes!



Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae DF
Jamal Jorge Bittar

Diretoria Executiva
Diretor-Superintendente
Antonio Valdir Oliveira Filho

Diretora-Técnica
Rosemary Soares Antunes Rainha

Diretora de Administração e Finanças
Adélia Leana Getro de Carvalho Bonfim

Gerência de Negócios em Rede
Gerente
Carlos Cardoso de Souza

Gestor Contratante
Thiago Angelo Queiroz de Oliveira dos Santos

Desenvolvimento de Conteúdo
Dekker Antonio Jordao Filipe Baptista -
Daexe Assessoria Executiva Eireli