

MARKETING PARA E-COMMERCE

Bruno Campos de Oliveira



INTRODUÇÃO À LGPD

Como funcionam as leis de
proteção de dados

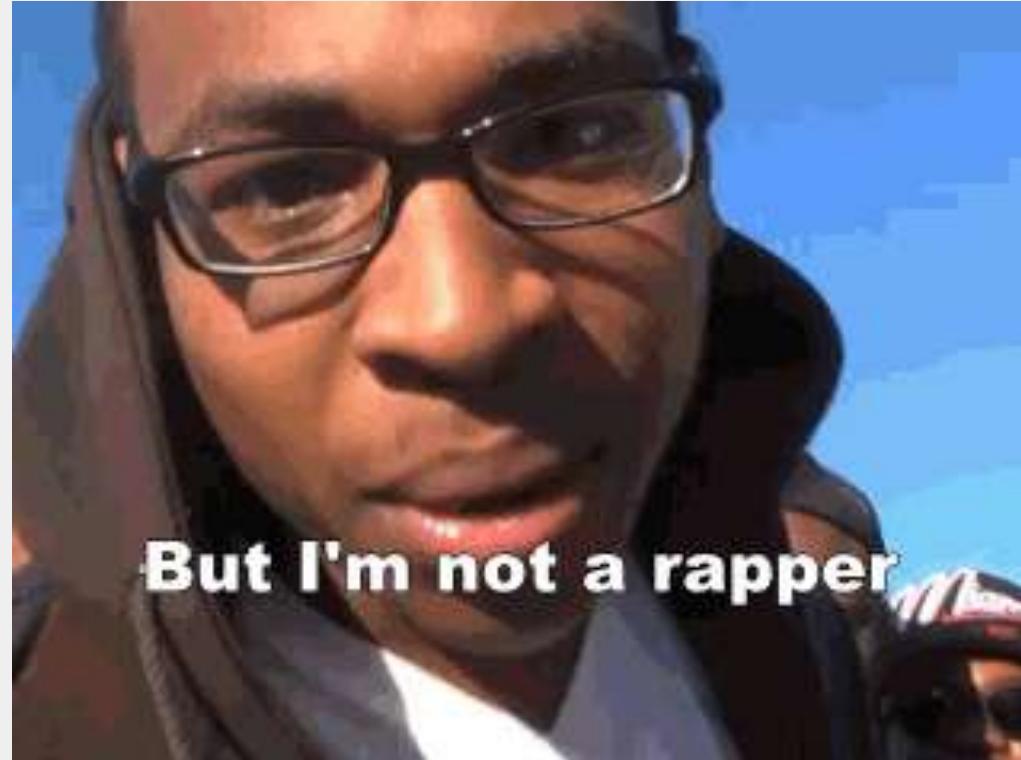


```
1. Sep 15:53 .
2. Sep 15:53 ..
3. Sep 2015 bin -> usr/bin
4. Sep 09:31 boot
5. Sep 15:50 dev
6. Sep 09:32 etc
7. Sep 15:52 home
8. Sep 2015 lib -> usr/lib
9. Sep 2015 lib64 -> usr/lib
10. Jul 10:01 lost+found
11. Sep 22:45 mnt
12. Sep 15:52 opt
13. Sep 08:15 private -> /home/enc
14. Aug 15:37 proc
15. Sep 15:50 root
16. Sep 15:50 run
17. Sep 2015 sbin -> usr/bin
18. Sep 15:51 srv
19. Sep 15:45 sys
20. Aug 15:39 tmp
21. Jul 10:25 usr
22. Sep 15:53 var
```

DISCLAIMER

O intuito dessa aula é mostrar como funcionam leis de proteção de dados e como devemos nos adequar.

Não deve ser visto como orientação jurídica, o que deve ser feito por um advogado.



O QUE É LGPD?

É uma sigla para Lei Geral de Proteção de Dados.

Essa lei estabelece regras que organizações devem respeitar na coleta, armazenamento, manipulação e uso de dados de pessoas.

Após 8 anos de debates a lei foi sancionada por Michel Temer em 2018, mas só começou a valer a partir de 18 de setembro de 2020



CONHECENDO A GDPR

GDPR é a sigla para General Data Protection Regulation, um conjunto de regras que visa proteger a privacidade das pessoas em solo europeu.

A lei vale desde 25 de Maio de 2018 e é aplicada para qualquer empresa que mantenha operações na Europa, mesmo que sua sede não esteja lá.



O QUE DIZ A LEI

A LGPD prevê alguns atores importantes no processo de gestão de dados:



Titular de Dados

- Pessoa física titular dos dados



Controlador

- Empresa ou organização como uma ONG, governo.



Operador

- Empresa que vai usar aquele dado para algum fim



Encarregado (DPO)

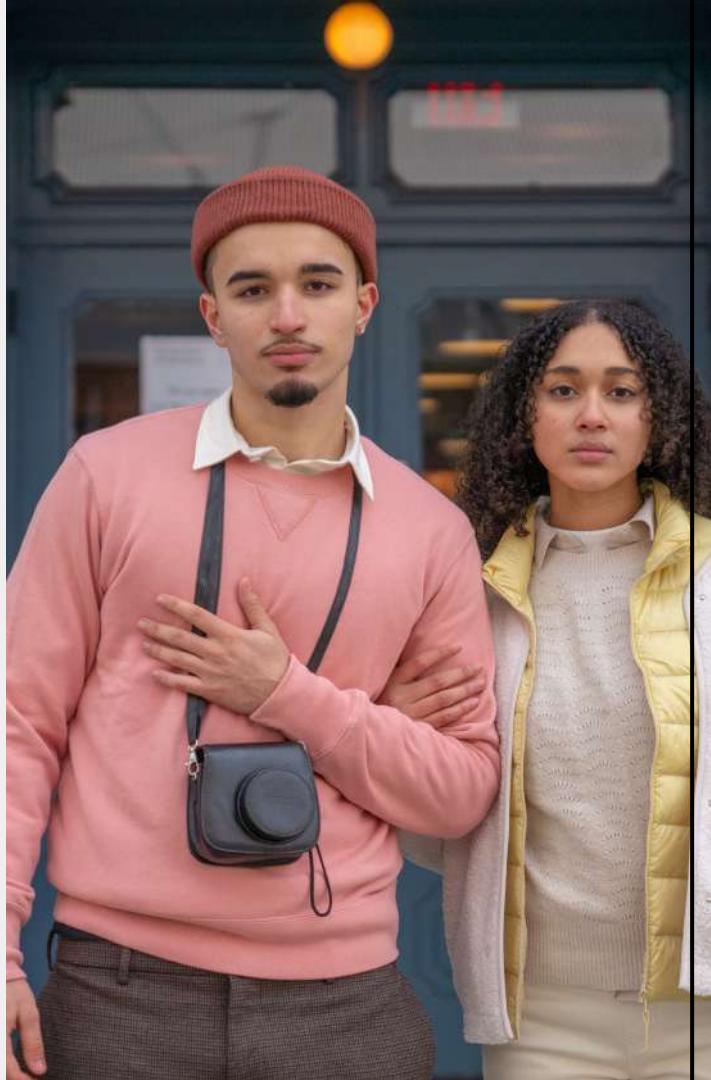
- É a pessoa responsável pelos dados da empresa.

CONCEITOS IMPORTANTES

Dados Pessoais

É entendido como dado pessoal todo dado que permite identificar uma pessoa.

Como cookies permite quem um usuário seja re-impactado em uma campanha de remarketing, logo a lei entende que é uma identificação. Ou seja, mesmo não sabendo o nome da pessoa já é considerado como um dado pessoal.



SAIBA MAIS: [Resultados Digitais - LGPD](#)

CONCEITOS IMPORTANTES

Tratamento de Dados

Como tratamento de dados, é entendida toda a manipulação de dados pessoais. Alguns exemplos:

- Coleta
- Classificação
- Utilização
- Acesso
- Reprodução
- Armazenamento
- Eliminação
- Controle da Informação
- Compartilhamento



CONCEITOS IMPORTANTES

Princípios

O texto prevê 11 princípios que funcionam como uma lista de melhores práticas para se adequar a lei.

No entanto, essa lista não é mera sugestão e sim obrigações que as empresas e organizações precisam se adequar e praticar constantemente.



CONCEITOS IMPORTANTES

Bases Legais

As bases legais são as hipóteses e regras que autorizam o uso de dados pessoais.

Desde que a lei entrou em vigor, ao final de 2020, toda empresa que estiver fora disso pode ter sua prática considerada como ilegal.

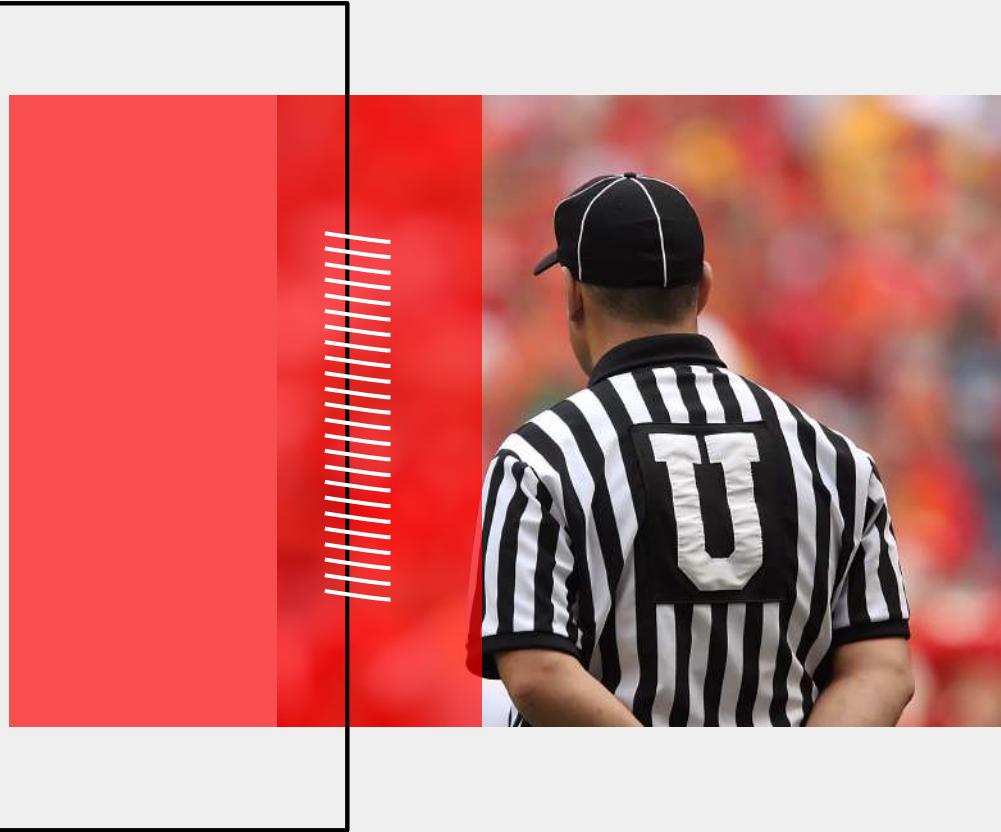
E com isso, sofrer penalidades que podem chegar a multas de 50 milhões por infração*

*2% do faturamento líquido limitada a 50 milhões de reais por infração.



11 PRINCÍPIOS DA LGPD

Como se adequar a Lei
Geral de Proteção de
Dados do Brasil



O QUE SÃO OS 11 PRINCÍPIOS DA LGPD?

Os princípios da LGPD são uma lista de regras que devem ser seguidas para total adequação da lei.

É como um manual de boas práticas cuja adequação não é opcional.



OS 11 PRINCÍPIOS



Confirmação de que existe um ou mais tratamento de dados sendo realizado



Acesso aos dados pessoais conservados que lhe digam respeito



Correção de dados pessoais incompletos, inexatos ou desatualizados



Eliminação de dados pessoais desnecessários, excessivos ou caso o seu tratamento seja ilícito



Portabilidade de dados a outro fornecedor de serviço ou produto, observados os segredos comercial e industrial



Eliminação de dados (exceto quando o tratamento é legal, mesmo que sem o consentimento do titular)



Informação sobre compartilhamento de seus dados com entes públicos e privados, caso isso exista



Informação sobre o não consentimento, ou seja, sobre a opção de não autorizar o tratamento e as consequências da negativa



Revogação do consentimento, nos termos da lei



Reclamação contra o controlador dos dados junto à autoridade nacional



Oposição, caso discorde de um tratamento feito sem seu consentimento e o considere irregular

O QUE MUDA COM A LGPD



SAIBA MAIS: [SERPRO GOV - LGPD](#)

PRINCIPAIS PRINCÍPIOS

Finalidade e Adequação

No momento da coleta dos dados é importante que a empresa informa qual a finalidade daquilo.

Ela não pode simplesmente usar para o que bem entender sem antes ter sinalizado ao titular do dado.



SAIBA MAIS: [Resultados Digitais - LGPD Princípios](#)

PRINCIPAIS PRINCÍPIOS

Necessidade

A coleta e utilização de dados pessoais deve se limitar ao mínimo necessário para as atividades previstas.

SAIBA MAIS: [Resultados Digitais - LGPD Princípios](#)



PRINCIPAIS PRINCÍPIOS

Transparência

Garantir aos titulares o acesso de como os dados são tratados e manipulados.

Como um “conheça nossa cozinha” mas sempre, claro, respeitando os segredos industriais das empresas.

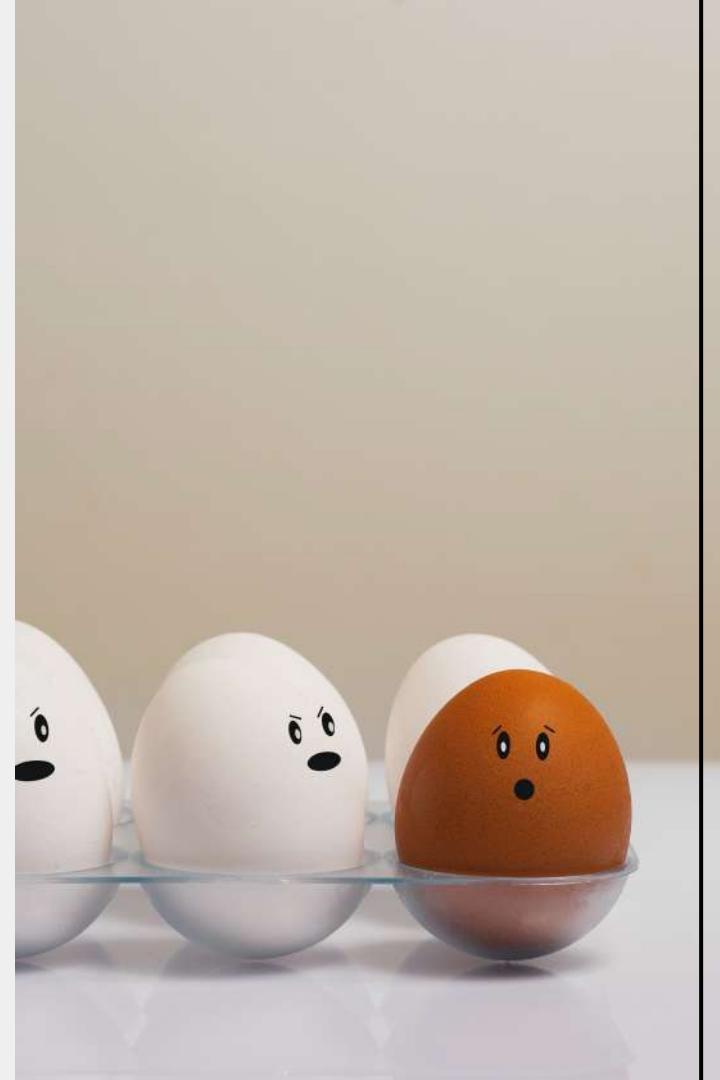


SAIBA MAIS: [Resultados Digitais - LGPD Princípios](#)

PRINCIPAIS PRINCÍPIOS

Não Discriminação

Dados não podem ser coletados ou manipulados para fins abusivos , ilícitos ou discriminatórios.



SAIBA MAIS: [Resultados Digitais - LGPD Princípios](#)

|||||

PRINCIPAIS PRINCÍPIOS

Consentimento

É importante ter um registro de consentimento prévio do titular para o uso do seu dado.

Ex.: *bases de e-mail diferentes em uma mesma empresa.*

SAIBA MAIS: [Resultados Digitais - LGPD Princípios](#)



PRINCIPAIS PRINCÍPIOS

Legítimo Interesse

A lei prevê que, em casos de legítimo interesse do titular, a organização pode entrar em contato ou usar um dado se for algo que com 100% de certeza será positivo para aquele indivíduo.



SAIBA MAIS: [Resultados Digitais - LGPD Princípios](#)

O FIM DOS COOKIES

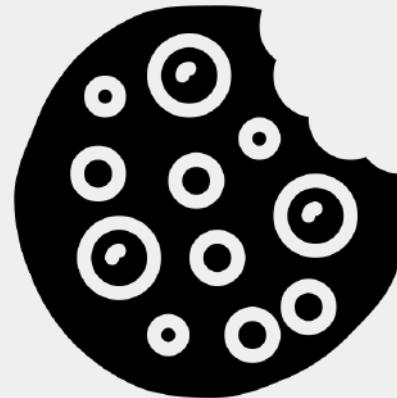
O que deve acontecer nos
próximos anos



O QUE SÃO COOKIES E PORQUE FALAMOS DO SEU FIM?

Cookies são pequenos arquivos que são instalados no dispositivo móvel ou celular do usuário e, a partir daí, fazem um rastreamento do comportamento online.

Eles podem armazenar preferências e, desde que privacidade começou a ser um grande tema, são questionados.





GOOGLE ANUNCIOU
EM 2019 QUE
PRETENDIA FAZER
MUDANÇAS
RELACIONADAS A
POLÍTICAS DE
PRIVACIDADE EM
SEU NAVEGADOR
CHROME

LGPD

A LEI GERAL DE
PROTEÇÃO DE DADOS
(LGPD) NO BRASIL E A
GDPR, JÁ VIGENTE HÁ
ALGUM TEMPO NA
EUROPA .



FIREFOX, DA
MOZILLA, E SAFARI,
DA APPLE JÁ NÃO
PERMITEM COOKIES.

MERCADO DOS COOKIES



67,09%



10,13%



7,97%

TIPOS DE COOKIES

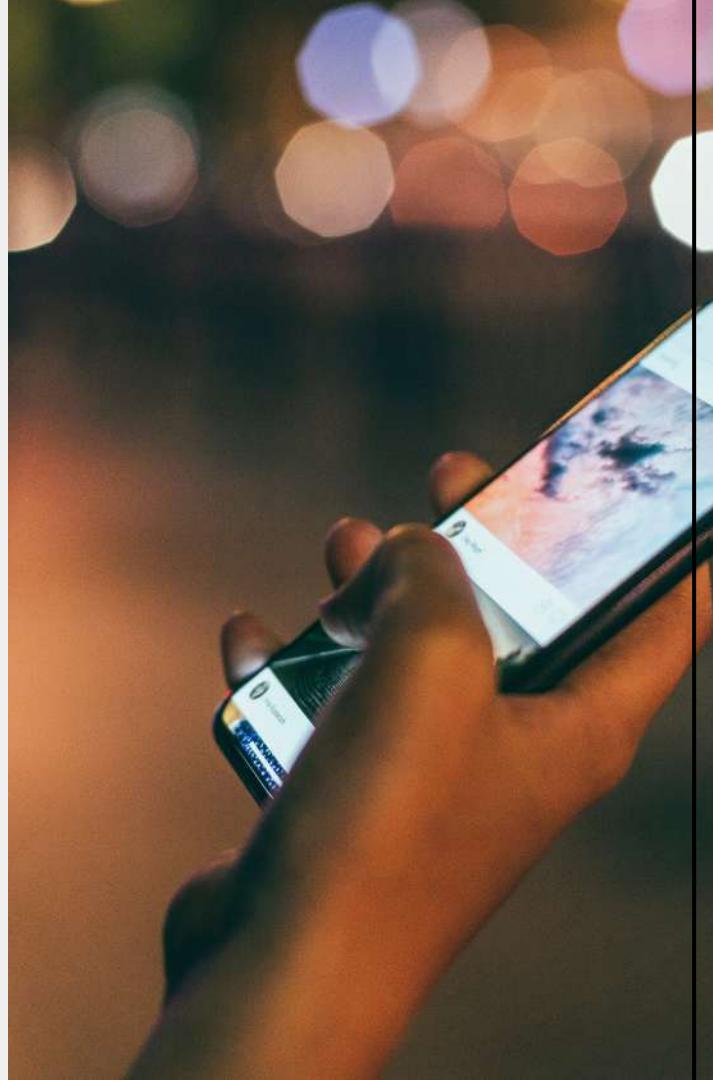
Cookie Primário

Cookies que são inseridos pelo dono do ambiente (site ou app)

Cookie Terceiro

Cookies que são inseridos por data providers que tem suas tags em diversos sites e aplicativos para mapear o comportamento das pessoas.

Ao que tudo indica apenas os cookies de terceiros serão afetados.



ADS PLAY



QUAIS SÃO
AS POSSIBILIDADES?

DIVERSAS INICIATIVAS
SURGIRAM, BUSCANDO
NOVAS FORMAS DE
OBTER DADOS
DE MANEIRA MAIS
ÉTICA E SEGURA



Padrões definidos por seu
Privacy Sandbox.

O Privacy Sandbox representa um caminho alternativo que a empresa está oferecendo para a indústria da publicidade, contando com sinais anônimos (que não são cookies) dentro do navegador Chrome de uma pessoa.



PUBLICIDADE COM BASE NOS INTERESSES NA WEB



Uma nova tecnologia chamada **FLoC** (Federated Learning of Cohorts).

Um padrão de navegador proposto que permitirá a “**publicidade com base em interesses na web**”, sem permitir que os anunciantes saibam a identidade do usuário.

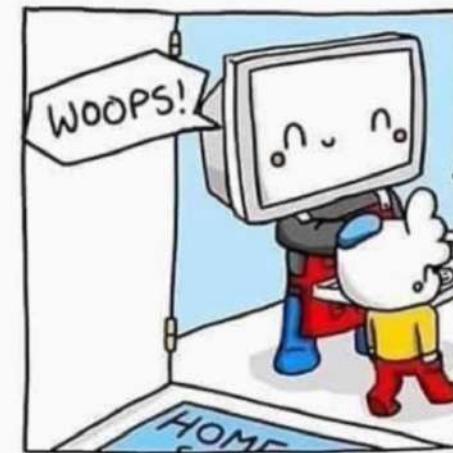
OUTRO CONCEITO QUE GANHA FORÇA E RELEVÂNCIA

Walled Gardens

É como uma rede de aplicativos (por exemplo, o Facebook), que funciona como um ecossistema fechado que coleta os dados do usuário.

É o que a Apple faz com seu iCloud, iTunes, Apple Watch, Apple TV etc.

MESMO RESPEITANDO AS LEIS DE PRIVACIDADE,
CADA VEZ MAIS SEU DADO É COLETADO E
COMPARTILHADO DE MANEIRA ANÔNIMA EM UM
ECOSSISTEMA FECHADO.



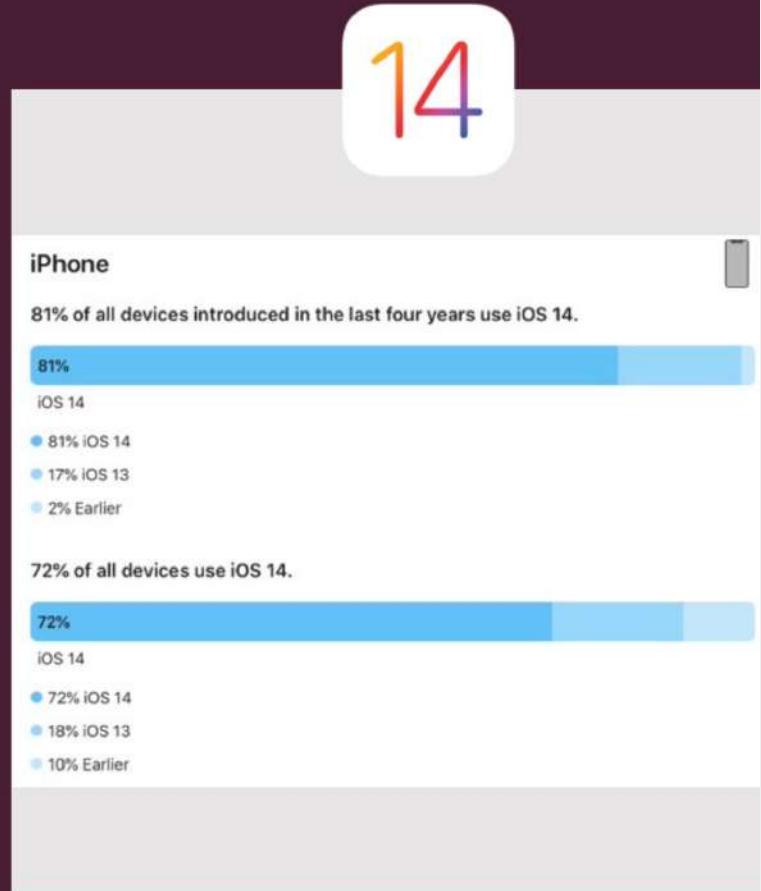
light roast



IOS 14 MOSTRA UMA TENDÊNCIA:
O DISPOSITIVO COMO
PROTAGONISTA NA GESTÃO DE DADOS



APENAS 13% DOS
USUÁRIOS DE IOS 14
ACEITARAM O
RASTREAMENTO DE
PUBLICIDADE



COOKIES ARE GOING AWAY. WHAT DO WE DO?



TRACK CONSUMERS WITH SPYWARE?



USE FACIAL RECOGNITION DRONES?



HIJACK THEIR DEVICE CAMERAS?



INSTALL RFID CHIP IMPLANTS?



HOW ABOUT WE RESPECT THEIR PRIVACY AND MOVE AWAY FROM MICROTARGETING?



ALAN, LET'S BE REALISTIC.



TAREFA

MÓDULO 27

Entrar na [Acer Store](#) e localizar se o checklist abaixo em prol da LGPD foi feito:

- Termos e Condições;
- Política de Privacidade;
- Aviso de cookies;
- Segmentação de cookies;
- Possibilidade de não ser rastreado.

Fique à vontade para sugerir melhorias.

