

Por Bruno dos Santos (\*)



A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) trouxe uma necessidade prática de nomeação de um encarregado pelo tratamento de dados pessoais, conhecido como Data Protection Officer (DPO), para atuar de forma profissional e especializada nessa pauta.

Os principais desafios dessa nomeação envolvem a necessidade de conhecimentos que se dividem em aspectos regulatórios, legais, de segurança da informação e de governança capazes de harmonizar os objetivos do negócio e a proteção aos dados pessoais dos titulares envolvidos.

A Associação Internacional de Profissionais de Privacidade (IAPP) estimou que a demanda mundial pode chegar a 75 mil profissionais, escassez que se justifica pela dificuldade de encontrar todas essas habilidades em um único profissional, sobretudo no Brasil, que tem como agravante uma legislação recente e, portanto, pouca experiência no tema. Levando em consideração esse contexto, o modelo “as a Service”, ou como serviço, pode ser uma excelente opção.

A modalidade traz a possibilidade de a empresa contratante ganhar experiência de forma quase que instantânea, acelerando a conformidade ao mesmo tempo em que mitiga os riscos regulatórios e os investimentos desnecessários.

Nessa terceirização, a empresa contratante, além de ter o benefício da orientação técnica atualizada e alinhada às melhores práticas de mercado, não precisa despende de orçamento para montar uma equipe de especialistas e investir em formação e certificações constantes, usufruindo da flexibilidade da modalidade enquanto amadurece a necessidade de institucionalizar e internalizar a função.

Outro ganho notado é a autonomia para implementar as boas práticas de proteção de dados,

aspecto que tem sido considerado em penalidades e multas no contexto do regulamento europeu que inspirou a LGPD. Sendo assim, a terceirização mitiga o risco do conflito de interesses, que é comum na nomeação de profissionais internos.

Mas, para o modelo “as a service” ter sucesso, é fundamental o patrocínio executivo para o engajamento de todas as partes interessadas e a escolha de empresas com profissionais certificados e suficientemente experientes em proteção de dados, privacidade e segurança da informação.

Neste cenário, surge a dúvida sobre as empresas de pequeno porte. Neste caso, a nomeação de um DPO é necessária? A Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) estabeleceu um regime jurídico diferenciado para agentes de pequeno porte, dispondo algumas regras que facilitaram a adequação, dentre elas a dispensa da nomeação de um DPO.

Porém, é preciso cautela. A resolução traz exceções de forma que nem todas as empresas de pequeno porte e startups estão isentas à obrigatoriedade do DPO. Nesse sentido, é necessária uma avaliação especializada para entender se a empresa é elegível ao benefício de simplificação e para o correto entendimento dos outros diversos dispositivos legais que permanecem aplicáveis.

O fato é que as obrigações para a manutenção da conformidade com a LGPD podem ser objeto de um contrato “as a service”, mesmo com a dispensa do DPO. Não restam dúvidas que o ecossistema de proteção de dados das empresas no Brasil, com raríssimas exceções, é jovem, mas pode ganhar muito valor usufruindo do modelo “como serviço”.

(\*) **Bruno dos Santos** é gerente de Data Privacy da ICTS Protiviti, empresa especializada em soluções para gestão de riscos, compliance, ESG, auditoria interna, investigação, proteção e privacidade de dados.

**Fonte:** IMAGE, em 11.07.2022