



Um panorama da implementação da LGPD no Brasil: uma pesquisa exploratória com 216 profissionais

Lamara Ferreira¹, Marcelo T Okano²

Resumo: A temática “dados pessoais” está em alta devido a entrada em vigor da lei geral de proteção de dados (LGPD), também conhecida como lei nº 13.709/2018, e trata de qualquer relação entre o tratamento de informações classificadas como dados pessoais por qualquer meio. Este artigo tem o objetivo detectar a opinião de profissionais sobre a LGPD e as ferramentas e métodos para auxiliar na implementação da Lei. Para verificar o panorama de adequação das organizações a LGPD no Brasil, foi realizado uma pesquisa por meio de uma *survey* com 216 profissionais de diversos segmentos de mercado e regiões. Após a análise dos resultados da pesquisa ficou claro que muitas empresas estão iniciando os projetos de adequação a LGPD e que as estruturas internas ainda são pequenas e merecem atenção redobrada no treinamento dos colaboradores.

Palavras-chave: Simpósio; Modelos de Artigo; Metodologia Científica.

Abstract: Tradução do resumo para o idioma inglês.

The theme "personal data" is on the rise due to entry into force of the General Data Protection Law (LGPD), also known as law no. 13.709/2018, and deals with any relationship between the treatment of information classified as personal data by any means. This article aims to present the main concepts involving data privacy, the fundamentals of the LGPD and the tools and methods to assist in the implementation of the law. In order to verify the adequacy of organizations to LGPD in Brazil, a survey was carried out through a survey with 216 professionals from different market segments and regions. After the analysis of the survey results, it became clear that many companies are starting projects to adapt to the LGPD and that the internal structures are still small and deserve extra attention in the training of employees.

Keywords: LGPD; LGPD MODEL CANVAS; DESIGN THINKING; BUSINESS MODEL.

1. Introdução

¹ CEETEPS Lamara.ferreira@cpspos.sp.gov.br

² CEETEPS - Marcelo.okano@cps.sp.gov.br

O avanço das novas tecnologias digitais está tornando os dados pessoais ativos cada vez mais valiosos, todos os dias são geradas grandes quantidades de dados nas redes sociais, aplicativos, sistemas computacionais, sistemas legados e disponibilizados na rede. Neste cenário, a privacidade e a proteção de dados passaram a ser fatores fundamentais para que a tecnologia possa continuar a se desenvolver de forma sustentável e correta, respeitando o uso dos dados pessoais.

Neste cenário, o Governo Brasileiro sancionou a lei Nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, também conhecida como a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) e esta dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural (BRASIL, 2021).

A Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD) deve fiscalizar o cumprimento da lei por parte dessas empresas, incluindo a aplicação de multa de até 50 milhões de reais por infrações. Novos direitos foram concedidos, incluindo a possibilidade de solicitar acesso aos seus dados pessoais em formato legível por máquina. Para cumprir esse direito, a empresa deve estabelecer procedimentos internos para devolver os dados ao titular em tempo hábil (LOHMANN et al., 2021).

Todas as empresas terão que se adaptar a essa nova lei que está em vigor desde setembro de 2020, pois a privacidade dos dados pessoais envolve as organizações em todos os níveis e sofrerão penalidades legais se não cumprirem as suas exigências. Posto isso, o objetivo desta pesquisa é verificar o panorama de adequação das empresas à LGPD, os principais desafios, as ferramentas utilizadas e os níveis de maturidade, por meio de uma *survey*.

2. Referencial conceitual

2.1 Privacidade de dados

O conceito de privacidade está relacionado a pessoas, com mais precisão com o direito que as pessoas precisam manter um espaço pessoal, sem interferência de outras pessoas ou organizações. Desta forma, depende deles para decidir manter suas informações sob o seu controle único ou informar, decidir quem, quando e onde suas informações estarão disponíveis (Brito & Machado, 2017).

Conforme Freitas (2021), a política de privacidade é um dos instrumentos de implementação do *privacy by design* e faz parte da estrutura de documentos para a proteção de dados. A política objetiva dar visibilidade ao tratamento de dados pessoais em um determinado serviço, atendendo princípios da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

O conceito de *Privacy by Design* foi proposto para servir como uma diretriz sobre como abordar essas questões. *Privacy by Design* consiste em uma série de princípios que podem ser aplicados desde o início do desenvolvimento de sistemas para mitigar preocupações de privacidade e alcançar conformidade de proteção de dados (GÜRSES et al, 2011).

Cavoukian (2009) apresenta os seguintes princípios orientadores:

- Proativo e não reativo; preventivo e não corretivo;
- Privacidade como padrão;
- Privacidade incorporada ao design;
- Funcionalidade completa: soma positiva e não soma zero;
- Segurança ponta a ponta: proteção durante todo o ciclo de vida;
- Visibilidade e transparência;
- Respeito pela privacidade do usuário.

2.2 LGPD

A Lei de Proteção de Dados Pessoais, também conhecida como LGPD), é uma lei promulgada pelo Presidente Brasileiro Michel Temer em 14 de agosto de 2018 e originada do nº 53/2018. Trata-se de uma legislação altamente técnica que reúne uma série de itens de controle para assegurar que as garantias prestadas sejam cumpridas com base na proteção dos direitos humanos (Pinheiro, 2019).

O espírito da lei é proteger os direitos básicos de liberdade e privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade das pessoas físicas. Ela fornece um pré-requisito de honestidade e credibilidade para todos os tipos de processamento de dados pessoais. Agora, o processamento de informações pessoais deve estar em conformidade com uma série de aspectos, na vida do uso da informação: Usar informação dentro do ciclo que identifique ou possa identificar uma pessoa e é relevante para ela, incluindo categorias de dados sensíveis (Pinheiro, 2019).

Segundo Maciel (2018), a LGPD traz como fundamentos para a utilização de dados pessoais:

- o respeito à privacidade;
- a autodeterminação informativa;
- a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
- a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
- o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
- a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e
- os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

De acordo com Lorenzon (2021), um dos instrumentos de *enforcement* para garantir que esses direitos sejam exercidos, e consequentemente obrigações sejam cumpridas pela outra parte, é a obrigatoriedade da criação de um cargo — tanto em empresas privadas quanto em órgãos públicos — chamado *Data Protection Officer* (DPO, Diretor de Proteção de Dados, em português).

DPO é o responsável por supervisionar as operações envolvendo dados pessoais e garantir que todas estejam em constante *compliance* com a regulamentação. Caso necessário, ele pode ser chamado para prestar esclarecimentos às autoridades reguladoras e/ou o público (LORENZON, 2021).

2.2 Ferramentas e métodos para auxiliar na implementação da LGPD

A implementação do LGPD, é uma abordagem que esteja inserida às inovações, que seja eficaz e amplamente acessível. De acordo com Brown (2010), o *Design Thinking* oferece uma abordagem desse tipo, que possa ser integrada a todos os aspectos dos negócios e da sociedade e que os indivíduos e equipes possam utilizar para gerar ideias inovadoras que sejam implementadas e que, portanto, façam a diferença.

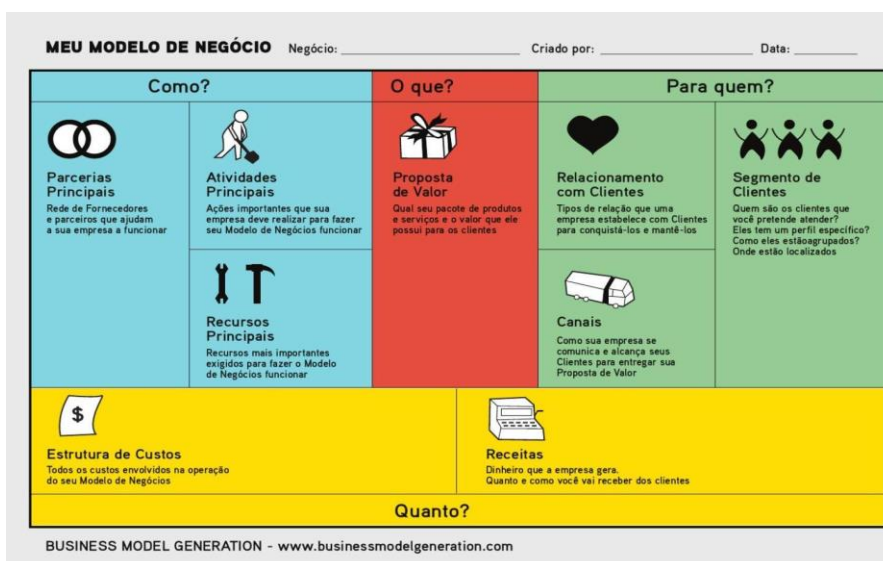
O *design thinking* é um processo comumente usado por designers para encontrar a solução para problemas complexos, navegar por ambientes novos ou incertos e criar um novo produto para o mundo. O *design thinking* usa os principais elementos e habilidades de jogo, empatia, reflexão, criação e experimentação para colaborar, criar e desenvolver as descobertas. No *design thinking*, o fracasso não é uma ameaça, mas um caminho para o aprendizado posterior. Por meio da observação, síntese, alternativas, pensamento crítico, feedback, representação visual, criatividade, resolução de problemas e criação de valor, os empreendedores podem usar o *design thinking* para identificar oportunidades únicas de empreendimento (BLACK et al., 2019).

Corroborando com este conceito, surgiu a necessidade de criar um método visual para trazer luz às principais preocupações relacionadas à privacidade e proteção e busca pela conformidade das organizações às necessidades e requisitos trazidos pela LGPD. Dessa forma, foi escolhido o modelo Canvas para criar uma ferramenta de trabalho visual, englobando nove necessidades principais para discussão, preenchimento e análise.

A inspiração para este modelo foi o *Business Model Canvas* (BMC), que de acordo com Clark (2013) o quadro de modelo de negócios confere um atalho visual para simplificar organizações complexas. Na mesma perspectiva, Clark (2013) reforça que as imagens ajudam a transformar suposições não verbalizadas em informações explícitas. E que informações explícitas nos ajudam a pensar e comunicar mais efetivamente.

O *Business Model Canvas*, Figura 1, foi desenvolvido por Alex Osterwalder e Yves Pigneur, e cocriado com uma série de 470 praticantes de todo o mundo. Oferece uma tela simples, visual e de uma página sobre a qual se pode projetar, inovar e dialogar sobre os modelos de negócios (Burkett, 2013).

Figura 1 - Business Model Canvas (BMC)



Partindo da abordagem metodológica descritiva, optou-se pela divisão do framework *LGPD Model Canvas* em nove blocos (Figura 2). A proposição do uso do canvas para modelagem de negócios criado por Alexander Osterwalder e apresentado no seu livro – *Business Model Generation*. Osterwalder (2011) aponta sobre como projetar e implementar sistematicamente estes modelos. Sobre a importância de questionar, desafiar e transformar modelos ultrapassados.

Nesse ínterim, o *framework LGPD Model Canvas* busca através do poder da colaboração e facilitação, alcançar benefícios além dos formulários, seguindo as etapas de preenchimento:

- a) Deverá ser preenchido um *LGPD Model Canvas* para cada processo (relação 1 para 1). É fundamental entender quais os principais produtos/serviços que a empresa oferece, seus papéis como controlador/operador, volumetria e áreas envolvidas nos processos que tratam os dados pessoais.
- b) Quem deve ser envolvido: Grupo multidisciplinar que de forma direta ou indireta lida com o tratamento de dados pessoais.]

É iniciado o preenchimento seguindo a ordem da direita para a esquerda e de cima para baixo, iniciando em “Dados Pessoais” e finalizando em “Segurança”.

Figura 2: Framework LGPD Model Canvas



3. Metodologia

Esta pesquisa foi realizada no período de 5 de junho a 12 de junho de 2021, em plena pandemia do Covid-19 e acarretou diversos problemas como o isolamento social e a proibição de encontros sociais que impediram as entrevistas presenciais.

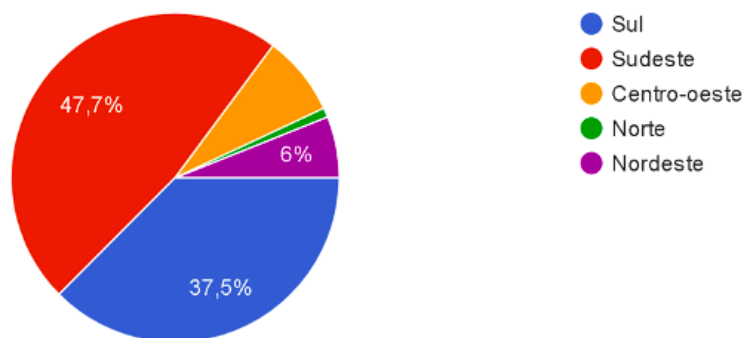
Como forma de contorno, escolheu-se o método *survey* para realizar a pesquisa. De acordo com Couper (2017), com o desenvolvimento de alternativas de baixo custo aos métodos tradicionais de pesquisa - especialmente o rápido aumento de pesquisas online e painéis opcionais - alimentou o aumento da demanda por dados de pesquisa e colocou a ferramenta de pesquisa nas mãos de muito mais pessoas.

O instrumento de pesquisa desenvolvido foi um questionário disponibilizado de forma eletrônica no *Google Forms* e divulgado nos meios de comunicação: *LinkedIn*, *Instagram* e grupos de *WhatsApp*.

Foram obtidas respostas de 216 profissionais e as características estão descritos a seguir:

Todas as regiões do Brasil contribuíram para a pesquisa, havendo destaque para a região sudeste 47,7% que representou a maioria da pesquisa, seguida por Sul 37,5%, Gráfico 1.

Gráfico 1 – Entrevistados por

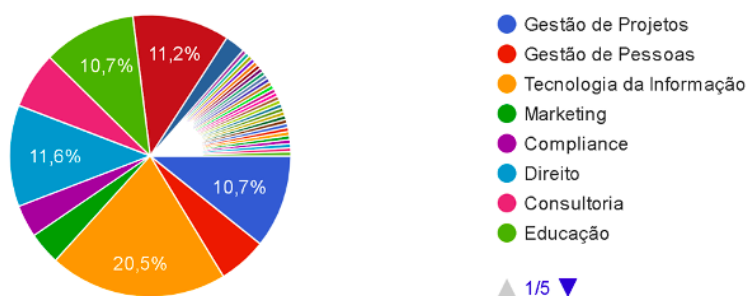


região

Fonte: Dados da pesquisa

As áreas de atuações estão diversificadas, sendo a primeira TI com 20,5% dos entrevistados, em segundo direito com 11,6% e em terceiro gestão de pessoas com 11,2% conforme Gráfico 2.

Gráfico 2 – Áreas de atuações dos entrevistados



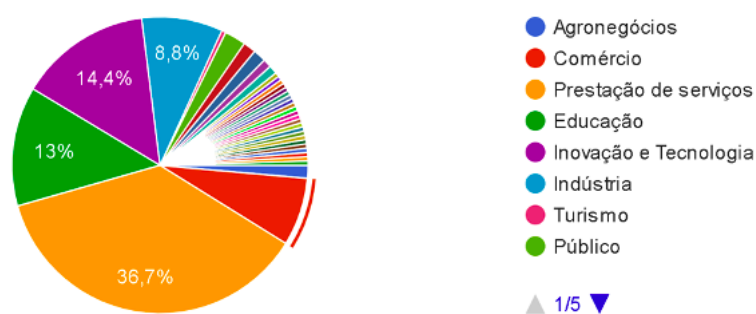
Fonte: Dados da pesquisa

Após o recebimento das respostas dos questionários, a análise dos dados foi confrontar as respostas com a teoria estudada. Os resultados e análises estão no próximo tópico.

4. Resultado e análises

A pesquisa englobou um público abrangente e diversos segmentos de mercado, destacando-se a prestação de serviços 36,7% como a maioria dos participantes. Esta representatividade é fundamental, pois a pesquisa não se limitou a um único segmento de mercado e comprovou que a LGPD é uma preocupação de todas as áreas, vide Gráfico 3.

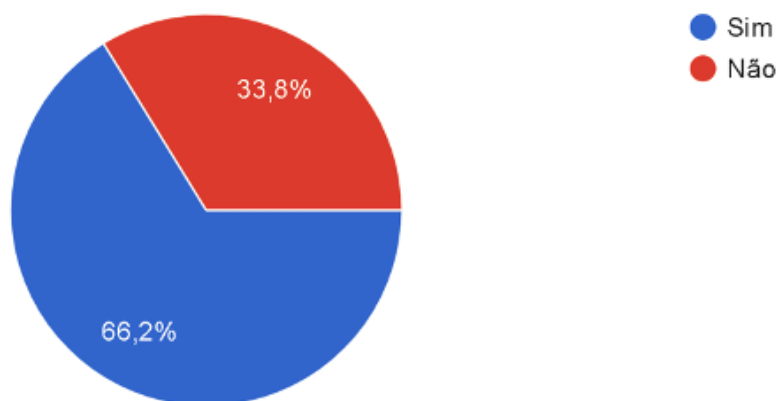
Gráfico 3 – Áreas de atuações das empresas



Fonte: Dados da pesquisa

Questionou se a empresa já iniciou um projeto de adequação à LGPD, o resultado, Gráfico 6, demonstrou que apenas 66,2% das empresas estão adequadas, mesmo sendo maioria, ainda é uma porcentagem pequena tendo em vista a importância do atendimento à Lei. Reflete um grande desafio e oportunidade, pois temos ainda mais de 40% das empresas para adequar e àquelas que já estão adequadas, necessitam de manutenção e melhoria contínua.

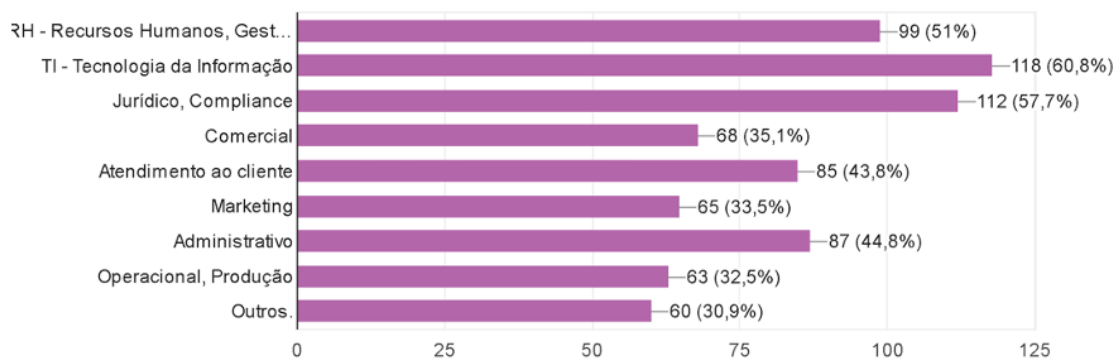
Gráfico 4 – a empresa já iniciou um projeto de adequação à LGPD



Fonte: Dados da pesquisa

O Gráfico 5 apresenta as principais áreas envolvidas nos projetos de adequação à LGPD, a área de TI, seguida por Jurídico e RH, são as áreas mais envolvidas no projeto de adequação. Reflete uma importante questão da multidisciplinaridade do projeto de adequação, onde todas as áreas que tratam dados pessoais, precisam ser envolvidas no projeto. Não deve ser centralizado somente no Jurídico ou na TI, é uma responsabilidade de diversas áreas e de todos os colaboradores, por se tratar de uma cultura.

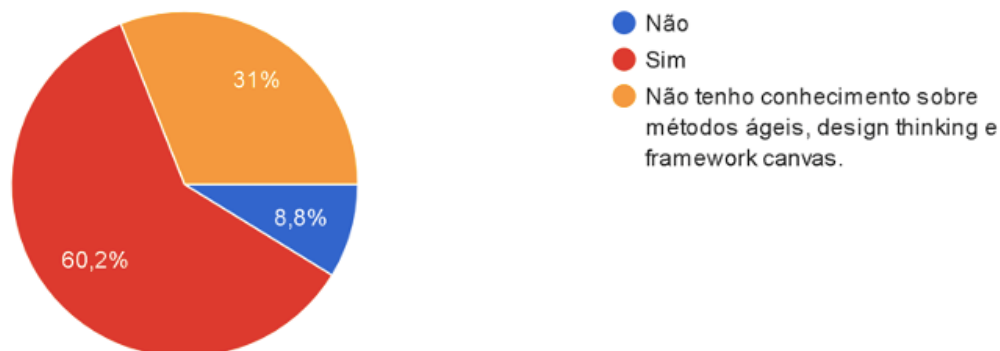
Gráfico 5 – Principais áreas envolvidas



Fonte: Dados da pesquisa

O Gráfico 10 mostra o resultado sobre o questionamento se os métodos ágeis, *design thinking*, *framework canvas* e outras ferramentas poderiam tornar o projeto mais colaborativo e eficaz. Este resultado é fundamental para a fomentar as bases de conhecimento a respeito dos métodos ágeis, *design thinking* e *framework canvas*, que são as bases do *LGPD Model Canvas*. Sobre o uso dos métodos ágeis, *design thinking* e *framework canvas*, 60,2% acreditam que pode ajudar no projeto de adequação. Chamou a atenção que 31% não tem conhecimento sobre estas ferramentas e metodologias, o que demonstra que estamos no caminho certo ao prover o módulo educacional no modelo. Apenas 8% acreditam que estas ferramentas não iriam ajudar no projeto de adequação.

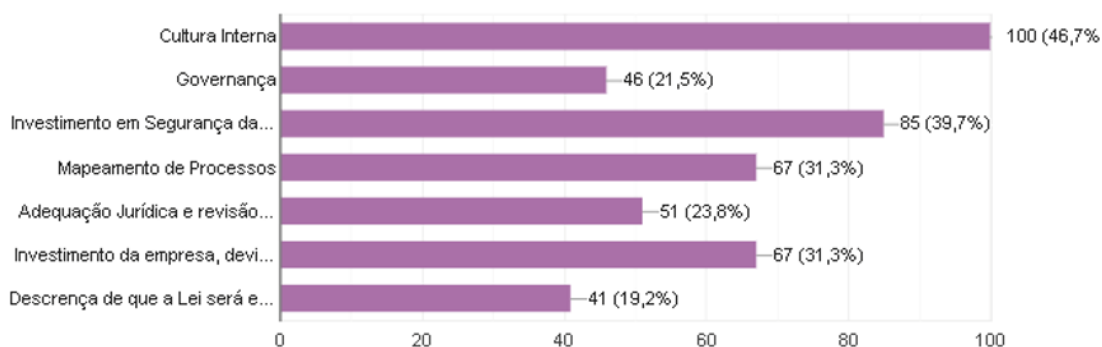
Gráfico 6 - Questionamento se os métodos ágeis, *design thinking*, *framework canvas* e outras ferramentas poderiam tornar o projeto mais colaborativo e eficaz.



Fonte: Dados da pesquisa

O Gráfico 11 demonstra que o maior desafio das organizações na adequação é na cultura interna 46,7%. Desta forma, os métodos colaborativos podem ser grandes aliados no processo de adequação e para promover que novos projetos, desde à concepção, nasçam adequados a LGPD.

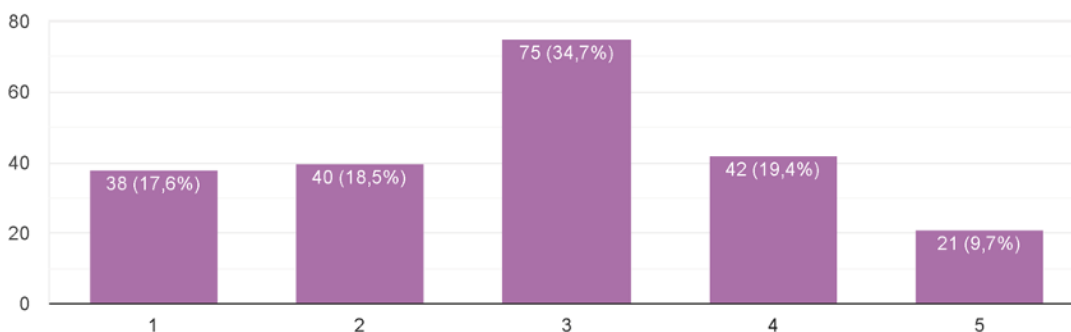
Gráfico 7 – Maior desafio das organizações na adequação a LGPD



Fonte: Dados da pesquisa

Perguntou se aos entrevistados como ele avalia o grau de maturidade da empresa em relação a empresa para privacidade e proteção de dados (Gráfico 8). Apenas 9,7% consideram que estão com o nível de maturidade elevado. Isto demonstra a importância de estabelecer modelos de maturidade que possam medir a maturidade e apresentar um plano de ação, bem como, possam estabelecer a verificação: antes e depois e desta forma, promover a melhoria contínua.

Gráfico 8 - Grau de maturidade da empresa em relação a empresa para privacidade e proteção de dados



Fonte: Dados da pesquisa

5. Conclusão

A pesquisa apresentou que 66,2% dos participantes informaram que nas suas empresas já iniciaram o projeto de adequação à LGPD, sendo as principais áreas envolvidas nos projetos de adequação à LGPD, a área de TI, seguida por Jurídico e RH, refletindo uma importante questão da multidisciplinaridade do projeto de adequação. Sobre o uso dos métodos ágeis, *design thinking* e framework canvas, 60,2% acreditam que pode ajudar no

projeto de adequação e o maior desafio das organizações é a cultura interna 46,7%. Desta forma, os métodos colaborativos podem ser grandes aliados no processo de adequação e para promover que novos projetos.

Todavia, alguns itens são preocupantes como: somente 9% acreditam que o nível de maturidade da empresa para privacidade e proteção de dados é extremamente alto; 53,7% receberam treinamentos à respeito da LGPD, quando o ideal é que todos os colaboradores sejam capacitados e menos da metade, ou seja, 47% das empresas estão preparadas para atender as necessidades da LGPD.

Esta pesquisa mostrou que as empresas ainda estão iniciando os projetos de adequação a LGPD, as estruturas internas ainda são pequenas e merecem uma atenção redobrada no treinamento dos funcionários e colaboradores.

Referências

BLACK, Stewart et al. Design thinking. Organizational Behavior, 2019.

BRASIL. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). LEI Nº 13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm . Acesso em 20/03/2021.

BRITO, Felipe Timbó; MACHADO, Javam Castro. Preservação de privacidade de dados: Fundamentos, técnicas e aplicações. Jornadas de atualização em informática, p. 91-130, 2017.

BROWN, Tim. Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

BURKETT, Ingrid. Using the business model canvas for social enterprise design. Recuperado de http://knode.com.au/wp-content/uploads/Knode_BusModCanv4SocEntDesign_E1LR_30p.pdf, 2013.

CAVOUKIAN, Ann. «Cavoukian, Ann. "7 Foundational Principles"» (PDF). "Privacy by Design the 7 Foundational Principles". "Information and Privacy Commissioner of Ontario". 2009

CLARK, T.; OSTERWALDER, A.; PIGNEUR Y. 2013. Business Model You: o modelo de negócios pessoal. Alta Books, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

COUPER, Mick P. New developments in survey data collection. Annual Review of Sociology, v. 43, p. 121-145, 2017.

FREITAS, Carla. Como elaborar uma política de privacidade aderente à LGPD? Disponível em <https://www.serpro.gov.br/lgpd/noticias/2019/elabora-politica-privacidade-aderente-lgpd-dados-pessoais> Acesso em 09/05/2021

GÜRSES, Seda; TRONCOSO, Carmela; DIAZ, Claudia. Engineering privacy by design. Computers, Privacy & Data Protection, v. 14, n. 3, p. 25, 2011.

LOHMANN, Pedro A.; ALBUQUERQUE, Carlos; MACHADO, Raphael. Revisão Sistemática para o Processo de Avaliação de Impacto sobre a Proteção de Dados Pessoais e à Privacidade. 2021.

LORENZON, Laila Neves. ANÁLISE COMPARADA ENTRE REGULAMENTAÇÕES DE DADOS PESSOAIS NO BRASIL E NA UNIÃO EUROPEIA (LGPD E GDPR) E SEUS RESPECTIVOS INSTRUMENTOS DE ENFORCEMENT. Revista do Programa de Direito da União Europeia, v. 1, p. 39-52, 2021.

MACIEL, Rafael Fernandes. Manual Prático sobre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/18). RM Digital Education. 1ª Edição. Goiânia – GO. 2019.

PINHEIRO, Patricia Peck Proteção de dados pessoais: comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD) / Patricia Peck Pinheiro. – São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

OSTERWALDER, Alexander. The Business Model Ontology: A Proposition In A Design Science Approach. 169 F. Tese (Doutorado) - University Of Lausanne, Lausanne 2004.

OSTERWALDER, Alexander; Pigneur Y. Business Model Generation: Inovação Em Modelos De Negócios. Alta Books, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. 2011