



Na Mídia

20/08/2019 | [DCI](#)

Postura educativa norteará a atuação de nova agência reguladora de dados

Por dois anos, autoridade estará vinculada ao Poder Executivo; período até a entrada em vigor da nova Lei Geral de Proteção de Dados será crucial para empresas se adequarem às diretrizes legais

João Vicente Ribeiro



ANPD terá desafio de orientar as empresas sobre a responsabilidade no manuseio de dados das pessoas

Com a chance de se tornar uma autarquia após dois anos vinculada ao Poder Executivo, a Agência Nacional de Proteção de Dados Pessoais e da Privacidade (ANPD) assumirá um relevante papel nos próximos anos além da fiscalização: orientar o mercado à adequação da nova regulamentação.

O novo órgão, criado a partir da Lei 13.853 publicada no início de julho, será composto por um Conselho Diretor – formado por cinco membros indicados pela Presidência da República – e por um Conselho Nacional de Proteção de Dados Pessoais e de Privacidade, que terá em sua estrutura 23 integrantes provenientes de instituições científicas e do setor privado.

Para a sócia da área de tecnologia do Pinheiro Neto Advogados, Larissa Galimberti, num primeiro momento, o papel desempenhado pelo novo órgão governamental seria educativo, uma vez que a adequação das empresas à nova regulamentação exige tempo e discussões internas nos negócios. “A princípio, a ANPD teria apenas o papel de regulamentar questões que foram delegadas à ela, mas paralelamente um diálogo deve ser estabelecido com diversos setores da sociedade que não têm regulamentação nesse sentido. O caráter dessa aproximação seria educacional nesse primeiro período de adaptação”, afirmou.

De acordo com Larissa, não há risco de interferência da Presidência da República no trabalho desempenhado pelo órgão, uma vez que este é estruturado por conselhos administrativos, formados por membros tanto do setor público como também empresarial.

“Um dos maiores desafios com a entrada da lei em vigor [agosto de 2020] é encarar tal regulamentação como um incentivo à inovação, e não como um impedimento aos negócios. A LGPD [Lei Geral de Proteção de Dados] surge como uma aliada, que trará benefícios em toda cadeia produtiva até o consumidor”, diz.

Na mesma linha de raciocínio, a advogada especialista em cibersegurança do Demarest Advogados, Tatiana Campello, lembra que a criação de um órgão específico para a orientação e aplicação de sanções tem promovido mudanças internas em companhias de todos os portes pelo Brasil. “Um dos aspectos positivos é que há justamente a possibilidade da autoridade [ANPD] simplificar processos e procedimentos de adequação às pequenas empresas. Esse cenário deve estimular a interação maior entre os players, embora a responsabilidade sobre o manuseio de dados do usuários seja importante”, argumentou Tatiana.

Para ela, um dos vetos presidenciais que podem comprometer a autonomia financeira da ANPD é a retirada do dispositivo que possibilitava a autoridade cobrar taxas remuneradas de serviços públicos dentro de sua atuação. Em virtude dessa extinção, o órgão perderia uma fonte independente de recursos, ficando vinculada unicamente ao orçamento da União.

Já na perspectiva do sócio do escritório Mattos Filho, Veiga Filho, Marrey Jr. e Quiroga Advogados, Paulo Brancher, uma vez que o órgão é vinculado ao Poder Executivo, sempre há o risco de interferência política em alguma medida dentro de seu funcionamento. “Esperamos que não ocorram interferências, inclusive é muito importante que a atuação da nova autoridade tenha como norte o longo prazo”, argumentou ele, lembrando que o posicionamento da autoridade, a priori, estaria mais voltado a “esclarecer” pontos da nova regulamentação de dados do que propriamente aplicar grandes multas.

Multas e sanções

No final de julho, o Facebook pagou uma multa recorde de US\$ 5 bilhões para encerrar uma investigação do governo americano sobre violação de privacidade de seus usuários.

Para o sócio e especialista em direito digital e novas tecnologias do escritório Barreto Veiga Advogados, Felipe Barreto Veiga, a multa serviu como sinal de alerta as outras empresas e ressalta a seriedade da questão

envolvendo dados pessoais. “Alguns fatores pesam para o cálculo dessa multa. São considerados o faturamento da empresa, as práticas internas e externas do negócio, a velocidade a qual o vazamento é comunicado à autoridade competente, e o nível de negligência da empresa frente ao ocorrido”, diz ele, lembrando que companhias as quais transacionam dados de cidadãos europeus devem seguir à legislação do bloco, conhecida como Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (*GDPR*, na sigla em inglês).