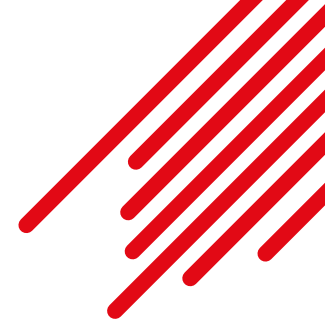




LGPD

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS



Lei Geral de Proteção de Dados Controladoria conjunta e singular

Prezados colegas e colaboradores, após explicitarmos as distinções entre **controladoria conjunta** e **controladoria singular**, demonstraremos a seguir como efetivamente verificar se em uma instituição a função é exercida de maneira conjunta.

Como avaliar se há controladoria conjunta

Em resumo, verifica-se a existência de controladoria conjunta quando os seguintes critérios forem observados:

1. **Mais de um controlador possui poder de decisão** sobre o tratamento de dados pessoais;
2. **Há interesse mútuo de dois ou mais controladores**, com base em finalidades próprias, sobre um mesmo tratamento; e
3. **Dois ou mais controladores tomam decisões comuns ou convergentes** sobre as finalidades e elementos essenciais do tratamento.

Todos os critérios acima deverão ser observados para que a existência da controladoria conjunta seja reconhecida. A seguir, apresentamos exemplos para melhor elucidar a análise.

Exemplos

1. Uso de dados abertos disponibilizados por Agência Reguladora

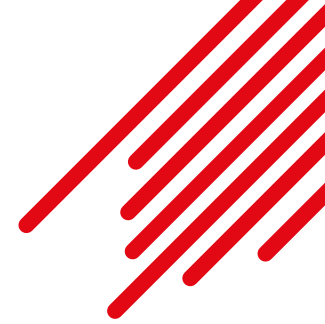
Agência Reguladora disponibiliza acesso público aos dados relativos às outorgas dos serviços regulados, incluindo informações de pessoas naturais sócias de prestadoras. A base de dados é armazenada pela própria Agência e utilizada para subsidiar decisões administrativas. Organização da Sociedade Civil tem acesso aos dados disponibilizados pela Agência e efetua, com base em solução de inteligência artificial, cruzamento com outras bases de dados visando à realização de ações de controle social de entidades e agentes públicos. Sociedade Empresária também trata os dados em questão, visando, porém, fornecer serviços de consultoria aos agentes do setor regulado.

Embora a mesma base de dados seja utilizada pelas três entidades (Agência Reguladora, Organização da Sociedade Civil e Sociedade Empresária), cada uma dessas organizações é responsável e responde pelos respectivos tratamentos realizados. Neste contexto, **não há controladoria conjunta** pois o tratamento de dados ocorre no âmbito das atividades e das finalidades definidas por cada organização.



LGPD

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS



Lei Geral de Proteção de Dados Controladoria conjunta e singular

2. Campanha de marketing de empresas I: decisões comuns

As empresas ARGENTINA e BRASIL lançaram um produto de marca conjunta COSMÉTICO e desejam organizar um evento para promover este produto. Para esse fim, decidem compartilhar dados de seus respectivos clientes e banco de dados de clientes potenciais e decidir sobre a lista de convidados para o evento com base nesses dados. Eles também concordam sobre as modalidades de envio dos convites para o evento, como coletar feedback durante os eventos e sobre as ações de marketing de acompanhamento. Por fim, contratam a agência de marketing DINAMARCA para executar a campanha. A agência traz sugestões de como os clientes poderiam ser mais bem alcançados e define os canais, ferramentas e produtos da campanha.

As empresas ARGENTINA e BRASIL podem ser consideradas **controladores conjuntos** para o tratamento de dados pessoais relacionados com a organização do evento e promoção do produto da marca COSMÉTICO, por terem definido, em conjunto, a finalidade e os elementos essenciais dos dados tratados nesse contexto.

Já a agência de marketing DINAMARCA atuará como operadora de dados para as empresas ARGENTINA e BRASIL. Ainda que opine sobre os meios de tratamento, ela não é a responsável pela tomada de decisão final, limitando-se a definir elementos não essenciais como os canais, ferramentas e produtos da campanha.

Caso a agência de marketing DINAMARCA contrate serviços de terceiros de armazenamento de dados em nuvem, por exemplo, essa empresa prestadora de serviços será caracterizada como suboperadora.

3. Campanha de marketing de empresas II: decisões autônomas

Considere-se agora que a campanha descrita no exemplo anterior foi tão bem-sucedida que, em um segundo momento, a empresa ARGENTINA contrata a agência de marketing DINAMARCA para divulgar seus produtos ESPELHO e FACA. Pouco tempo depois, a empresa BRASIL toma a mesma decisão para divulgação dos produtos GARRAFA e HALTERE. Ambas as empresas passam a usar a lista de clientes que haviam compartilhado anteriormente.

Nesta situação, que envolve a divulgação de produtos produzidos exclusivamente pela empresa ARGENTINA ou pela empresa BRASIL, estas atuarão como **controladores singulares**, cada uma atuando em suas próprias campanhas. A agência de marketing DINAMARCA continuará como operadora de dados para cada empresa.

Até a próxima publicação, quando iniciaremos a análise da função de operador de dados!