

GUIA

**LGPD e
Promoções
Comerciais**

NÚMERO 8/10



.....

Autores

Juliana Almeida

Odélio Porto Júnior

Vitor Gabriel Barreto Rodrigues

Caio Belarmino Aragão Silva

Matheus Botsman Kasputis

Dandara Ramos Silvestre da Silva

Rafaella Resck Braoios

Natália Góis Ribeiro

.....

Coordenador e Revisor

Fernando Bousso

Vanessa Pirró

.....

Projeto Gráfico

Fernanda Muchon

Lucas Bittencourt

Introdução	4
1.1) Glossário	5
Ecosistema de Promoções Comerciais	6
2.1) O que é uma Promoção Comercial?	7
2.2) Quem pode realizar uma Promoção Comercial?	7
2.3) Quais são as Modalidades permitidas pela legislação promocional?	8
2.4) Como funciona uma Promoção Comercial?	9
2.5) Dados Pessoais tratados em Promoções Comerciais	11
2.6) Compartilhamento de Dados com a SEAE	11
2.7) Validação de potenciais Participantes contemplados	11
2.8) Prestação de Contas	12
Impacto da LGPD nas Promoções Comerciais	13
3.1) Classificação dos agentes de tratamento envolvidos	14
3.1.1) Controlador dos dados pessoais	14
3.1.1) Operador dos dados pessoais	15
3.2) Bases legais aplicáveis ao tratamento e compartilhamento de dados	16
3.2.1) Participação em Promoção Comercial	17
3.2.2) Análise de perfil do público	18
3.2.3) Marketing	19
3.2.4) Cumprimento de exigências do SEAE	19
3.3) Transparência aos participantes	20
3.4) Direitos dos titulares	21
3.5) Crianças e Adolescentes	21
Contratos e Proteção de Dados	25
Incidentes de Segurança da Informação	29
5.1) Como as Promotoras devem agir	30
5.2) Como os demais agentes devem agir	31
Conclusão	32

01

Introdução

Este Guia analisa os principais pontos a serem considerados na adequação à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709/2018 (LGPD), quando da realização de Promoções Comerciais. Inicialmente, é analisado quem são os agentes que compõe o ecossistema de Promoções Comerciais, e como os dados pessoais são compartilhados entre eles. Em seguida, verifica-se os requisitos de maior destaque da LGPD no contexto de uma Promoção Comercial, principalmente a definição dos agentes como controlador/operador, as bases legais aplicáveis, quais são os deveres de transparência e os direitos dos titulares, as questões contratuais envolvendo os agentes, e questões de segurança da informação.

1.1) Glossário

- **Promoção Comercial:** Promoção Comercial é uma estratégia de marketing destinada a alavancar a venda ou realizar a propaganda de determinados produtos e/ou serviços, mediante distribuição gratuita de prêmios (p. ex. compre o produto de uma determinada marca e concorra a uma viagem). Essa estratégia também pode ser utilizada para obter dados de consumo dos consumidores. As Promoções Comerciais precisam ser previamente autorizadas pela SEAE.
- **Promoção:** Promoção consiste em uma estratégia de marketing com objetivo de impulsionar a venda de um determinado produto ou serviço, mediante redução no preço do produto ou concessão de descontos (p. ex. compre 4 produtos pelo preço de 2). Nessa estratégia, não há distribuição gratuita de prêmios, ou necessidade de obtenção prévia de autorização para a realização da promoção.
- **Promotora/Mandatária:** É a pessoa jurídica que deseja realizar uma Promoção Comercial em território brasileiro, sendo responsável pela execução da Promoção Comercial.
- **Agência:** É a pessoa jurídica que pode vir a prestar diversos serviços em uma Promoção Comercial. Os serviços mais comuns são: funcionamento da Promoção, validação dos Participantes, entrega dos prêmios, entre outros.
- **Agência Técnica:** É a pessoa jurídica que pode ser responsável pela parte técnica de uma Promoção Comercial (site, plataforma, sistemas, controle de dados dos Participantes).
- **Escritório Externo:** É a pessoa jurídica que pode vir a auxiliar a Promotora na realização da Promoção Comercial, principalmente na realização do pedido de autorização perante a SEAE.
- **Modalidades:** São os tipos de Promoções Comerciais aceitos pela legislação brasileira em vigor. Atualmente, temos: sorteio, vale-brinde, concurso e as mecânicas assemelhadas.
- **Participante:** É o consumidor (comumente, pessoa física) que participa de uma Promoção Comercial.
- **SEAE:** É a Secretaria de Acompanhamento Econômico, Advocacia da Concorrência e Competitividade vinculada ao Ministério da Economia. Este é o órgão responsável pela fiscalização e autorização das Promoções Comerciais no Brasil.

02

Ecosystema
de Promoções
Comerciais

2.1) O que é uma Promoção Comercial?

A Promoção Comercial consiste em uma estratégia de marketing que tem por objetivo:

- (i) o estímulo à venda de um determinado produto ou serviço;
- (ii) divulgação ou propaganda de algum produto ou serviço; ou
- (iii) até mesmo o enriquecimento da base de dados da Promotora.

As Promoções Comerciais são reguladas pela Lei nº 5.768/71, Decreto nº 70.951/72 e Portarias nº 41/2009 e 422/2013 do Ministério da Economia.

Uma Promoção Comercial só pode ser realizada no Brasil mediante autorização prévia da Secretaria de Acompanhamento Econômico, Advocacia da Concorrência e Competitividade (SEAE). Este órgão é responsável pelo acompanhamento, fiscalização e autorização de Promoções Comerciais em território nacional. A autorização é requisito essencial para a execução de Promoções Comerciais.

A realização de uma Promoção Comercial sem a prévia autorização da SEAE pode resultar nas seguintes penalidades à Promotora:

- (i) multa, no valor de até 100% dos prêmios ofertados; e
- (ii) proibição de realização de Promoções Comerciais por até dois anos.

2.2) Quem pode realizar uma Promoção Comercial?

A autorização para a realização de Promoções Comerciais somente é concedida a pessoas jurídicas, com situação regular em relação aos impostos federais, estaduais, municipais e as contribuições da Previdência Social.

A pessoa jurídica que recebe a autorização para realizar a Promoção Comercial é a Promotora/Mandatária. Por outro lado, as empresas que não realizam a Promoção Comercial diretamente, mas recebem algum benefício, seja este econômico ou publicitário, decorrente da realização da promoção, são designadas como Aderentes.

Em regra, a pessoa jurídica que pretende realizar uma Promoção Comercial é a Promotora da própria campanha. Porém, esse papel pode acabar sendo realizado por um terceiro contratado pela pessoa jurídica interessada, desde que este preencha todos os requisitos dispostos na legislação promocional.

É válido destacar que pessoas físicas e sociedades estrangeiras não podem realizar Promoções Comerciais.

2.3) Quais são as Modalidades permitidas pela legislação promocional?

Atualmente, existem seis tipos de Modalidades promocionais permitidas pela legislação promocional supracitada. As mecânicas em questão são: **(i)** sorteio; **(ii)** vale-brinde; **(iii)** concurso; e as respectivas Modalidades assemelhadas a sorteio, vale-brinde, e concurso.

(i) Sorteio

Para que a Modalidade sorteio seja configurada, é necessário que se tenha a emissão de elementos sorteáveis numerados em séries (denominado, geralmente, como números da sorte), que são, em seguida, distribuídos aleatoriamente para os Participantes. Os ganhadores são definidos com base nos resultados do sorteio da Loteria Federal ou com a combinação de números desses resultados.

Uma observação relevante sobre a Modalidade sorteio é que não é permitida a apuração dos contemplados por meio da Loteria Esportiva ou através de plataformas digitais. A Modalidade assemelhada a sorteio adiciona em sua mecânica fatores do vale-brinde ou concurso, mantendo-se o vínculo entre a distribuição de números e o resultado da Loteria Federal.

Exemplo: O consumidor realiza compra de um determinado produto; cadastra a nota fiscal no website da Promotora; recebe um número da sorte [p. ex. 12345]; e é contemplado ao prêmio com base na extração do sorteio da Loteria Federal.

(ii) Vale-brinde

O vale-brinde consiste em uma mecânica que envolve a contemplação instantânea, sendo o valor do prêmio limitado a R\$ 560,00 (quinhentos e sessenta reais).¹ A Modalidade assemelhada a vale-brinde mantém a forma de contemplação instantânea, porém, nem todos os elementos de participação são premiados.

Exemplo: Compre um determinado produto e ganhe um brinde (até durarem os estoques).

¹ Art. 23 §3º do Decreto 70.951/1972.

(iii) Concurso

O concurso, em regra, depende da existência de uma competição entre Participantes (p. ex. melhor frase, resposta mais criativa, teste de inteligência etc.). A Modalidade assemelhada a concurso também consiste em uma competição de qualquer natureza, entretanto, sua principal diferença é que em caso de empate entre os Participantes da Promoção Comercial, admite-se a apuração aleatória por meio, por exemplo, de cupons em urnas para a definição do contemplado.

Exemplo: os consumidores devem elaborar uma foto que mostre porque gostam de determinado produto, e as 5 melhores fotos ganham determinado prêmio.

2.4) Como funciona uma Promoção Comercial?

De forma resumida, uma Promoção Comercial pode ser dividida em três partes: **(i)** ideia inicial, **(ii)** definição do Regulamento, e **(iii)** a documentação necessária para o pedido de autorização.

(i) Ideia Inicial

Toda Promoção Comercial começa com uma ideia proposta pela Promotora ou por uma Agência que presta serviços para a Promotora. A ideia inicial geralmente abarca a Modalidade da Promoção Comercial. Essa ideia é avaliada pelo departamento jurídico da Promotora ou por um Escritório Externo que presta serviços para esta e, uma vez feita a análise de viabilidade da Promoção Comercial, o próximo passo é a elaboração de um Regulamento contendo todas as disposições, regras e detalhes sobre a Promoção Comercial.

(ii) Regulamento

Sem prejuízo de outras disposições necessárias, conforme a Modalidade e complexidade da Promoção Comercial, o Regulamento deverá conter ao menos as seguintes regras:

- Área de abrangência (p. ex. território nacional);
- Período de participação;
- Critérios de participação, como por exemplo:

- A.** qual(is) produto(s) o consumidor deve adquirir para participar;
- B.** idade mínima;
- C.** como o consumidor deverá se inscrever na Promoção (p. ex. website, cupom, redes sociais);
- D.** quais dados o consumidor deverá fornecer;
- E.** como serão distribuídos os números da sorte (no caso de sorteio);
- F.** qual será a pergunta ou frase da Promoção (no caso de concurso);
- G.** detalhes sobre os prêmios (espécie, valor, prazo para utilização, restrições etc);
- H.** critérios de desclassificação (p. ex. fornecimento de informações falsas, incorretas, tentativa de fraude às regras da Promoção etc);
- I.** forma de distribuição dos prêmios (p. ex. sorteio na loteria federal, ache-ganhe etc);
- J.** forma de divulgação dos Participantes contemplados;
- K.** data do sorteio da Loteria Federal (no caso de sorteio);
- L.** data da apuração.

Em paralelo, a Promotora poderá, se necessário, ter o suporte de uma Agência Técnica para a criação de um hotsite ou plataforma para cadastro e gestão dos dados dos Participantes.

(iii) Documentação necessária para o pedido de autorização

Com o Regulamento finalizado, a Promotora deverá submetê-lo à SEAE em conjunto com os seguintes documentos:

- A.** Comprovante de pagamento da taxa de fiscalização, cujo valor varia de acordo com o valor total dos prêmios;
- B.** Declaração de receita operacional dos últimos meses anteriores à Promoção Comercial;
- C.** Certidões negativas de tributos municipais mobiliários, estaduais, federais e as contribuições da Previdência Social;
- D.** Termo de Mandatária (caso haja empresas aderentes à Promoção);
- E.** Termo de Adesão assinado pelas Aderentes à Promoção (se aplicável);
- F.** Procuração outorgando poderes ao Escritório Externo (se aplicável); e
- G.** Contrato/Estatuto Social.

A SEAE leva, em média, 10 (dez) dias úteis para analisar e aprovar uma Promoção Comercial. Após pedido de autorização ser aprovado pela SEAE, a Promotora poderá finalmente divulgar a Promoção Comercial.

2.5) Dados Pessoais tratados em Promoções Comerciais

Empresas Promotoras, usualmente, solicitam, para fins de cadastro, identificação e contato em caso de contemplação, os seguintes dados:

(i) nome e sobrenome; (ii) documento pessoal para identificação (RG, CPF ou CNH); (iii) telefone de contato; (iv) e-mail e (v) endereço completo.

Os dados são inseridos pelos Participantes, geralmente, no site da Promoção Comercial, que pode ser administrado por uma Agência, Agência Técnica ou pela própria Promotora. Caso a gestão não seja realizada diretamente pela própria Promotora, a parte responsável por esta atividade repassará os dados dos Participantes para a Promotora.

2.6) Compartilhamento de Dados com a SEAE

Para as Modalidades “sorteio” e “assemelhada a sorteio”, a SEAE solicita, após o término do período de participação e antes do sorteio da Loteria Federal, o envio de uma lista contendo os nomes de todos os Participantes e seus respectivos números da sorte distribuídos. Na prática, a parte responsável pelo controle e gestão da base de dados dos consumidores deve levantar tais informações e enviar à parte encarregada pela interação junto à SEAE, sendo que esta última compartilhará a lista com a SEAE.

2.7) Validação de potenciais Participantes contemplados

Conforme pontuado anteriormente, na Modalidade vale-brinde, a premiação é instantânea, não ocorrendo, em regra, validação prévia à contemplação. Se houver alguma suspeita de fraude ou conduta ilegal, a Promotora pode solicitar, de acordo com as disposições inseridas no Regulamento, informações ou documentos, que servirão como meio de comprovação da idoneidade da participação. Os documentos comumente solicitados são: (i) cópia simples do documento de identidade (RG); (ii) cópia simples de documento que contenha o número do CPF; e (iii) cópia simples do comprovante de residência. A participação e os documentos são analisados pela parte responsável pela validação dos Participantes.

No caso do concurso ou sorteio, a validação ocorre após o aviso da possível contemplação. Os documentos citados acima também podem ser solicitados e analisados pela parte responsável pela validação das participações. Os participantes só podem ser considerados vencedores após o procedimento de validação.

2.8) Prestação de Contas

Com o término da Promoção Comercial, a fase da prestação de contas se inicia. Nesta etapa, será necessário, a depender da Modalidade, enviar determinados documentos para a SEAE.

Para prestação de contas de Promoções Comerciais na Modalidade vale-brinde é necessário compartilhar com a SEAE os seguintes documentos:

- i.** Comprovante de propriedade dos prêmios;
- ii.** DARF correspondente ao valor dos prêmios não entregues (se for o caso); e
- iii.** Tabela contendo os dados de todos os Participantes contemplados na Promoção Comercial. Essa tabela é compartilhada pela parte que tem acesso à base de dados, que realiza a extração destes e envia para a parte responsável pelo envio dos documentos à SEAE.

Com relação às Modalidades sorteio e concurso, os seguintes documentos são necessários:

- i.** Comprovante de propriedade dos prêmios;
- ii.** DARF correspondente ao valor dos prêmios não entregues (se for o caso);
- iii.** DARF do imposto de renda calculado com base no valor total dos prêmios;
- iv.** Ata detalhada da apuração;
- v.** Recibos de entrega dos prêmios, assinados pelos ganhadores, conforme modelo aprovado no processo. Caso o valor do prêmio seja superior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), também devem ser compartilhados cópias dos documentos de identidade e CPF dos contemplados. Esses documentos ficam em posse da parte responsável pela validação e contato com ganhadores, que depois os envia para a parte encarregada pelo envio dos documentos à SEAE.

Enviada a documentação, a SEAE analisará os documentos e, estando de acordo com as diretrizes do Órgão, a SEAE emitirá o ofício de homologação da Promoção Comercial. Destaca-se que a documentação original deve ser preservada por cinco anos. Uma Promoção Comercial somente é encerrada com esta homologação.

03

Impacto da LGPD nas Promoções Comerciais

3.1) Classificação dos agentes de tratamento envolvidos

Nota-se que a cadeia de tratamento de dados pessoais necessária para a realização de uma Promoção Comercial é composta por diversos agentes, tendo cada um atribuições específicas dentro da operação.

CADEIA DE TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS DE UMA PROMOÇÃO COMERCIAL



Dentro da ótica de proteção de dados, as partes envolvidas na cadeia de tratamento de dados são chamadas de **agentes de tratamento de dados**, podendo ser classificadas como **controladores** ou **operadores**. Realizar tal enquadramento nas operações resultantes da Promoção Comercial torna-se essencial para a definição de direitos, deveres e obrigações de cada parte, assumindo função estratégica por ter impactos na responsabilidade pelo tratamento de dados pessoais. Nessa seção iremos abordar as principais hipóteses de classificação dos agentes de tratamento no contexto de Promoções Comerciais.

3.1.1) Controlador dos dados pessoais

O controlador dos dados é a pessoa natural ou jurídica que define os principais elementos do tratamento de dados pessoais.² No contexto das Promoções Comerciais, o papel de controlador será, na maioria das vezes, exercido pela Promotora, sendo essa responsável pela determinação dos elementos essenciais da campanha, incluindo:

- As categorias de dados a serem utilizados – por exemplo, os dados que serão coletados no formulário de inscrição;
- Como serão coletados os dados – por exemplo, os meios pelos quais o Participante poderá se cadastrar;
- Por quanto tempo os dados serão armazenados;
- Qual será a base legal utilizada para justificar o tratamento;
- Qual será o procedimento adequado para o atendimento das requisições de direitos feitas pelos titulares; e
- Com quem os dados pessoais serão compartilhados – por exemplo, escolhendo os fornecedores e parceiros necessários para a realização da Promoção Comercial.

² LGPD, art. 5º, inciso VI.

Entretanto, a controladoria deve ser avaliada em cada atividade de tratamento de dados realizada dentro da Promoção Comercial, razão pela qual é fundamental uma análise caso a caso, sobretudo nos cenários que envolvem uma cadeia mais complexa. Nesse sentido, é possível que em determinados cenários a Promotora não seja a única controladora dentro da cadeia de tratamento de dados, sendo possível também a existência de um cenário de **controladoria conjunta**, em que dois controladores decidem, comum ou convergentemente, os elementos principais do tratamento de dados.

Assim, nos casos em que ambas as partes **definem em conjunto as finalidades de uso e os meios principais de tratamento**, elas se qualificarão como controladoras conjuntas dos dados pessoais dos Participantes. Tal hipótese poderá ocorrer, por exemplo, na relação estabelecida entre Promotora/Mandatária e Aderentes, quando essas decidirem em conjunto os elementos essenciais do tratamento de dados necessários para a realização da campanha - como, o público-alvo; os dados necessários para o cadastro ou estratégias de marketing com os dados coletados.

Também será possível o estabelecimento da **controladoria independente/singular**. Nessa hipótese, as partes realizariam atividades de tratamento de dados pessoais para objetivos distintos - para finalidades não comuns, convergentes ou complementares.³ Dessa forma, atuariam como agentes de tratamento totalmente independentes, delimitando de forma isolada os requisitos essenciais do tratamento. Essa hipótese pode ser observada, por exemplo, na atuação da SEAE. Ao realizar o tratamento de dados necessário para a fiscalização e autorização das Promoções Comerciais, tal órgão atua de forma independente dos outros agentes, pois, neste contexto, o tratamento de dados ocorre no âmbito das atividades e das finalidades definidas pela SEAE, as quais são necessárias para a tomada de decisões administrativas que independem da participação dos outros agentes.

3.1.1) Operador dos dados pessoais

Os agentes de tratamento envolvidos na operação também podem ser classificados como operadores dos dados, ou seja, a pessoa natural ou jurídica que trata dados pessoais seguindo as instruções do controlador.⁴ No papel de operador dos dados, o agente unicamente realiza o tratamento de dados seguindo instruções do controlador - em geral, papel assumido pela Promotora. Nessa hipótese, a Promotora realiza as principais decisões relacionadas à campanha, delegando partes do tratamento para agentes externos, sendo observada, por exemplo, quando as Agências, Agências Técnicas ou Escritórios Externos realizam a prestação de serviços acessórios, nos termos pré-definidos pela Promotora.

³ ANPD. Guia Orientativo para Definições dos Agentes de Tratamento de Dados Pessoais e do Encarregado. Mai 2021, p. 11 Disponível em <https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/2021-05-27-guia-agentes-de-tratamento_final.pdf>. Acesso em 22 de ago. 2022.

⁴ Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei n. 13.709/2018), art. 5º, inciso VII.

Ao realizar a validação dos Participantes ou a entrega dos prêmios, a Agência não decide sobre o ‘porquê’ e o ‘como’ o tratamento de dados acontecerá, agindo apenas no limite das finalidades determinadas pela Promotora e atuando, portanto, como operadora.

Embora o operador deva agir em nome do controlador, é certo que ainda terá autonomia para decidir algumas condições acessórias ao tratamento de dados pessoais⁵. Essas condições podem incluir, por exemplo, a escolha de canais e ferramentas técnicas da campanha.

3.2) Bases legais aplicáveis ao tratamento e compartilhamento de dados

De modo geral, qualquer operação de tratamento de dados pessoais necessita de uma base legal. A base legal consiste em uma das hipóteses previstas na LGPD que autorizam o tratamento de dados pessoais, ou seja, que dão sustentação jurídica para que a operação possa ocorrer de forma legítima. A LGPD trouxe um grupo de hipóteses⁶ que autorizam o uso de dados pessoais para os mais variados contextos, sem estabelecer hierarquia entre elas. É recomendado que haja uma avaliação circunstancial para definir qual a base legal mais adequada.

Esclarecido esse ponto, das várias hipóteses legais para tratar dados pessoais, ganham destaque as seguintes, quando o assunto envolve atividades de Promoção Comercial:



⁵ ANPD. Guia Orientativo para Definições dos Agentes de Tratamento de Dados Pessoais e do Encarregado. Maio 2021, p. 11 Disponível em <https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/2021-05-27-guia-agentes-de-tratamento_final.pdf>. Acesso em 22 de ago. 2022.

⁶ Artigo 7º e artigo 11º e incisos da Lei nº 13.709. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm >. Acesso em 22 de ago. 2022.

3.2.1) Participação em Promoção Comercial

Para participar da Promoção Comercial, as bases legais utilizadas comumente são o **consentimento** e **execução de contrato**.

O **consentimento**, previsto no art. 7º, inciso I, da LGPD, é a manifestação livre, informada e inequívoca do titular ou de seus responsáveis legais para concordar com a realização de operações com seus dados pessoais.

- i. Para que o consentimento seja livre, é preciso assegurar que não exista vício de vontade (como coação ou indução ao erro) para que o titular expresse sua anuência de modo a concordar com o tratamento de seus dados pessoais para o fim que consentiu.
- ii. Por informada, a LGPD estipulou que o titular deve ter acesso às informações necessárias para que forme juízo da anuência ou vantagem de fornecer seus dados pessoais. As informações sobre o tratamento devem estar em linguagem acessível e objetiva, que permita que o titular identifique facilmente a finalidade pela qual está cedendo seus dados.
- iii. Inequívoca é a manifestação clara e firme do titular, que não deixa espaços para dúvida em relação ao tratamento de seus dados. É importante garantir que o indivíduo concordou com as operações que serão realizadas com suas informações.

A base de **execução de contrato** está prevista no art. 7º, inciso V, da LGPD. Para utilizar essa base legal é importante que o titular seja parte direta no contrato firmado com a empresa, e que os dados pessoais coletados sejam necessários para a execução do contrato ou dos procedimentos preliminares. Para traçar uma linha do que pode ser considerado, de fato, uma necessidade contratual, é importante se atentar ao princípio da finalidade (art. 6º, inciso I, da LGPD), que estabelece a necessidade de se tratar dados para propósitos "*legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular*". Além disso, o controlador deve conduzir um teste prático de *necessidade*, e incluir as perguntas "para quê" (finalidade), "por quê" (necessidade) e "como" (segurança) tratar esses dados pessoais. É importante aliar a interpretação dos dispositivos da LGPD ao restante do ordenamento jurídico, que conta com leis setoriais sobre proteção de dados, além de normas com o Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor, que regem as relações contratuais. Nesse sentido, é razoável afirmar que, ao aderir ao Regulamento de uma Promoção Comercial, estaria presente uma relação contratual com o titular e que, portanto, seria possível sustentar a base legal de execução de contrato.

Exemplo: O titular (i) realiza a compra de um determinado produto promocionado; (ii) cadastra seus dados pessoais para participar do sorteio no site da Promotora; (iii) recebe um número da sorte [p. ex. 12345]; e (iv) pode acessar como seus dados pessoais são tratados na seção de "Proteção de Dados Pessoais", do Regulamento disponibilizado pela Promotora que está promovendo o sorteio.

3.2.2) Análise de perfil do público

Enquanto base legal, o legítimo interesse é especialmente importante para situações que envolvam práticas de tratamento de dados pessoais de Participantes e análises métricas sobre perfis do público atingido. A LGPD dispõe sobre legítimo interesse no art. 7º, inciso IX, e a escolha desta base legal pode ocorrer se o controlador (i) atuar dentro das expectativas do titular e (ii) respeitar os direitos e liberdades fundamentais deste indivíduo. Ademais, é necessário observar que os dados tratados sob a égide dessa base legal devem observar os princípios da necessidade e transparência: é preciso respeitar quais dados razoavelmente se esperaria utilizar em termos proporcionais àquele fim, bem como deixar claro ao titular o modo pelo qual seus dados estão sendo usados na situação concreta. Dessa forma, o agente de tratamento não pode utilizar dados excessivos ou sem informar o titular, com a justificativa de estar utilizando a base legal do legítimo interesse.

Para que a base legal do legítimo interesse seja sustentável, recomenda-se a adoção de salvaguardas, ou seja, mecanismos suficientes para garantir que os dados pessoais dos Participantes cadastrados nas Promoções Comerciais (conforme mencionado no item 3.2.1 acima) não sejam usados de forma indevida. As salvaguardas mais utilizadas e recomendadas são: (i) a transparência, ou seja, garantir aos Participantes informações claras e acessíveis sobre como a empresa coleta, utiliza e armazena seus dados pessoais, (ii) o *opt-out*, a possibilidade de se opor à continuidade de tratamento dos dados, e (iii) mecanismos para garantir maior segurança, tais como práticas de controle de acesso aos dados, adoção de técnicas de anonimização ou de criptografia.

Por fim, para garantir que o legítimo interesse seja adequado para o tratamento de dados pessoais para fins de análise de métricas e *business intelligence* (BI), pode ser feito um teste de legítimo interesse, cujo objetivo é analisar a viabilidade de referida base legal.



3.2.3) Marketing

O uso de dados pessoais para fins de marketing também pode ser justificado pela base legal do legítimo interesse. Para que o controlador possa utilizar essa base legal, ele deve seguir os pré-requisitos citados no item 3.2.2, tais como respeitar a expectativa do titular e os seus direitos e liberdades fundamentais. Adicionalmente, é recomendável que outras três variáveis sejam analisadas para verificação da aplicabilidade do legítimo interesse para fins de marketing: (i) a existência de um relacionamento prévio ente o agente de tratamento de dados e o titular; (ii) se o marketing se destina ao oferecimento de produtos e serviços similares aos desejados ou contratados anteriormente pelo titular, e (iii) que seja facilitada a opção de discordância em relação ao recebimento de publicidade (opt-out).

Exemplo: o usuário se cadastrou em um sorteio de câmera fotográfica profissional de uma loja que vende aparelhos fotográficos. O aviso de privacidade do sorteio previa o envio de publicidade da loja aos participantes do sorteio. Após a realização do sorteio, o titular dos dados recebeu um e-mail da loja, oferecendo descontos em determinados aparelhos fotográficos. Vale ressaltar que o e-mail enviado acompanhava uma opção de descadastramento do recebimento de publicidade.

3.2.4) Cumprimento de exigências do SEAE

A base legal de cumprimento de obrigação legal ou regulatória está estabelecida no art. 7º, inciso II, da LGPD e não diz respeito apenas a obrigações legais que estão normatizadas em leis, mas abarca também normas administrativas (p. ex. portarias, decretos de autoridades públicas). É, portanto, uma base legal abrangente. Neste caso, qualquer tratamento de dados que vise cumprir as exigências da SEAE atende à base legal de cumprimento de obrigações legais ou regulatórias.

Exemplo: João deseja participar de um sorteio de um carro zero KM, que será transmitido em emissora de televisão aberta que João costuma assistir. No entanto, para participar do sorteio, João precisa fornecer determinados dados pessoais por meio de um cadastro em um aplicativo que a emissora indicou. Ao entrar no aplicativo, João se deparou com um Aviso de Privacidade que esclarecia que parte dos dados do cadastro (p. ex. CPF) são requisitados devido às normas que regulam Promoções Comerciais no Brasil, conforme a Lei nº 5.768/2020.

3.3) Transparência aos participantes

Dentre os princípios fundamentais da LGPD, o da **transparência** determina que o titular dos dados seja informado de maneira clara e em momento anterior à coleta sobre o motivo pelo qual os dados serão tratados, bem como a finalidade e eventuais terceiros envolvidos na operação. Nas Promoções Comerciais o Regulamento e a política/aviso de privacidade são documentos adequados para fornecer transparência sobre as condições para participação e sobre o tratamento de dados.

Em regra, são solicitados para o cadastro na Promoção Comercial e para contato em caso de contemplação, os seguintes dados dos Participantes: **(i)** nome e sobrenome; **(ii)** documento pessoal para identificação (RG, CPF ou CNH); **(iii)** telefone de contato; **(iv)** e-mail e **(v)** endereço completo. Deve constar no Regulamento, de maneira clara, as finalidades para as quais os dados do Participante serão utilizados.

A transparência fornecida aos Participantes, titulares dos dados, deve acontecer desde antes da coleta, ao informar sobre o modo que os dados serão usados, como por meio da utilização de avisos “just-in-time notice” (isto é, exibir breves mensagens por pop-up quando o Participante clicar para inserir suas informações de cadastro no formulário do website da Promoção, que expliquem como os dados são usados). Durante o tratamento dos dados, deve-se manter as informações acessíveis para os titulares no decorrer de toda a experiência.

A transparência também deve ser mantida caso haja mudança na maneira como os dados são utilizados. Recomenda-se que os titulares sejam informados de modificações significativas no uso dos dados que afetem seus direitos, como por meio de envio de avisos por e-mail para informar que houve mudança de política de privacidade.

Do mesmo modo, recomenda-se informar ao titular o tempo pelo qual os dados serão mantidos pela empresa, bem como se há terceiros envolvidos na operação. Por exemplo, caso a Promotora conte com o suporte de uma Agência Técnica para a criação de um hot site ou plataforma para cadastro e gestão dos dados dos Participantes, ou no caso das Modalidades de sorteio em que a SEAE solicita o envio de uma lista contendo todos os nomes de todos os Participantes, tais compartilhamentos devem ser informados aos titulares.

A linguagem utilizada para prestar essas informações aos consumidores deve ser adequada às características do público-alvo Participante da Promoção Comercial. A fim de que sejam facilmente entendidas, elas devem vir de maneira curta, clara, sem textos técnicos, e de fácil acesso pelos Participantes. Pode-se utilizar, por exemplo, vídeos curtos sobre como os dados serão utilizados ao longo da participação na Promoção Comercial.

Além de ser uma obrigação legal, a prestação de informações claras aos usuários é um sinal de boa-fé. Ao adotar uma conduta transparente, a Promotora adquire vantagem competitiva, uma vez que transmite maior confiança para os Participantes, além de diminuir litígios, o que fortalece a credibilidade da companhia no mercado de modo geral.

3.4) Direitos dos titulares

Além de regulamentar as diretrizes que as empresas devem seguir ao lidar com dados pessoais, a LGPD também assegura direitos aos titulares de dados⁷. A obrigação de cumprir com esses direitos recai principalmente sobre o controlador dos dados.

Com o objetivo de proporcionar mais controle por parte dos indivíduos sobre suas próprias informações, a LGPD estabelece o direito do titular de **eliminar** ou **bloquear** os seus dados pessoais. Desse modo, o Participante das Promoções Comerciais pode solicitar que a Promotora/Mandatária ou Agência Técnica elimine essas informações de suas bases de dados. De forma semelhante o titular pode requisitar a **anonimização** de seus dados, ou **revogar o consentimento** fornecido (o que pode prejudicar sua participação na Promoção).

Aos titulares dos dados também é concedido o **direito à retificação** de dados incompletos, inexatos ou desatualizados. Os Participantes das Promoções Comerciais devem fornecer seus dados a fim de concorrerem às premiações, portanto tais dados precisam estar corretos e atualizados. O responsável pelo tratamento de dados deve, igualmente, comunicar aos outros destinatários dos dados as retificações realizadas – por exemplo, no caso de Agências Técnicas.

Deve-se ressaltar que os direitos do titular não são absolutos, devendo ser feita uma análise caso a caso das requisições. Por exemplo, um pedido de eliminação dos dados pode ser rejeitado se os dados forem necessários para cumprir uma obrigação legal ou regulatória.

3.5) Crianças e Adolescentes

Ao adotar a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança, o Brasil incorporou o princípio do **melhor interesse da criança** como regra para todas as decisões e medidas a serem tomadas, bem como qual interpretação deve ser dada a determinada ação quando os interesses da criança estão em jogo.⁸ Esse princípio foi refletido no art. 14 da LGPD, que prevê que o tratamento de dados pessoais de crianças e de adolescentes deverá ser realizado em seu melhor interesse.

⁷ Art. 18 da LGPD.

⁸ Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança, Decreto nº 99.710/1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto/1990-1994/D99710.htm>. Acesso em 18/08/2022.

Em complemento, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) estabelece que crianças e adolescentes são titulares de todos os direitos fundamentais inerentes às pessoas físicas, incluindo o direito à privacidade e à intimidade⁹, de modo que qualquer tratamento de dados realizados deve sempre observar essas premissas. Vale lembrar que, de acordo com o ECA, é considerado criança quem tem até 12 anos incompletos, e adolescente aqueles entre 12 e 18 anos.

Essa visão holística das normas aplicáveis a crianças e adolescentes em conjunto com a LGPD é imprescindível para avaliar a possibilidade de participação de menores em Promoções Comerciais e seus requisitos.

Atualmente, não há norma legal vigente que proíba a participação de menores de 18 anos em promoções comerciais. A única restrição legal existente é a participação de menores de 18 anos em promoções comerciais realizadas por concessionárias ou permissionárias de serviços de radiodifusão.¹⁰ Assim, o entendimento da SEAE é de que a participação de menores de idade é permitida (salvo a restrição mencionada), desde que o menor, caso contemplado, esteja representado por seu responsável legal no momento de entrega do prêmio.

Uma vez permitida a participação de menores em Promoções Comerciais, resta avaliar os fundamentos possíveis para viabilizar o tratamento de dados de crianças e adolescentes pela Promotora e pelos demais agentes envolvidos na ação, sempre à vista do princípio do melhor interesse.

De acordo com a LGPD, o consentimento de um dos pais ou do responsável legal é exigido para o tratamento de dados de crianças¹¹, sendo possível interpretar que o tratamento de dados de adolescentes pode ser fundamentado nas demais hipóteses previstas no art. 7º da LGPD.

Diante desse cenário, é possível concluir que a participação de menores em Promoções Comerciais está intimamente relacionada a sua capacidade de praticar os atos da vida civil.¹² De acordo com o Código Civil, são considerados absolutamente incapazes os menores de 16 anos e, portanto, precisam ser representados por seu responsável legal para que seus atos tenham validade. Já aqueles entre 16 e 18 anos são considerados relativamente incapazes, bastando a assistência de responsável legal.

9 Art. 100, inciso V do Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei nº 8.069/1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm>. Acesso em 19/09/2022.

10 Art. 1º-A, § 3º, da Lei 5.768/1971. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15768.htm>. Acesso em 19/09/2022.

11 Artigo 14 §1º da LGPD.

12 Artigos 3º e 4º do Código Civil, Lei nº 10.406/2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm>. Acesso em 18/08/2022.

Na prática isso significa que, para que uma criança possa participar de uma Promoção Comercial, ela deve estar representada por seu responsável legal, devendo este consentir com o tratamento de dados pessoais da criança. Já o adolescente, ao participar de uma Promoção Comercial, precisará ser representado ou assistido, e seus dados pessoais poderão ser tratados com base no seu próprio consentimento, com base na execução de contrato ou no legítimo interesse do controlador, conforme abordado no item 3.2.

Faixa etária	Requisito para participação na Promoção Comercial	Possíveis bases legais para participação na Promoção Comercial	Possíveis bases legais para análise de perfil do público
Criança (menor de 12 anos)	Representação do responsável legal	Consentimento do responsável legal	Consentimento do responsável legal
Adolescente (entre 12 e 16 anos incompletos)	Representação do responsável legal	Consentimento do adolescente ou execução de contrato	Legítimo interesse
Adolescente (entre 16 e 18 anos)	Assistência do responsável legal	Consentimento do adolescente ou execução de contrato	Legítimo interesse

Dessa forma, independentemente da base legal utilizada para fundamentar o tratamento de dados de crianças ou adolescentes no âmbito das promoções comerciais, será sempre necessário empregar esforços razoáveis (usando a tecnologia disponível) nessas circunstâncias para verificar a assistência ou representação dos pais ou responsáveis, uma vez que o menor não possui capacidade civil plena para consentir ou para firmar um contrato.

É importante mencionar ainda que, em promoções comerciais que permitam a participação de crianças e adolescentes, deve ser analisado com ainda mais cautela quais dados são efetivamente essenciais para as finalidades pretendidas, sempre visando o melhor interesse desse público. Isso porque entende-se que as crianças precisam de proteção específica em relação aos seus dados pessoais, pois podem estar menos cientes dos riscos, consequências e garantias em questão e seus direitos em relação ao tratamento de dados pessoais. Essa proteção específica deve aplicar-se, em

particular, à utilização de dados pessoais de crianças para fins de marketing e à coleta de dados pessoais de crianças ao usar serviços oferecidos diretamente a uma criança¹³.

Isso não significa necessariamente que a promotora está impedida de usar os dados pessoais de crianças em promoções comerciais, mas precisa garantir que atende a todos os requisitos das legislações aplicáveis. Por exemplo, é preciso garantir que o tratamento esteja em conformidade com todos os demais princípios de proteção de dados, além de ter uma base legal adequada para o tratamento e dar transparência sobre as finalidades pretendidas.

Em todas as circunstâncias, é necessário garantir que a criança ou o adolescente estejam especificamente protegidos quando os dados pessoais são tratados para esses fins, sem explorar qualquer falta de compreensão ou vulnerabilidade do menor¹⁴.

Por fim, a atenção ao princípio da transparência é imprescindível. Ao tratar dados de crianças e adolescentes, a promotora deve informar publicamente em seu aviso de privacidade a natureza dos dados coletados, finalidades de uso e como os direitos dos titulares podem ser exercidos pelos pais, responsáveis legais ou pela própria criança ou adolescente. Além disso, a linguagem utilizada no aviso de privacidade e nos formulários de inscrição deve ser simples, clara e de fácil compreensão, levando em consideração as capacidades físicas e intelectuais das crianças e dos adolescentes.

¹³ Considerando 38, da General Data Protection Regulation (GDPR).

¹⁴ Information Commissioner's Office (ICO). Children and the GDPR. Disponível em: <<https://ico.org.uk/media/for-organisations/guide-to-the-general-data-protection-regulation-gdpr/children-and-the-gdpr-1-0.pdf>>. Acesso em 19/08/2022.

04

Contratos e Proteção de Dados

Uma Promoção Comercial pode conter diversos agentes desempenhando variadas funções na operação, incluindo Agências, Agências Técnicas e Escritórios Externos, sendo a Promotora a responsável pela contratação desses agentes. Em linhas gerais, tais agentes podem atuar em todas as fases da Promoção Comercial, desde a concepção da ideia inicial até a prestação de contas ao SEAE.

Assim, os agentes têm **ampla participação no ciclo de vida do tratamento dos dados pessoais envolvidos na Promoção Comercial**. Diante disso, Agências, Agências Técnicas e Escritórios Externos podem receber acesso às bases de dados dos Participantes para, por exemplo, validação dos Participantes, administração de hotspots, compartilhamento de dados pessoais com o SEAE e outros fins.

Considerando essa característica da relação, em regra, conforme a legislação aplicável, a Promotora poderá assumir a responsabilidade por toda a cadeia de tratamento dos dados pessoais¹⁵. Com isso, o uso indevido da base de dados de Participantes, compartilhada com os agentes, pode representar riscos de privacidade e proteção de dados pessoais, de sorte que cabe à Promotora resguardar-se contratualmente contra essas situações.

É por isso que, nos contratos celebrados com os agentes, a Promotora deve preocupar-se em incluir **cláusulas robustas de privacidade e proteção de dados pessoais** para assegurar seus interesses ou, ainda, celebrar acordos específicos de tratamento de dados pessoais (*data processing agreements* – DPAs) para regular detalhadamente esse aspecto da relação jurídica.

No geral, os principais riscos que devem ser observados pelas Promotoras são os seguintes:

Possível risco praticado	Medida contratual preventiva
Uso de dados pessoais para finalidades ilícitas ou não autorizadas	A Promotora deverá estabelecer que os agentes estão autorizados a utilizarem os dados pessoais recebidos exclusivamente para desempenharem as suas respectivas funções fixadas no objeto do contrato ou outro instrumento específico, podendo vedar que o agente utilize a base de dados de Participantes para finalidades próprias e/ou secundárias.

¹⁵ Art. 42. da Lei Geral de Proteção de Dados, Lei nº 13.709/2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm>. Acesso em 23/08/2022.

Falta de transparência	Os agentes – nesse caso, principalmente, Agências Técnicas – devem colocar em prática medidas de transparência, como políticas ou avisos de privacidade, para informar os Participantes sobre como seus dados pessoais serão tratados.
Uso indevido de categorias específicas de dados pessoais	Caso a Promoção Comercial envolva categorias específicas de dados (como dados sensíveis, dados de crianças e adolescentes, ou dados de idosos) os agentes devem adotar medidas específicas previstas em lei para adequar o tratamento de tais categorias de dados, ficando responsáveis, por exemplo, pela obtenção de consentimento quando for assim exigido.
Violações à segurança dos dados pessoais	O agente deve comprometer-se a aplicar medidas técnicas e organizacionais adequadas de segurança da informação, e a Promotora deverá estabelecer diretrizes de comunicação com o agente, em caso de suspeita ou identificação de um incidente de segurança que afete a base de dados de Participantes.
Falhas no atendimento a requisições de direitos dos titulares	Deverá haver um fluxo de atendimento às requisições de direitos dos titulares estabelecido entre a Promotora e os agentes, de maneira que as partes prestem auxílio uma à outra a fim de evitar prolongamentos técnicos ou administrativos nas respostas às requisições de direitos dos Participantes.
Descarte e/ou retenção inadequada de dados pessoais	É comum que o instrumento contratual preveja, em geral, que os agentes devolvam e eliminem a base de dados de Participantes após determinado período (p. ex. exigindo que Agências descartem os dados pessoais após a determinação do vencedor da Promoção Comercial), ressalvadas as hipóteses de manutenção dos dados para cumprimento de obrigações legais ou regulatórias.
Compartilhamento indevido de dados pessoais	A Promotora poderá condicionar à autorização prévia ou, ainda, vedar a subcontratação de terceiros e o eventual compartilhamento de dados pessoais pelo agente com terceiros. Em todo caso, poderá também exigir que tais compartilhamentos, quando ocorrerem, respeitem as mesmas medidas de segurança e controles fixados no contrato com a Promotora.

Visando evitar ou remediar a concretização desses riscos, a Promotora (i) deverá adequar as **cláusulas de responsabilidade** do contrato ou instrumento específicos de acordo com essas situações; e (ii) poderá considerar a adoção de **cláusulas de auditoria**, a fim de verificar o cumprimento das disposições do contrato ou instrumento específicos pelos agentes.

Considerando a sensibilidade da operação, pode ser também importante assegurar:

- controles de gerenciamento de identidade e estruturação de acessos em diferentes níveis (p.ex. seguindo o princípio “*need-to-know*”);
- controles de revogação de acessos aos dados, em caso de desligamento do empregado autorizado anteriormente a operar a base de dados;
- tratamento de dados apenas em ambientes seguros, com controles físicos e lógicos de acesso e procedimentos de monitoramento do uso do ambiente.

Os agentes devem, contudo, atuar na negociação do contrato de maneira a calibrar as exigências de acordo com o nível de risco dos tratamentos de dados pessoais praticados na Promoção Comercial.

05

Incidentes de Segurança da Informação

Um incidente de segurança da informação é definido como qualquer evento relacionado à violação da confidencialidade, integridade ou disponibilidade da informação. Pode-se citar como exemplos o acesso não autorizado, acidental ou ilícito, que acarrete a perda, destruição, vazamento ou qualquer outra forma de tratamento inadequado ou ilícito dos dados.

Os agentes de tratamentos devem estabelecer, portanto, responsabilidades e procedimentos para identificar, responder e registrar violações de dados pessoais, principalmente por meio de política de segurança da informação e plano de resposta a incidentes.

5.1) Como as Promotoras devem agir

Tendo em vista que a Promotora atuará, na maioria dos casos, como controladora¹⁶ dos dados pessoais, ela será a principal responsável por avaliar a necessidade de notificar os titulares afetados e a ANPD em caso de incidente, conforme exige a LGPD. Na ocorrência de um incidente de segurança, o evento deve ser avaliado internamente (incluindo a natureza, os tipos de dados, os titulares afetados, as consequências concretas, etc), e caso haja risco ou dano relevante aos titulares, a ANPD e os titulares devem ser comunicados. Caso haja um incidente que não preencha essas condições, o evento ser documentado, mas não necessariamente precisará ser comunicado.

A ANPD ainda não definiu critérios detalhados para definição de risco ou dano relevante ao titular, mas, nas orientações gerais da autoridade para comunicação de incidentes, ela sugere avaliar os seguintes elementos:¹⁷

- i. se o incidente envolve dados pessoais sensíveis;
- ii. se o incidente envolve indivíduos em situações de vulnerabilidade, incluindo crianças e adolescentes e idosos; e
- iii. se o incidente tem o potencial de ocasionar danos materiais ou morais, tais como discriminação, violação do direito à imagem ou reputação, fraudes financeiras, entre outros.

Sugere-se, ainda, considerar também o volume dos dados envolvidos, a quantidade de indivíduos afetados, e a facilidade de identificação dos titulares a partir dos dados afetados pelo incidente.

¹⁶ Art. 48 da LGPD.

¹⁷ AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS. Comunicação de incidentes de segurança. 21/07/2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/incidente-de-seguranca>>. Acesso em: 23/08/2022

5.2) Como os demais agentes devem agir

As Agências, Agências Técnicas e Escritórios Externos prestam serviços para a Promotora da Promoção Comercial, geralmente na posição de operadores, tratando os dados pessoais conforme instruções. Dessa forma, recomenda-se que, em caso de mera suspeita ou confirmação de incidentes envolvendo dados pessoais, tais agentes comuniquem imediatamente a Promotora sobre o incidente, de forma detalhada e por escrito.

É recomendável que o operador auxilie o controlador na tratativa dos incidentes, fornecendo as informações a que tiver acesso, tal como os dados pessoais afetados, a quantidade de titulares afetados, entre outras. Mesmo que um desses agentes atue como controlador conjunto com a Promotora, as mesmas obrigações se aplicam.

Por fim, caso o operador venha a descumprir as obrigações previstas na legislação de proteção de dados ocasionando danos aos titulares, o operador poderá responder de forma solidária aos danos causados ao titular¹⁸.

¹⁸ Art. 42, §1º, I da Lei Geral de Proteção de Dados, Lei nº 13.709/2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm>. Acesso em 22/08/2022.

06

Conclusão

Conforme visto, a realização de Promoções Comerciais envolve uma série de agentes de tratamento, incluindo a Promotora, as Agências, as Agências Técnicas e os Escritórios Externos. Todos os agentes possuem obrigações relativas à proteção e ao uso adequado dos dados pessoais, contudo, tais obrigações recaem majoritariamente sobre o(s) controlador(es) dos dados. Sendo a Promotora em muitos casos a principal controladora, ela deve utilizar cláusulas contratuais de proteção de dados adequadas com seus parceiros e fornecedores. Em caso de incidente de segurança da informação, os agentes de tratamento devem colaborar para endereçar rapidamente o incidente e avaliar a necessidade de notificação da ANPD e titulares.

Em relação aos titulares dos dados pessoais, destaca-se o direito de obterem informações claras sobre como seus dados pessoais serão utilizados nas Promoções Comerciais. Para efetivação da transparência, o Regulamento deve ter informações sobre como os dados serão tratados. Conjuntamente, recomenda-se a elaboração de política/aviso de privacidade específico para a Promoção, os quais devem listar os demais direitos do titular previstos em lei e como eles podem ser exercidos perante os agentes de tratamento. Cuidados específicos também devem ser tomados no caso de participação de crianças e adolescentes, principalmente em relação ao consentimento dos pais ou responsáveis legais quando aplicável.

Conforme melhor discutido acima, a LGPD não impede ou dificulta a utilização de dados pessoais nas Promoções Comerciais, estabelecendo apenas parâmetros para que os dados sejam usados adequadamente, o que permite, inclusive, uma maior confiança e participação dos consumidores ao garantir que seus dados serão utilizados de maneira segura.

b/luz

deixa com a gente

Para saber mais, acesse nosso site ou
nos acompanhe nas redes sociais.



baptistaluz.com.br