



Lei Geral de Proteção de Dados

LGPD - LEGÍTIMO INTERESSE

por ANA MARIA DALLA FERREIRA

De acordo com a Lei 13.709/18 – Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), em especial seu artigo 7º, o tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado para uma finalidade específica de tratamento e se esta finalidade estiver apoiada em uma das 10 Bases Legais.

Dentre as Bases Legais elencadas na LGPD destacamos a Base Legal do Legítimo Interesse – que nada mais é do que a possibilidade do tratamento de dados pessoais para atender aos interesses legítimos do Controlador ou de terceiros para finalidades legítimas:

- de apoio e promoção de suas atividades;
- proteção do titular, do exercício regular dos seus direitos ou prestação de serviços que beneficiem o titular dos dados, respeitadas suas legítimas expectativas e seus direitos e liberdades fundamentais.

A utilização desta Base Legal do Legítimo Interesse deve ser cuidadosamente analisada pelo Controlador dos dados na sua situação concreta, balan-

ceando os interesses do Controlador com os direitos e liberdades fundamentais do titular dos dados.

Ela não é uma Base Legal Coringa!!! Ela não pode substituir qualquer outra Base Legal ou ser utilizada indiscriminadamente em qualquer situação ou em qualquer finalidade de tratamento dos dados.

A LGPD não dispõe a fundo sobre as diretrizes que devem ser adotadas pelas empresas para utilização desta Base Legal e muito do que temos visto está baseado na experiência da Europa. O Information Commissioner's Office (ICO), uma autoridade independente do Reino Unido, recomenda a elaboração de um Teste do Legítimo Interesse (Legitimate Interests Assessment- LIA) para balancear, de um lado, os interesses do Controlador e, de outro lado, os Direitos e Liberdades Fundamentais do Titular dos Dados.

Assim, para que a Base Legal do Legítimo Interesse seja utilizada pela empresa de maneira consistente o Teste do Legítimo Interesse deverá ser aplicado a cada uma das finalidades de tratamento dos dados.

No que consiste este Teste do Legítimo Interesse? Este teste é feito em quatro fases:

Primeira fase do Teste – Legitimidade do Interesse - consiste na verificação se o interesse do Controlador de fato é legítimo e se existe alguma legislação que proíba o tratamento (artigo 10º - caput da LGPD).

Exemplo: Analisar que não existe legislação que proíba a realização de propaganda pela Concessionária através de email marketing para o titular de dados (consumidor) que já adquiriu veículos na Concessionária ou já manifestou interesse em adquirir veículos.

Segunda fase do Teste – Necessidade -

Verificação, pelo Controlador, da necessidade de utilização do dado pessoal para aquela finalidade do tratamento do dado (artigo 10º, parágrafo 1º da LGPD).

Exemplo: para enviar o email marketing preciso utilizar o email do titular do dado? Sim, para enviar o email marketing é necessária a utilização do email do titular.

Terceira fase do Teste – Balanceamento - Consiste no balanceamento e verificação da legítima expectativa do titular dos dados e os interesses do Controlador. A empresa não deverá ferir nenhum dos direitos do titular, mas ao mesmo tempo deve prestar atenção às suas atividades e interesses (artigo 10º, II da LGPD).

Exemplo: O Controlador deve analisar se o titular do dado, ao receber o email marketing da Concessionária, achará aquele recebimento estranho ou não, ou seja, se o titular do dado alguma vez fez contato com a Concessionária ele não estranhará ao receber referida propaganda, ele tem uma expectativa do recebimento já que a empresa não lhe é estranha, pois em outra oportunidade seus dados já foram entregues para a Concessionária.

Quarta fase do Teste – Salvaguardas - Esta fase do Teste do Legítimo Interesse deverá ser utilizada para a empresa verificar internamente se os titula-

res dos dados podem exercer seus direitos (“optout”, oposição, etc.) e que a empresa verifique também que serão adotadas medidas para garantir a transparência do tratamento dos dados (artigo 10º, parágrafos 1º e 2º da LGPD).

Exemplo: no caso analisado podemos colocar que o controlador deverá garantir medidas que possibilitem ao titular dos dados solicitar seu “optout” parando de receber o email marketing.

A experiência europeia demonstra que feito o Teste do Legítimo Interesse e passando em todas as etapas, a empresa poderá utilizar a base legal do Legítimo Interesse. Vale colocar que o Teste deverá ficar armazenado na empresa, independentemente de o resultado ser positivo ou negativo para utilização da referida base.

Outro aspecto importante sobre o Legítimo Interesse é que, de acordo com a LGPD, a Autoridade Nacional de Proteção de Dados poderá solicitar ao Controlador Relatório de Impacto à Proteção de Dados Pessoais, quando o tratamento estiver fundamentado no Legítimo Interesse, observados os segredos comercial e industrial (artigo 10º, parágrafo 3º da LGPD).

O Relatório de Impacto à Proteção de Dados Pessoais - também conhecido como Data Protection Impact Assessment (DPIA), conforme disposto na LGPD deverá conter, no mínimo, a descrição dos tipos de dados coletados, a metodologia utilizada para a coleta dos dados e para a garantia da segurança das informações e a análise do controlador com relação a medidas, salvaguardas e mecanismos de mitigação de risco adotados. (parágrafo único do artigo 38 da LGPD)

Por fim, apesar das empresas utilizarem o direcionamento vindo da Europa sobre a utilização da Base Legal do Legítimo Interesse, nos próximos meses a Autoridade Nacional de Proteção de Dados – ANPD - deverá se posicionar quanto à utilização desta Base Legal de forma que tenhamos um direcionamento mais claro e dirigido às atividades das empresas no Brasil. 🇧🇷

Ana Maria Dalla Ferreira

Profissional com mais de 20 anos de experiência no setor de distribuição automotiva, atua como Advogada do escritório Lopes da Silva, desde 2016, na área Cível, além de prestar Consultoria em Privacidade e Proteção de Dados. Pós-Graduada em Direito Empresarial pela Universidade Presbiteriana Mackenzie; com especialização em Direito da Economia e da Empresa pela

As colunas mantidas pela ABRADIT NEWS têm por objetivo trazer diferentes pontos de vista e informações aos executivos da Rede. As opiniões são de responsabilidade dos articulistas, não refletindo necessariamente o posicionamento da Associação ou da Rede Toyota do Brasil.