

Dia Internacional da Proteção de Dados: últimas notícias

Por Aline Zinni e Larissa Martins

No dia 28 de janeiro é celebrado o Dia Internacional da Proteção de Dados. A data é baseada em uma decisão do Conselho Europeu, e remete à Convenção 108 de 1981, primeiro instrumento vinculante com o objetivo de defender o respeito às liberdades fundamentais, à vida privada e à proteção de dados dos indivíduos.

No Brasil, neste ano, o dia de hoje é especialmente relevante: em 15 de agosto, entrará em vigor a Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados ("LGPD"). A nova regulamentação impacta diretamente não só todos os indivíduos, na qualidade de titulares de dados, mas também as empresas, na qualidade de controladoras e operadoras de dados pessoais.

Em meio à existência de um projeto de lei para postergar o início da vigência da lei, bem como a ausência de uma Autoridade Nacional de Proteção de Dados em operação, a recomendação é que as empresas estejam prontas para cumprir os requisitos básicos da LGPD, respeitando os direitos e deveres por ela instituídos.

Atos pautados em boas práticas europeias também são recomendáveis. No início desse mês, a Autoridade Nacional do Reino Unido (*Information Commissioner's Office*), órgão independente responsável por proteger direitos à privacidade informacional e que vem sendo importante referência para o nosso Congresso no que tange a proteção de dados, liberou a primeira versão de um "Código de Conduta sobre Marketing Direto". Baseado na Resolução (EU) nº 2016/679, popularmente conhecida como *General Data Protection Regulation*, o material é bem detalhado e levanta importantes aspectos:

- as principais bases legais existentes para o tratamento de dados em marketing direto seriam o consentimento e o legítimo interesse;
- é importante que o tratamento respeite os princípios da transparência, da finalidade e de responsabilização e prestação de contas;
- o profiling, data enrichment e uso de novas tecnologias devem ser realizados de forma transparente ao titular de dados pessoais;
- os direitos dos titulares devem ser respeitados em todas as fases do processo de tratamento;
- para maiores correlações entre a lei e o marketing direto, a "formulação do conteúdo, tom e contexto" podem fazer toda a diferença.

O material é um manual de conduta e boas práticas, mas não é vinculante. Além disso, apesar de trazer ponderações já conhecidas por aqueles que estão familiarizados com as regulações aplicáveis à proteção de dados, ele não deixa de representar diretrizes criadas por uma autoridade no assunto e, portanto, passa a ser importante para empresas do ramo de propaganda e marketing e para aquelas que possuam áreas internas responsáveis por essas atividades, que tratem dados pessoais sujeitos à LGPD.

Caso deseje obter mais informações sobre a LGPD, estratégias para adequação e/ou sobre as tendências nos cenários nacional e internacional, nosso time especialista em Direito Digital está à completa disposição por meio do e-mail digital@kasznarleonardos.com.