

Uma leitura do que vigora hoje, a importância da nova legislação e como as empresas e os entes públicos devem se preparar

O avanço das tecnologias de coleta, processamento e interpretação de dados pessoais traz oportunidades infinitas para conhecer os hábitos e padrões comportamentais de usuários de serviços e de plataformas tecnológicas disponibilizadas pelas organizações (ex. sites, apps, entre outros), permitindo gerar ações de marketing mais eficientes e customizadas em setores de consumo, serviços, setor financeiro e de seguros, entre outros, e até mesmo no plano das recomendações de políticas públicas. Na era digital, os dados converteram-se em patrimônio das empresas que os detêm, gerando a necessidade de conferir-lhe algum grau de proteção jurídica e regulação que garantam transparência e apliquem os preceitos constitucionais do direito à vida privada.

A recém aprovada Lei 13.709/2018, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), que dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), visa a assegurar que princípios de respeito e proteção de dados não serão negligenciados, e apesar de entrar em vigor no Brasil apenas em fevereiro de 2020, tem gerado inúmeras interrogações nos agentes de mercado.

Globalmente, o tema proteção de dados vem sendo tratado há mais de 40 anos e sofre atualizações recorrentes na medida em que o processo de inovação supera o desenho inicial do arcabouço, como por exemplo na União Europeia. Ela utilizou cerca de 90% das bases da Diretiva 95/45 para criar a General Data Protection Regulation (GDPR) que inclui, entre outros, seções sobre consentimento explícito, notificação sobre vazamentos, direito ao acesso, direito à exclusão dos dados, DPO (Data Protection Officer), RoP (Required Organizational Practices), portabilidade dos dados, privacidade desde a concepção, previsões de multas, além de uma linguagem direta e simples.

[Leia aqui na íntegra.](#)

Fonte: KPMG, em 05.11.2018.