***LGPD***

LGPD é a sigla para Lei Geral de Proteção de Dados, sancionada pelo presidente Michel Temer com o objetivo de aumentar a privacidade de dados pessoais e o poder das entidades reguladoras para fiscalizar organizações.

A LGPD é a [lei nº 13.709](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm), aprovada em agosto de 2018 e com vigência a partir de agosto de 2020. Para entender a importância do assunto, é necessário saber que a nova lei quer criar um cenário de segurança jurídica, com a padronização de normas e práticas, para promover a proteção, de forma igualitária e dentro do país e no mundo, aos dados pessoais de todo cidadão que esteja no Brasil. E, para que não haja confusão, a lei traz logo de cara o que são [dados pessoais](https://www.serpro.gov.br/lgpd/menu/protecao-de-dados/dados-pessoais-lgpd).

A LGPD estabelece ainda que não importa se a sede de uma organização ou o centro de dados dela estão localizados no Brasil ou no exterior: se há o processamento de conteúdo de pessoas, brasileiras ou não, que estão no território nacional, a LGPD deve ser cumprida. Determina também que é permitido compartilhar dados com organismos internacionais e com outros países, desde que isso ocorra a partir de protocolos seguros e/ou para cumprir exigências legais.

A coleta e processamento de dados deverá atentar às bases legais impostas pela lei. O novo texto prevê nove hipóteses que tornam lícitos os tratamentos de dados, com destaque a duas principais: fornecimento de consentimento e o legítimo interesse.

É necessária a obtenção de consentimento explícito pelo titular dos dados, ou seja, este deve ser informado e dado livremente, para que os consumidores optem ativamente por engajar ou não.

O cliente passa a ganhar mais controle sobre o uso de seus dados e tem o direito de solicitar à empresa o acesso ou a remoção de todas as informações mantidas dessa pessoa específica, em toda a organização. O acesso aos dados pessoais do consumidor deve ser fornecido de forma clara e completa em até 15 (quinze) dias da data da solicitação.

Criarcampanhas de marketing que utilizam dados de comportamento e informações do usuário talvez seja um dos maiores desafios da nova regulamentação, já que a personalização tornou-se cada vez mais importante para entregar mensagens de marketing que são relevantes para cada consumidor.

Se você faz uso do código de pixel do Facebook, você responde como controlador de dados, enquanto o Facebook atua como operador de dados. Na maioria das implementações atuais, o pixel do Facebook é acionado assim que alguém visita seu site.

Com a nova lei, você deve primeiro obter o consentimento antes que o Facebook possa rastrear a atividade de um usuário em seu site. Portanto, este é outro ponto que deverá constar na atualização dos termos de uso e privacidade do seu site.

A lei determina que controlador e operador são solidariamente responsáveis no caso de dano ao titular dos direitos, ou seja a responsabilização é partilhada igualmente entre as partes.

Gean Zanella 18/06/2020