

INOVAÇÃO E LGPD: COMO ESTABELECEER UM DIFERENCIAL COMPETITIVO

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei Federal 13.709/2018) ingressa em seu quarto ano de vigência, apresentando uma cultura de proteção de dados ainda jovem, se comparada à trajetória europeia, mas em constante processo de desenvolvimento.

O acréscimo da proteção de dados pessoais ao rol de direitos e garantias fundamentais da Constituição Federal em 2022, por meio da inserção do inciso LXXIX ao seu Art. 5º, corrobora os últimos avanços percebidos. O fato representa um marco, principalmente diante do atual contexto de inclusão da sociedade no universo digital.

Já como parâmetro jurídico, pode-se dizer que houve um amadurecimento acelerado dos Tribunais do país. Observou-se um número de decisões relevantes sobre a LGPD, contrapondo projeções construídas no surgimento da Lei, que subdimensionavam a temática da proteção de dados pessoais, caracterizando-a como um assunto “passageiro” e sem perspectivas de concretude, o que não é verdade.

É por isso que um cenário de segurança jurídica em conformidade à legislação, com políticas e regras de boas práticas, juntamente com a implantação de programas de governança de dados, reflete o comprometimento de lideranças de forma abrangente e transparente.

Convém citar dois conceitos decorrentes da Lei para o desenvolvimento de uma cultura de proteção de dados e para a adequação dos novos paradigmas às regras de privacidade: **(i)** a necessidade de se incorporar a privacidade como padrão (*Privacy by Default*); e **(ii)** a privacidade desde a sua concepção (*Privacy by Design*), em todos os estágios de um determinado sistema,

PROTEÇÃO DE DADOS: ACOMPANHANDO IDEIAS INOVADORAS DO INÍCIO AO FIM



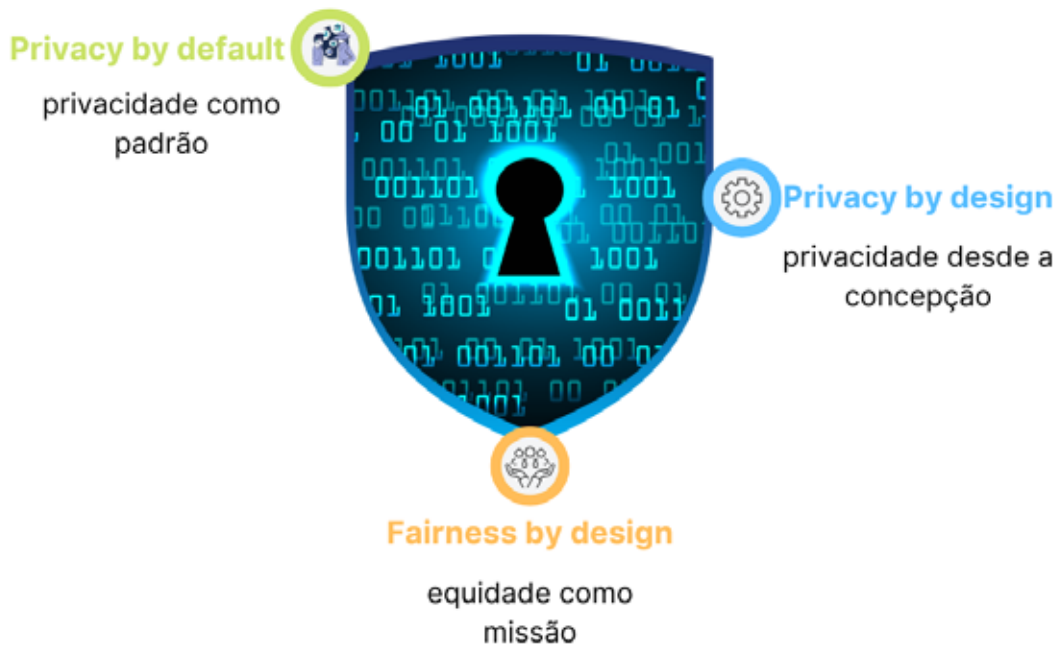
projeto, negócio, processo e atividade (modelagem, operação, gerenciamento e encerramento).

Uma das vantagens advindas da adoção dos conceitos *Privacy by Design* e *Privacy by Default* é a confiança a ser conquistada pela organização junto a seus *stakeholders*. As práticas são componentes essenciais, sobretudo para se evitar problemas legais futuros, já que a adoção dos conceitos minimiza os impactos decorrentes de possíveis incidentes de segurança.

Em relação a novos projetos, trouxe a LGPD um novo paradigma legislativo,

amoldado às atividades de tratamento, cujos dados pessoais são insumo para novos modelos de negócio e potenciais investimentos em inovação. Nesse sentido, o *Privacy by Design* não deve impedir absolutamente as atividades e ideias inovadoras. Deve sim garantir adequação às leis, permitindo a redução de conflitos e ainda converter-se num efetivo diferencial competitivo.

Como exemplo, a utilização de Inteligência Artificial (IA) para o uso do reconhecimento facial e *machine learning*, entre outros, pode gerar externalidades positivas na prestação do serviço público. Vale des-



tacar outro essencial conceito decorrente desses avanços: *Fairness by Design*, que é a equidade desde o início e como missão a ser perseguida para mitigar a discriminação. A aplicação do *Fairness by Design* assegura o respeito à equidade, em outras palavras, a igualdade de oportunidades.

A criação de um Departamento de Privacidade e Proteção de Dados na CPTM demonstra o compromisso da alta direção em fomentar a inovação, ao mesmo tempo em que procura garantir os direitos fundamentais do cidadão. Além disso, o engajamento de todos na Companhia é vital para o sucesso da implementação dos três conceitos, bem como para a consolidação de uma cultura organizacional de privacidade e equidade.

Em recente evento promovido pelo Ministério da Ciência e Tecnologia e Inovação, em parceria com o governo alemão – “Diálogos Digitais Brasil-Alemanha”, uma declaração de Waldemar Gonçalves, diretor-presidente da Autoridade Nacional de Proteção de Dados – ANPD, sobre o desenvolvimento do *sandbox* regulatório da Inteligência Artificial, vai ao encontro da desconstrução dessa dicotomia entre a LGPD e a inovação – “*A LGPD não pode ser*

desrespeitada, mas não devemos dificultar a inovação”.

Ao analisarmos o panorama atual, despreende-se que a proteção de dados pessoais e a inovação são complementares e indispensáveis para o avanço da sociedade. E mais! Essa conjunção é a garantia para que sigamos no desenvolvimento do respeito à privacidade dos indivíduos.

É fundamental entendermos que, com o advento da lei, constituiu-se verdadeiro imperativo à gestão corporativa o acompanhamento contínuo, tanto da evolução das regulamentações como da nefasta sofisticação de inúmeras ameaças. Cada vez mais observamos discussões sobre a posição da segurança da informação e cibernética nas corporações, considerando um escopo que vai muito além de Tecnologia da Informação (TI) e com mais foco em gerenciamento de riscos.

Assim, os processos definidos pelos agentes de tratamento relacionados à inovação devem agrupar-se às regras internas de Governança, para que se possa imprimir ao ciclo dos dados pessoais total segurança, transparência e o não menos importante *accountability*.

A habilidade para inovar é hoje impres-

cindível às organizações dos mais diferentes segmentos, num mundo cada vez mais digital. E um cliente consciente da proteção de seus dados pessoais, aliado a processos de inovação norteados pela ética, são ingredientes para o pleno desenvolvimento de empresas que buscam uma gestão de excelência.

O cenário mostrado é claramente o de uma exigência na intensificação de uma cultura de proteção de dados que, ao trazer imensos desafios aos operadores do direito, às empresas públicas e privadas e seus gestores, transfere inúmeros benefícios à sociedade como um todo.

Olivia Shibata Nishiyama
Cursou Adm. Pública pela FGV/SP; MBA em Gestão Pública na FGV/SP; pós em Gestão da Inovação e Direito Digital pela FIA; Possui certificação EXIN de DPO. Chefe de Depto de Privacidade e Proteção de Dados e DPO da CPTM.

