

## Princípios da LGPD: a importância na adequação de bases legais

A LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), sancionada em agosto de 2018, estipula uma série de obrigações para empresas e organizações sobre coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de dados pessoais, tanto online quanto offline. A lei prevê multas consideráveis no caso de não cumprimento dos requisitos impostos na lei.

Um dos principais pilares da lei é a questão das bases legais. As bases legais são hipóteses da lei que autorizam empresas a realizarem qualquer operação com um dado pessoal. Após a entrada em vigor da LGPD, empresas que utilizarem dados pessoais sem possuírem bases legais adequadas estarão cometendo uma prática ilegal.

### Adequação de bases legais

Com a LGPD em vigor, basta a sua empresa atribuir bases legais aos seus Leads, para que esses Leads estejam em conformidade com a lei? Não necessariamente. O fato de uma empresa realizar a atribuição de bases legais não significa que ela não deva tomar cuidados com outros pilares da lei, para garantir a validade das bases legais escolhidas.

Isso ocorre porque existem diversos fatores capazes de determinar se a base legal escolhida pode ser considerada válida ou não. Um desses fatores é o cumprimento dos princípios da lei.

### Princípios da LGPD

A LGPD prevê uma lista de dez princípios, uma espécie de conjunto de boas práticas para o tratamento de dados pessoais. Contudo, essas boas práticas não são opcionais, são obrigatórias.

- **Finalidade e Adequação:** Estes princípios determinam que uma empresa não pode utilizar os dados como bem entender. É necessário possuir uma finalidade específica, informada ao titular.
- **Necessidade:** A coleta e utilização de dados pessoais deve se restringir ao mínimo necessário para a realização das finalidades pretendidas pela empresa.
- **Transparência:** Garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial.

- **Não discriminação:** Impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos.

## **Consentimento**

### **Exemplo:**

O ecommerce de sapatos “Calce Bem” inseriu checkboxes de consentimento em suas Landing Pages para poder enviar Email Marketing apenas para os Leads que forneceram consentimento. Certo dia, o dono da “Calce Bem” decidiu abrir um novo negócio: o marketplace “Tem de Tudo”, com lojas de vários segmentos. Para movimentar a divulgação do marketplace, o dono da loja decidiu re-utilizar a base de Leads do ecommerce, para enviar emails em nome do marketplace, oferecendo produtos do novo negócio.

### **Impactos em princípios:**

- **Princípios da finalidade e adequação**

No caso do exemplo, pode-se dizer que a empresa estaria utilizando dados para uma finalidade diferente da finalidade inicial? O consentimento possuiria chances de perder a validade nesse caso? Possivelmente sim.

- **Princípio da transparência**

O princípio da transparência também seria impactado nesse caso, uma vez que o Lead não recebeu informações claras a respeito de como a empresa utilizou os seus dados.

## **Legítimo Interesse**

### **Exemplo:**

Vamos supor que uma empresa de acesso a crédito “Fast Money”, que facilita empréstimos ao consumidor, possua em sua base cerca de 100 Leads engajados, que interagem com todos os emails e conteúdos da empresa. Por causa dessas interações, a empresa realizou um teste de proporcionalidade, e optou por utilizar a base legal do legítimo interesse, o que permitiu com que essa empresa pudesse enviar comunicações para esses Leads sem precisar obter consentimento.

Contudo, em um certo dia, a empresa decidiu tentar otimizar o ROI do seu funil. Para isso, contratou um “databroker”, empresa responsável por realizar minerações de dados: os data brokers captam dados públicos e dados de outras fontes, para agregar mais informações ao perfil de um Lead.

Com as informações que obtive do “data broker”, a “Fast Money” conseguiu extrair padrões de comportamentos para diferenciar quais Leads possuíam maiores chances de se tornarem maus pagadores. Assim, a empresa criou segmentações diferentes para esses Leads, para enviar Email Marketing oferecendo juros mais altos para os Leads desse grupo.

### **Impactos em princípios:**

- **Princípio da transparência**

Neste exemplo, o Lead também não recebeu informações claras a respeito de como a empresa utilizou os seus dados.

- **Princípio da não-discriminação**

O uso de dados foi utilizado para uma prática discriminatória, desrespeitando os direitos e liberdades individuais do Lead.

- **Princípio da necessidade**

Os dados utilizados não foram apenas os dados necessários para o envio de comunicações. As práticas de compilação de dados, nesse caso, poderiam ser consideradas desproporcionais àquilo que prevê o princípio da necessidade.

### **Contratos**

#### **Exemplo:**

Vamos supor que a empresa “Clique Fácil” comercialize um serviço de plataforma por assinatura. Ao realizar uma venda, é necessário que o novo cliente informe alguns dados pessoais para formalizar o contrato (dados pessoais do contratante, dados para faturamento e assim por diante).

Certo dia, a empresa decide utilizar estes dados para finalidades que não possuem nenhum vínculo com a execução do contrato em si. Por exemplo: um parceiro da “Clique Fácil” solicitou a lista dos clientes da empresa, para que pudesse divulgar produtos/serviços que pudessem ser de interesse dos clientes da empresa.

### **Impactos em princípios:**

- **Princípios da finalidade e adequação**

A empresa permitiu que os dados fossem utilizados para uma finalidade que não era necessária para a execução do contrato.

- **Princípio da transparência**

A empresa também não informou o titular à respeito de um novo caso de uso.