

POLÍTICA DE MARKETING

PiMA SERVICES

SUMÁRIO

1. OBJETIVO.....	3
2. ABRANGÊNCIA.....	3
3. DIRETRIZES GERAIS	5
4. PENALIDADES	5
5. DISPOSIÇÕES FINAIS.....	5
APÊNDICE 1: MODELO DE TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VÍDEO - ADAPTADO À LGPD E COM COMENTÁRIOS	6
APÊNDICE 2: DIRETRIZES PARA FORMULÁRIOS DE INSCRIÇÃO EM EVENTOS, CURSOS E SIMILARES.....	8

1. OBJETIVO

A Política de Privacidade de Marketing da **PiMA SERVICES** expressa seu claro compromisso com a segurança da informação na internet, estabelecendo parâmetros de tratamento dos dados dos titulares usuários de maneira interna e externa.

Há informações que são coletadas a partir do contato dos usuários com a **PiMA SERVICES** via e-mail, há informações que são registradas por meio de páginas acessadas ou visitadas, e dados concedidos de forma voluntária pelos próprios usuários, através de cadastros e buscas.

Essas informações são importantes para melhorar a qualidade e o conteúdo de serviços que utilizam a interação e comunicação com o usuário, visando, cada vez mais, o respeito exigido pela legislação, sem que isso seja um empecilho para a consecução dos objetivos institucionais e a personalização de conteúdo.

Ressalta-se expressamente que os dados dos usuários que interagem com a **PiMA SERVICES** nunca serão veiculados ou comercializados com a finalidade de marketing sem a expressa autorização do seu titular.

2. ABRANGÊNCIA

Este Procedimento é um documento interno, com valor jurídico e aplicabilidade imediata e indistinta, a partir de sua publicação, aos colaboradores, parceiros e fornecedores da PiMA Services.

Definido pela Associação Americana de Marketing (AMA)¹ como uma atividade que reúne “instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas as quais possuam valor para consumidores, clientes, parceiros e a sociedade em geral”, o *marketing* é elemento central na comunicação de instituições e empresas para com a sociedade da informação.

A relação entre marketing e dados pessoais se estreitou na medida em que novas tecnologias e dispositivos conectados à internet foram inseridos no cotidiano de consumidores e de organizações. O dado pessoal se tornou um importante elemento capaz de personalizar uma relação e de desenvolver vínculos mais estreitos e precisos de consumo e de divulgação de marcas, produtos e serviços. Se antes os dados

1

pessoais figuravam como meras formalidades para selar uma relação entre pessoas e organizações, hoje eles representam verdadeiros ativos intangíveis cujo tratamento deve ser balizado por princípios éticos e diretrizes claras.

A **PiMA SERVICES** adota o consentimento como base legal para o *marketing* direto e indireto no relacionamento com usuários. Dos recursos disponíveis, são adotados aqueles conforme relação e limites estabelecidos a seguir:

COLETA DE LEADS: conhecido como um recurso para qualificar o usuário que já manifestou interesse concreto nos produtos e/ou serviços, com alta probabilidade de contato e retorno.

LISTA DE E-MAIL MARKETING: não há envio de e-mail com o fim exclusivo de promoção e marketing da empresa. Assim, também não há aquisição de listas de e-mail de terceiros. Somente bases internas em que os dados foram coletados a partir do interesse do usuário. O envio de e-mail marketing parte do consentimento do cliente (somente Opt-in), quando ele mesmo opta por receber e-mails através de uma inscrição ou implicitamente, quando é estabelecido um contato entre as partes, sem que se utilize de meios intrusivos.

TELEMARKETING: quando utilizado, é direcionado a uma lista de contatos na qual é possível identificar o usuário titular de dados, considerando que este contato por telefone foi por ele autorizado como um veículo de comunicação possível.

PROFILING E CHATBOTS: a **PiMA SERVICES** não trata de forma automatizada os dados pessoais cuja decisão sobre o tratamento seja de sua responsabilidade. Caso venha a se envolver em um serviço que utilize essa possibilidade de tratamento automatizado para avaliar padrões de comportamento relativos a um indivíduo concreto, a **PiMA SERVICES** declara que possui estrutura (DPO) para lidar com pedidos de explicação e revisão dos critérios e resultados e que seguirá todas as recomendações e padrões estabelecidos nas Políticas de Governança e Privacidade de Dados Pessoais.

USO DE IMAGEM E VÍDEO - CAMPANHAS, DIVULGAÇÕES E REDES SOCIAIS: para ações de *marketing* com o uso de imagem e vídeo, a **PiMA SERVICES** colhe o consentimento do titular de dados para esta finalidade quando o material utilizado é capaz de tornar o indivíduo identificável. Para ações em que sua identidade é preservada, não há registro do consentimento.

3. DIRETRIZES GERAIS

Esta Política segue os conceitos fixados na Política de Governança em Dados Pessoais, na Política de Segurança da Informação e na Política de Privacidade, vigentes na **PiMA SERVICES**.

4. PENALIDADES

Qualquer atividade que desrespeite as diretrizes estabelecidas neste documento, ou em quaisquer outros documentos complementares da **PiMA SERVICES**, deve ser considerada como uma violação e tratada pela **PiMA SERVICES** a fim de apurar as responsabilidades dos envolvidos de acordo com as “Medidas Disciplinares” previstas, visando aplicação de sanções cabíveis conforme cláusulas contratuais estabelecidas e legislação vigente.

5. DISPOSIÇÕES FINAIS

O presente documento deve ser lido e interpretado sob a égide das leis brasileiras, no idioma português, em conjunto com as demais Normas e Procedimentos aplicáveis pela **PiMA SERVICES**.

Este Procedimento, bem como as demais Políticas e Normas da **PiMA SERVICES**, encontra-se disponível no *Sharepoint* ou, em caso de indisponibilidade, podem ser solicitados para o Encarregado pelo Tratamento de Dados Pessoais.

Qualquer dúvida relativa a este documento deve ser encaminhada ao Encarregado pelo Tratamento de Dados Pessoais da **PiMA SERVICES** por meio do e-mail dpo@pimaservices.com.br.

Este Procedimento entra em vigor na data de sua publicação.

APÊNDICE 1: MODELO DE TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VÍDEO - ADAPTADO À LGPD E COM COMENTÁRIOS
TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ E CESSÃO DE DIREITOS AUTORAIS PATRIMONIAIS

(I) TITULAR: *[identificação da pessoa natural a qual cederá seus dados para a campanha]*

- _____, inscrito no CPF ou RNE/RNM sob o número _____.

(II) AGENTE DE TRATAMENTO: *[instituição responsável por determinar todas as diretrizes de uso dos dados de imagem e voz, via de regra será a sua organização. Se houver mais de um agente de tratamento, e.g.: um controlador e um operador ou dois controladores, será necessário incluir todos neste espaço, devidamente identificados como controladores ou operadores]*

- *[Inserir nome da SUA ORGANIZAÇÃO, unidade (se aplicável), endereço, nome do responsável e e-mail para contato].*

(III) DADOS PESSOAIS OBJETO DE TRATAMENTO: *[o titular autoriza o processamento das informações abaixo listadas por parte do Controlador]*

O titular autoriza o(s) Agente(s) de Tratamento identificado(s) na cláusula anterior ao tratamento (coleta, armazenamento, edição e divulgação) dos dados pessoais abaixo listados (**marcar com um “x”**):

- () Nome; () Qualificação ou vínculo com a SUA ORGANIZAÇÃO; () Imagem (foto ou vídeo); () Voz;
() Outro(s) (especificar) _____.

(IV) FINALIDADE(S) DO TRATAMENTO DE DADOS: *[objetivo para o qual os dados pessoais serão usados]:*

- (a) Nome ou breve descrição da campanha promocional: _____;

- (b) Os dados pessoais listados acima (cláusula “III”) serão utilizados, sem qualquer contraprestação financeira ao titular, para fins de **veiculação de campanha promocional da SUA ORGANIZAÇÃO** e de quaisquer de suas unidades, escolas, grupos ou centros de pesquisa, seja ela gratuita ou onerosa, em todo o território nacional e no exterior, a ser veiculada no(s) seguinte(s) meio(s) de distribuição (**marcar com um “x”**):

() Facebook; () Instagram; () LinkedIn; () YouTube; () websites da sua Instituição; () outdoors, busdoors, folders ou folhetos impressos em qualquer meio em geral; () revistas e jornais (especificar) _____;
() outro meio (especificar) _____;

- (c) Prazo ou previsão de duração da campanha: () 3 meses () 6 meses () 12 meses; () não se aplica, pois trata-se de conteúdo veiculado em redes sociais e disponível por prazo indeterminado na web;

() outro (especificar): _____;

(V) COMPARTILHAMENTO: *[envio e recebimento de dados por parte de qualquer um dos agentes de tratamento tendo em vista uma finalidade]*

- Se necessário, o Controlador fica autorizado a compartilhar os dados pessoais do Titular junto a agências, produtoras e/ou profissionais de produção de foto e vídeo sob o propósito estrito de atender à finalidade descrita no item IV e observados os princípios e direitos firmados pela Lei nº 13.709 *[identificar quais entidades casuisticamente, identificar se haverá compartilhamento do conteúdo final com o público, como redes sociais ou outdoors, por exemplo];*

(VI) SEGURANÇA DOS DADOS: *[expedientes de proteção e conservação dos dados pessoais a serem seguidos pelos agentes de tratamento]*

- Durante o processo de elaboração da campanha promocional, o Controlador se compromete a proteger os dados contra qualquer perda ou processamento ilegal tomando todas as medidas legais e técnicas cabíveis para tanto, bem como a tratar os dados em atenção à finalidade deste Termo;

(VII) DIREITOS DO TITULAR: *[prerrogativas garantidas por lei ao titular dos dados em relação Controlador]*

- O titular tem o direito de solicitar ao Controlador o exercício de qualquer dos direitos assegurados, a partir da vigência da Lei 13.709/2018, sendo a consequência da discordância com este Termo de Consentimento a não vinculação de sua imagem e voz na campanha pretendida;

(VIII) DIREITOS AUTORAIS PATRIMONIAIS: *[informação sobre a cessão gratuita, não onerosa de direitos autorais patrimoniais para exploração e divulgação de conteúdos autorais – OPCIONAL A DEPENDER DO TIPO DE CONTEÚDO]*

- Nos termos da Lei 9.610/1998 e dos tratados internacionais relativos ao tema de direitos autorais, **cedo, em caráter gratuito permanente** e com a finalidade de divulgação de conteúdos acadêmicos e institucionais, os meus **direitos autorais patrimoniais** referentes à exposição oral no evento/peça relacionado, autorizando inclusive que SUA ORGANIZAÇÃO reproduza, no todo ou em parte, publicações relativas ao evento, o que inclui a comunicação, edição, reedição, adaptação e distribuição do conteúdo produzido em seus canais oficiais e em redes sociais ou por qualquer outro meio disponível.

(IX) DO CONSENTIMENTO: *[declaração de anuência livre, informada e inequívoca com este termo]*

- Por estar ciente dos termos acima, manifesto o meu consentimento livre, informado e inequívoco para que o Controlador opere o processamento de meus dados pessoais descritos na cláusula III, em atenção às finalidades descritas na cláusula IV, e às demais circunstâncias dispostas neste Termo

_____, _____ de _____ de _____ (local, dia, mês e ano).

(Titular de Dados Pessoais ou seu Responsável Legal)

APÊNDICE 2: DIRETRIZES PARA FORMULÁRIOS DE INSCRIÇÃO EM EVENTOS, CURSOS E SIMILARES

A realização de eventos, cursos e similares costuma seguir diferentes modelos, de acordo com as unidades e instituições parceiras. Há também outras possíveis variações conforme os sistemas de inscrição utilizados (Ex.: *Google Formulários, formulários próprios e outros*).

Por esse motivo, em vez de trazer um modelo de formulário de inscrição, o presente apêndice apresenta uma lista de checagem (*checklist*) de 6 (seis) elementos obrigatórios e 4 (quatro) elementos adicionais, os quais indicam conformidade do formulário utilizado em relação às diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados (**LGPD**):

Certifique-se de listar quais os dados efetivamente serão utilizados;

[Comentário: evite termos genéricos como “o titular autoriza o uso de seus dados”. Prefira nomeá-los, mesmo que por grupos e, se possível, ao caso concreto, permita a escolha do titular acerca de quais dados deseja compartilhar para fins de evento. O titular pode, por exemplo, desejar ser contatado por e-mail pessoal, mas não desejar ser contatado por telefone. Assim, o ideal é, se possível, que ele possa escolher de quais dados autoriza o uso, como e-mails, telefones e redessociais]

Evite vincular obrigatoriamente finalidades distintas em uma mesma manifestação de consentimento;

[Comentário: primeiramente, identifique quais as finalidades você deseja atingir a partir de um evento, curso ou similares. Separe-as e ofereça a opção de concordância a cada uma. Note, por exemplo, que a inscrição em um evento, o recebimento de e-mail marketing e de newsletter são três opções distintas, de modo que essas duas últimas não devem estar acopladas à primeira, sob violação da base legal do consentimento livre, informado e inequívoco];

Evite utilizar *checkboxes* pré-selecionadas;

*[Comentário: o consentimento deve ser inequívoco. A seleção prévia de qualquer *checkbox* induz um comportamento de consentimento do usuário que não é aceito pela LGPD];*

Evite utilizar textos muito longos ou inserir políticas extensas no corpo da inscrição;

[Comentário: no contexto da LGPD não é aconselhável apresentar textos longos de anuência, pois fogem ao que se espera do consentimento informado. Portanto, excesso de informação ou o uso de termos vagos fogem ao que se espera do provimento de informações claras e diretas ao usuário];

Disponibilize, no sistema de inscrição, um link para que o usuário consulte a política de privacidade e proteção de dados pessoais da sua organização;

[Comentário: é necessário disponibilizar, por meio de um link, o acesso do usuário à política de privacidade adotada pela sua organização. Esta política provavelmente estará disponível em um portal fixo de proteção de dados da sua organização];

Disponibilize, no sistema de inscrição, uma opção concreta ou uma instrução para que o usuário se descadastre **(opt-out);**

[Comentário: ainda que o usuário tenha consentido, de forma livre, informada e inequívoca, ele tem o direito de revogar o seu consentimento. Esteja pronto para gerenciar as opções de saída de acordo com o que o Titular indicar];

Se for o caso, disponibilize, no sistema de inscrição, uma caixa de seleção na qual o usuário declare ter mais de 16 (dezesseis) anos completos ou, a depender do caso, 18 (dezoito) anos completos;

[Comentário: se necessário incluir menores de 16 anos em determinados eventos, será imprescindível obter o consentimento válido dos pais ou responsáveis. Leia o Guia de Proteção de Dados Pessoais de Crianças e Adolescentes. Desse modo, se o público infante juvenil não fizer parte da sua estratégia demarketing, pode ser preferível solicitar a confirmação do usuário de que ele tem mais de 16 anos completos];

Se for o caso, disponibilize, no sistema de inscrição, uma descrição ou um link de descrição dos parceiros com quem os dados serão compartilhados para o seu tratamento;

[Comentário: o consentimento informado passa pela identificação dos agentes de tratamento. Caso os dados do usuário venham a ser compartilhados com uma outra instituição, pública ou privada, deixe essa informação clara desde o momento inicial sempre que possível];

Se for o caso, certifique-se de que a página de inscrição está em conformidade com os padrões de segurança da informação para receber dados financeiros, como de cartão de crédito;

[Comentário: em situações de produtos ou serviços pagos pelos quais o usuário insira informações como cartões de crédito ou débito diretamente no site da atividade, certifique-se de que os padrões de criptografia, como, por exemplo, certificados digitais e chaves criptográficas AES 256, tenham sido implementados em homenagem ao princípio da Segurança];

Se for utilizar incentivos para que o usuário se inscreva em uma base de dados de e-mail ou telefone (como códigos promocionais, clube de descontos ou associações VIP, entre outros), deixe claro qual a finalidade da ação promocional, como os dados serão utilizados e uma opção de *opt-out*;

[Comentário: no mesmo sentido da finalidade, evite utilizar textos vagos como “preencha este formulário e ganhe um desconto de 10%”. Deixe claro as finalidades do cadastro e disponibilize meios para que o usuário escolha quanto a e-mail marketing, newsletter, SMS entre outras formas de abordagem. Sempre deixe uma alternativa para o usuário se descadastrar do serviço];