

Por Daniel Meirelles e Diogo Morais (*)



Com a entrada em vigor da Lei 13.709/18, ou mais conhecida como LGPD, o Brasil passa a integrar o grupo de países que possuem uma legislação que aborda de forma específica o tratamento de dados pessoais, o que é fundamental para a inserção do país nesta nova visão de mundo mais digital e cuja preocupação com a privacidade e exposição dos dados das pessoas é cada vez mais relevante. Trata-se então de um caminho sem volta já que o indivíduo está no centro de todo o processo.

A experiência europeia com a General Data Protection Regulation (GDPR) trouxe vários ensinamentos para a implantação da LGPD. Foi possível entender que é necessário conhecer não só as estruturas de dados das companhias, mas o ciclo de vida completo da informação e como ela se relaciona internamente e com todos os stakeholders, além de aplicar boas práticas de segurança da informação e estabelecer padrões de governança que resultem em transparência e controle.

Do ponto de vista de gestão abre-se uma oportunidade. A necessidade de adequação à legislação impulsiona as companhias a implementarem soluções que suportem a conformidade e, consequentemente, promovam avanço do nível de maturidade tecnológica num contexto no qual a Transformação Digital e os diversos modelos de Inovação vieram para ficar.

Mas resta a pergunta: como estar preparado para este novo desafio? Independentemente de todo ferramental tecnológico, mapeamento dos dados e implementação de estratégias para proteção de dados, o processo de adaptação, a fim de que seja efetivo e estratégico, passa fundamentalmente pelo acultramento das companhias e principalmente de suas lideranças. Como qualquer modelo de gestão de risco costuma abordar, sem o chamado *tone at the top*, os procedimentos pensados correm o risco de serem resumidos a atividades para inglês ver, como diz a conhecida expressão, sem agregar nenhum valor às companhias e a seus clientes.

O reflexo da LGPD no mercado de seguros, que movimenta grande volume de dado pessoal e/ou sensível, é certamente desafiador, mas também cria oportunidades. As seguradoras que conseguirem se alinhar às boas práticas e regulamentação de proteção de dados podem ter uma

vantagem competitiva frente aos concorrentes. Pelo olhar do cliente, pesa aqui o valor de ter suas informações divididas com uma companhia que se preocupa, investe e cumpre o que há de mais rígido em termos de privacidade.

Não existe receita de bolo, mas a estratégia de adequação à LGPD passa por algumas ações importantes como mapeamento de toda a estrutura da operação, definição de planos de ação baseados em riscos e no contexto do negócio e, por fim, o engajamento da liderança para implementar e manter a conformidade, respeitando regras de governança e as melhores práticas.

(*) **Daniel Meirelles**, Data Protection Officer, e **Diogo Moraes**, responsável por Riscos, Controles Internos e Compliance na Austral Seguradora.

Fonte: O Estado de S. Paulo, em 19.08.2020