



WIFI e SEGURANÇA

Tudo que quem oferece **WiFi** precisa saber
sobre **LGPD** e **Marco Civil da internet**



Garantir a segurança da sua rede WiFi para a empresa e os visitantes pode ser desafiador. Conhecer as legislações e as suas atribuições enquanto administrador da rede, portanto, é fundamental. Mas o que o Marco Civil da internet e a LGPD tem a ver com o oferecimento do WiFi (aberto, corporativo ou guest)? Descubra a seguir e garanta a total proteção e garantia de segurança do seu WiFi.

Índice

	O que é o Marco Civil da Internet ?	04
	Por que a lei existe?	04
	Como funciona na prática?	05
	Marco civil e WiFi: o que tem a ver?	06
	O que é a LGPD	08
	Por que a lei existe?	08
	Como funciona na prática?	10
	LGPD e WiFi: o que tem a ver?	13
	Como a LGPD e a lei do Marco Civil interagem entre si	16
	Quem fiscaliza o que?	17
	Como se resguardar frente ao Marco Civil sem infringir a LGPD	18
	A forma definitiva de ter uma rede segura	19

O que é o Marco Civil da Internet ?



A Lei nº 12.965 de 23 de abril de 2014, conhecida como Marco Civil da Internet, é uma espécie de “constituição da internet”. Trata-se de um código que rege a utilização da rede no Brasil, definindo os direitos e deveres dos usuários da rede e daqueles que oferecem a conexão.

O texto protege a liberdade de expressão, a privacidade e a neutralidade da rede como princípios básicos da internet. Além disso, deixa bem claro quais as responsabilidades de cada um no ambiente online, protegendo a todos que navegam.

O Marco Civil da Internet foi construído com participação popular em audiências públicas em todo o Brasil. Também recebeu apoio e sugestões de várias plataformas, como o Twitter e o portal e-Democracia da Câmara dos Deputados.

Por que a lei existe?

O Marco Civil da Internet é referência na regulação da internet brasileira e tem a privacidade como um de seus principais pilares. A legislação foi a primeira do país a disciplinar princípios, garantias, direitos e deveres dos usuários da rede, abordando as relações jurídicas estabelecidas na internet.



Dentre os preceitos fundamentais do Marco Civil da Internet estão:

- A inviolabilidade da intimidade e da vida privada (Art. 7º, I),
- A proteção contra o fornecimento de dados pessoais coletados pela internet a terceiros sem prévio consentimento do titular (Art. 7º, VII); e
- O direito a informações claras e completas sobre o tratamento de dados pessoais (Art. 7º, VIII).

Como funciona na prática?

Dentre os pontos abordados pelo Marco Civil da Internet, destacam-se 3 principais princípios:

Neutralidade

O Marco Civil proíbe a ação de venda de planos e pacotes de internet limitados pelo tipo de conteúdo, origem, destino, serviço ou aplicação. Além disso, a Lei proíbe a prática de redução de banda dos usuários que atingirem limites de consumo estabelecidos pela operadora.

Privacidade

O princípio da Privacidade garante o sigilo e inviolabilidade das comunicações dos usuários. A Lei prevê a quebra do sigilo, mediante ordem judicial, somente nos casos em que as informações possam contribuir para a identificação de usuários envolvidos em ações ilícitas.

Esta seção da Lei também atribui ao provedor do recurso de internet a responsabilidade sobre o sigilo das informações de usuários, respeitado o direito da confidencialidade.

Registro dos acessos

Essa parte da lei diz respeito às diretrizes relacionadas à guarda dos registros de conexão dos usuários. Neste sentido, fica estabelecido que a obrigação do armazenamento dos dados de conexão é atribuída ao provedor do serviço e este deve armazenar tais registros por no mínimo 1 ano.

Marco Civil e WiFi: o que tem a ver?

Segundo o Marco Civil da Internet, a responsabilidade por eventuais crimes virtuais é de quem oferece internet. Isso significa que, se algum crime for cometido na rede WiFi que você oferta de forma aberta, é você quem responderá legalmente por ele.

Para evitar ser penalizado por crimes cometidos por terceiros é obrigatório que você registre todos aqueles que se conectam na sua rede. Assim, ao possuir os dados de acesso dos seus visitantes, você terá informações suficientes para passar para a justiça em caso de uma investigação na sua rede.



O Marco Civil da Internet exige que o provedor da conexão mantenha em segurança e sigilo os registros de conexão pelo prazo de um ano. É necessário coletar e armazenar os seguintes dados:

- **IP da conexão;**
- **MAC Address do dispositivo;**
- **Datas, horários e duração das conexões.**

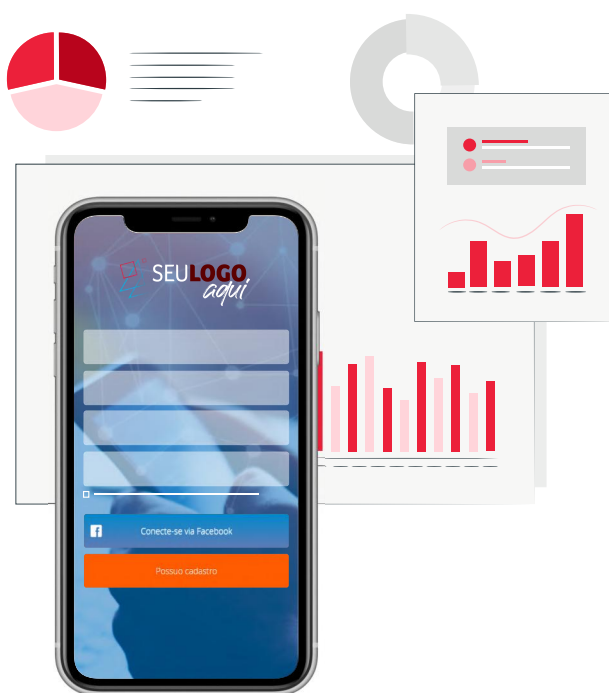
Já registrar os sites e aplicações que seus visitantes acessam é proibido pelo Marco Civil da Internet. Inclusive, isso está bastante claro nos artigos 11 e 14 da lei que dizem o seguinte:

Artigo 11: “(...) obrigatoriamente respeitados a legislação brasileira e os direitos à privacidade, à proteção dos dados pessoais e ao sigilo das comunicações privadas e dos registros.”

Artigo 14: “ Na provisão de conexão, onerosa ou gratuita, é vedado guardar os registros de acesso a aplicações de internet.

Para realizar a coleta de dados e o armazenamento correto, você precisa de um sistema de hotspots na sua rede WiFi. A Mambo irá registrar os dados necessários de todos aqueles que acessam sua rede por um ano. Essas informações ficam armazenados em nuvem com toda a segurança, garantindo que sua empresa esteja legalmente segura

Conheça a Mambo ▶



O que é a LGPD?

Lei Geral de Proteção de Dados



LGPD é a sigla correspondente à Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709). Sua principal finalidade é proporcionar uma maior proteção dos dados de pessoas físicas, garantindo assim maior ética e transparência.

A lei, inspirada na regulamentação europeia (GDPR), usa os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade como norte para estabelecer regras a respeito da coleta, armazenamento e compartilhamento de dados pessoais. Seu maior objetivo, portanto, é proteger os direitos fundamentais de liberdade e privacidade e conceder ao cidadão o controle dos seus próprios dados.

Por que a lei existe?

A demanda por uma regulamentação capaz de instaurar diretrizes mais rígidas em relação à coleta e manipulação de dados não é de hoje. Essa necessidade vem principalmente de uma sensação de impotência que sentimos cada vez mais frente à falta de transparência de algumas empresas.

A utilização de dados de forma antiética geram um clima de desconfiança – e isso não ocorre por acaso. Em 2018, por exemplo, o vazamento da Cambridge Analytica revelou dezenas de milhares de documentos que mostram o funcionamento interno da empresa. O maior objetivo desta, por sua vez, era a manipulação em massa de eleitores de 68 países por meio de informações online. Dá para imaginar o impacto disso?



Por outro lado, a análise de dados pessoais são cruciais em alguns casos. O desenvolvimento de estudos sobre tendências de consumo, por exemplo, só se tornam possíveis com alguns dados, inclusive pessoais, como endereço ou idade. É por meio de análises com esse nível de detalhamento que corporações aprimoram seu atendimento e oferecem os melhores produtos e serviços aos seus clientes.

Atualmente, empresas podem solicitar uma série de dados a seus clientes em um momento de compra ou cadastro. Entretanto, nem sempre conhecemos com segurança com que finalidade essa informação será utilizada.



Muitas vezes, esses dados, que deveriam ser confidenciais, são comercializados sem autorização do consumidor. Isso resulta em uma série de incômodos: malas-diretas descontextualizadas, spams na sua caixa de entrada de e-mail, telefonemas indesejados e uma série de contatos por empresas que não conhecemos e/ou demonstramos interesse.

Com a LGPD em vigor, é primordial que o proprietário dos dados sinalize seu consentimento em relação à utilização de suas informações pessoais de forma

clara, ou seja: se o acordo firmado entre pessoa física e empresa diz respeito a um uso específico, qualquer outra utilização configura-se como um desrespeito à lei. Abaixo, um exemplo:

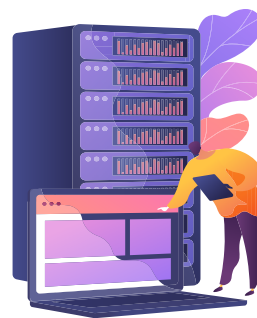
“Uma empresa farmacêutica, no momento da compra, pede informações como CPF, e-mail, idade e peso. A informação passada ao usuário é de que esses dados serão utilizados para a construção de seu perfil, visando maior proatividade e um ganho de agilidade nas próximas compras do mesmo.



No momento da compra é solicitado um cadastro para o cliente



Dados pessoais são solicitados para essa finalidade



Empresa é a responsável pelo uso desses dados coletados

Caso esse banco de dados seja vendido para uma empresa de equipamentos esportivos, que utilizará as informações para campanhas de marketing personalizadas, a LGPD está sendo desrespeitada.”

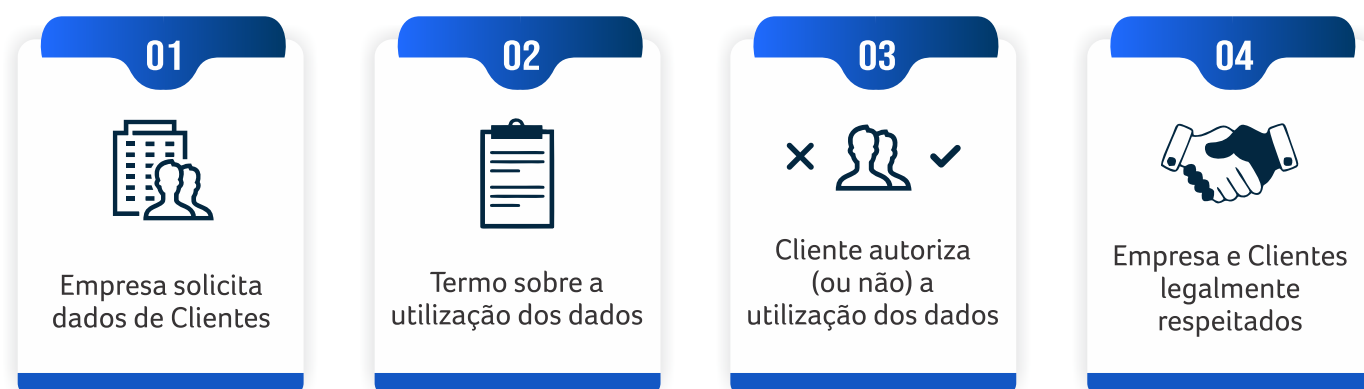
Como funciona na prática?

Segundo o Art. 7º, o tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado mediante o fornecimento de consentimento pelo titular; sendo “consentimento” definido como “manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada.”.



Ou seja, em essência:

- A empresa deverá comprovar que a coleta dos dados solicitados será útil para sua interação com os consumidores (titulares dos dados);
- Os consumidores devem ser claramente informados sobre os termos de utilização das informações e os objetivos com a coleta dos dados;
- O consumidor precisa dar seu consentimento explícito.



É importante lembrar ainda que os consumidores poderão a qualquer momento retificar, cancelar ou solicitar a exclusão de seus dados. É dessa forma que a LGPD busca trazer mais transparência e segurança ao titular dos dados, com a possibilidade de punição aos responsáveis por qualquer dano causado pelo mau uso das suas informações.

O que é o “Termo de Consentimento”

O Termo de Consentimento é um documento simples e resumido no qual expressa-se de forma clara quais são os objetivos da empresa com a coleta do dado em questão. Assim, o portador do dado pode então permitir ou não de acordo com os objetivos mencionados.

Essas permissões podem ser revogadas no painel de Gestão dos dados pessoais a qualquer momento pelo visitante (proprietário dos dados).

Em resumo, os pilares básicos para se estar adequado são bem simples:



1. Respeite a privacidade dos usuários e mantenha seu comprometimento com a finalidade de uso consentida por eles;
2. Colete apenas informações pertinentes à sua finalidade enquanto empresa;
3. Trabalhe apenas com dados coletados de forma segura e honesta;
4. Tenha parceiros de negócio que também estejam se adequando à lei;
5. Pense no bem-estar e segurança do seu consumidor em primeiro lugar.

As empresas que ignorarem esta prerrogativa, desrespeitando a lei, estarão sujeitas a:

- Multas de até 50 milhões de reais;
- Suspensão parcial do banco de dados;
- Suspensão das atividades de tratamento de dados;
- Proibição total ou parcial das atividades relacionadas a tratamento de dados.

Pois é, a proteção de dados, seja online ou offline, é coisa séria – e isso vale para pequenas, médias e mesmo grandes empresas.

Em 2018, a Drogaria Araújo foi multada em mais de R\$7 milhões após condenação por condicionar descontos quando o consumidor informava seu CPF no ato da compra, sem informar adequadamente sobre a abertura de cadastro. Já em 2019, o Facebook teve que pagar uma multa recorde de US\$ 5 bilhões por violação de privacidade.

LGPD e WiFi: o que tem a ver?

A Autoridade Nacional de Proteção de Dados, criada a partir da MP 869/18, será o órgão responsável pela fiscalização da lei. A ANPD poderá solicitar relatórios de impacto e riscos a privacidade às empresas a qualquer momento, de modo a certificar-se de que as organizações estão tratando o tema de forma adequada.



Assim, para empresas que armazenam ou utilizam informações pessoais de clientes, fica a missão de garantir a transparência de informações, deixando claro o meio de coleta dos dados, a finalidade de seu uso e de que forma eles ficam armazenados. E isso vale também para fornecedores e serviços agregados.

Quando você oferece conexão WiFi por meio de um sistema de gerenciamento de hotspots e WiFi Marketing no seu negócio, você mantém uma base de cadastros com os dados dos usuários que são coletados no momento da conexão. Todo esse tratamento de dados, portanto, deve estar adequado aos preceitos da legislação.



O que se entende por “tratamento de Dados”?

Nomeia-se tratamento de dados “toda operação realizada com dados pessoais (considerados normais ou sensíveis)”. Essas operações podem ser as mais diversas, como:

- **Coleta** (Ex: o preenchimento de um cadastro);
- **Classificação**: (Ex: O agrupamento de titulares de dados de acordo com critérios como gênero ou faixa etária);
- **Processamento**: (Ex: O estudo de big data para otimização de vendas);
- **Armazenamento**: (Ex: O local e nível de privacidade em que determinados dados são mantidos, como um software ou planilha);
- **Eliminação** (Ex: A exclusão completa dos registros de acordo com o desejo do titular ou término do tratamento em função do esgotamento do uso dentro do consentimento fornecido pelo Titular);
- E outras. Em suma, é qualquer procedimento que envolva os dados de terceiros.

Quem são os “Agentes de Tratamento de dados”?

Existem dois agentes de tratamento: o controlador e o operador.



Controlador

É quem decide como o dado coletado será usado e sua finalidade.



Operador

É quem realizar o tratamento de dados pessoais em nome do controlador (armazenando-o ou enviando-os a algum lugar, por exemplo).

Na prática:

A Mambo é um sistema de hotspot contratado pela Empresa do João. É a Mambo que coleta informações dos visitantes da rede WiFi no momento da autenticação, garantindo assim a segurança da rede. Esses dados dos visitantes então ficam armazenados seguindo as diretrizes da lei e não podem ser utilizados pela Mambo de qualquer forma. Já a Empresa do João pode utilizar os dados coletados para os objetivos expressos no termo de consentimento.



Usuário / Visitante

Insere seus dados no captive portal



Operador Empresa Mambo

Colete e disponibiliza os dados para a empresa responsável



Controlador Empresa do João

Envia mala direta, exporta dados para CRM, etc.

Como a LGPD e a lei do Marco Civil interagem entre si



O Marco Civil da Internet foi inovador no sentido de regulamentar, juridicamente, as atividades online. Apresentou-se como uma introdução importante no direito digital brasileiro, pois, até então, as relações online eram reguladas apenas por legislações não específicas.

Foi o Marco Civil que reconheceu as relações jurídico-virtuais e discorreu acerca dos crimes cibernéticos, por exemplo. No entanto, a lei deixou uma importante lacuna: a forma com que os dados fornecidos pelos usuários poderiam ser utilizados pelas empresas.

Já a LGPD foi inspirada na legislação europeia GDPR (General Data Protection Regulation), de 2018. Tratando-se de uma necessidade mundial em face do contexto contemporâneo, a lei diz respeito aos dados de maneira geral, não somente aqueles provenientes do mundo online.

A LGPD cria uma regulamentação para o uso, proteção e transferência de dados pessoais no Brasil, nos âmbitos privado e público, e estabelece de modo claro quem são as figuras envolvidas e quais são suas atribuições, responsabilidades e penalidades no âmbito civil – que podem chegar a multa de 50 milhões de reais por incidente.

Enquanto o Marco Civil da Internet prevê a segurança de dados apenas em ambiente online, a LGPD cria diretrizes mais específicas de aplicação e segurança,



detalhando os tipos de dados existentes e assegurando toda a movimentação de dados (inclusive offline).

Ou seja: as duas leis são complementares e uma não revoga a existência da outra.

Quem fiscaliza o que?

Como o Marco Civil se comporta como uma espécie de “constituição da internet”, seus preceitos são bastante variados. Desta forma, os órgãos responsáveis por sua fiscalização também variam, sendo eles:

ANATEL

Órgão encarregado pela regulação, fiscalização e apuração das infrações relacionadas à infraestrutura dos serviços de telecomunicações, ou seja, encarrega-se de acompanhar a atuação das prestadoras de serviço;

SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR

Como o próprio nome já sugere, esse órgão se incumba de fiscalizar os atos praticados pelas empresas para verificar eventuais violações aos direitos de seus consumidores;

AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (ANPD)

Cuida da apuração de infrações à ordem econômica, como tentativas de restringir a concorrência no mercado.

Já com a LGPD, o órgão responsável pela fiscalização na utilização dos dados pessoais é a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

SISTEMA BRASILEIRO DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA

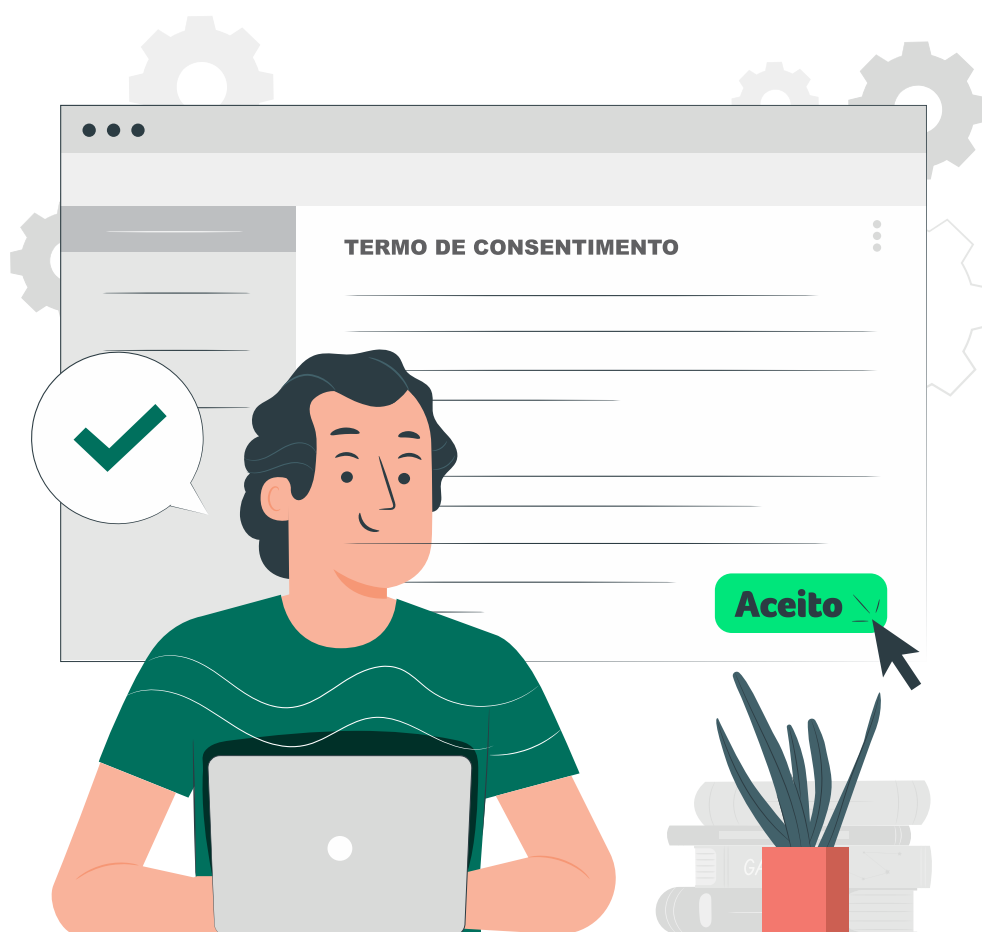
Criada a partir da MP 869/18, a ANPD poderá solicitar relatórios de impacto e riscos à privacidade de empresas a qualquer momento, certificando-se de que as organizações estão tratando o tema de forma adequada.

Como se resguardar frente ao Marco Civil sem infringir a LGPD?

Um dos preceitos mais relevantes da LGPD é o do consentimento. Ou seja: o usuário deve estar ciente da finalidade de uso de todos os dados que são coletados e consentir com isso, bem como o Operador (aquele que determina a coleta para o tratamento específico) deve estar ciente de que só poderá tratar os dados daquela forma consentida pelo titular.

Por isso, no caso da utilização da rede WiFi acima descrita, é importante que o termo de consentimento deixe explicitamente clara a importância dos dados para a finalidade do cumprimento da lei do Marco Civil.

O fato da empresa estar em conformidade com uma Lei não pode atrapalhar a outra. Ou seja, desde que sejam respeitadas as formas e duração do tratamento dos dados previstos no Termo de Consentimento (LGPD), os dados podem continuar sendo armazenados para cumprir as determinações do Marco Civil.



A forma definitiva de ter uma REDE SEGURA



A Mambo é um sistema de hotspot. Assim, no momento da autenticação na sua rede WiFi, o software irá automaticamente registrar por um ano todos aqueles que acessam sua rede. Isso te protegerá perante a lei e você poderá ficar tranquilo em oferecer Wi-Fi gratuito para seus visitantes.

Além disso, a Mambo passou por diversas alterações e está 100% adequado às premissas da LGPD.

Com o software, você ainda poderá criar estratégias de WiFi Marketing, gerenciar a sua rede sem qualquer complicação e se comunicar melhor com seu público.

Vamos juntos nessa ?

Agende um bate-papo com especialista



AGENDAR AGORA ▶