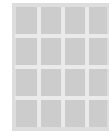


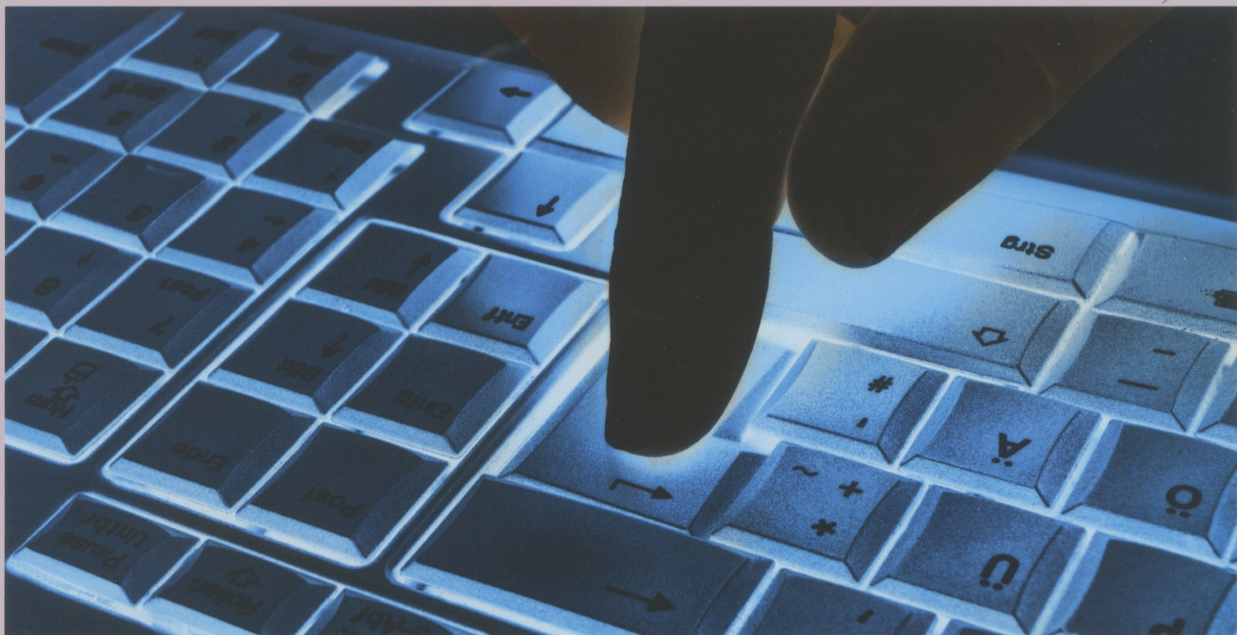
17

**PROTEÇÃO DE DADOS
A BONANÇA ANTES
DA TEMPESTADE?**



RGPD: Uma revolução à espreita?

Em maio de 2018 entra em vigor o novo Regulamento Geral de Proteção de Dados, que vem uniformizar o quadro normativo nos 28 Estados da União Europeia. Novos conceitos e novas obrigações, mas também sanções reforçadas, estão entre as alterações impostas. Será pacífica a transição? Estarão as empresas e as autoridades regulatórias preparadas? A estas e outras questões respondem advogados de sete sociedades.



Praticamente a um ano de distância da aplicação do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD), o sócio da SRS Advogados Luís Neto Galvão considera notável o grau de conhecimento que o mercado revela sobre o mesmo e aponta a utilidade de a Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPD) modernizar, à luz deste diploma, as orientações que foi adotando ao longo dos anos, nomeadamente os prazos de conservação de dados.

A associada sénior da Macedo Vitorino & Associados Cláudia Fernandes Martins entende que a "a atual estrutura interna e organizativa da CNPD não servirá os designios do novo RGPD, que confere à autoridade de controlo renovados poderes de supervisão, regulamentação e sancionatórios". E espera que, no próximo ano, se assista a uma mudança significativa ao nível da

CNPD, tendendo a aproximar-se à de um regulador como a Autoridade da Concorrência ou a CMVM, e com um importante papel de contrabalanço naquele que será o novo modelo de autorregulação adotado pelo RGPD. O sócio e coordenador da equipa de TMT da PLMJ, Daniel Reis, salienta que é fundamental que as organizações que realizem tratamentos de dados pessoais percebam qual é o seu perfil de risco, através do qual deve ser ponderado o que deve ser feito para preparar a organização para a aplicação do Regulamento. "Pode envolver muito ou pouco trabalho, diz, "o importante é garantir que essa ponderação é feita", porque "maio de 2018 está ao virar da esquina".

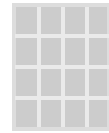
Já os advogados da Morais Leitão, Galvão Teles, Soares da Silva & Associados Tiago Félix da Costa, Helena Tapp Barroso e João Alfredo Afonso,

encaram o regulamento como "uma verdadeira revolução" no modo como as organizações encaram e tratam os dados pessoais e a informação inerente às respetivas atividades e negócios. A associada coordenadora da área de TMT da Vieira de Almeida & Associados, Inês Antas de Barros, destaca o Big Data como um dos grandes desafios do novo quadro legal em matéria de proteção de dados pessoais. Na sua opinião, "o Big Data é mais do que o respetivo contexto jurídico: é um desafio multidimensional que impacta diretamente todas as vertentes de atividade". "Para cumprir o RGPD, as organizações que pretendam implementar estratégias de Big Data terão de ser inovadoras e incorporar nas suas estratégias comerciais, técnicas e operacionais o novo panorama jurídico comunitário", observa.

Para Mafalda Seabra Pereira, sócia da

AVM, as sociedades de advogados podem ter um papel crucial a cumprir, centrado sobretudo na sensibilização pragmática dos seus clientes para a relevância e urgência de prosseguirem o programa de ação que o RGPD requer e, subseqüentemente, no apoio jurídico competente e consistente na estruturação e implementação do mesmo. Além da assessoria técnica e jurídica, a advogada realça como pontos incontornáveis, para clientes e consultores legais, o investimento e o timing de reação.

Por último, Ana Rocha, associada sénior do departamento de TMT&PI da CCA Ontier, acredita que este RGPD não durará mais 20 anos e sugere que a discussão se pudesse centrar mais na ética associada à utilização dos dados e não na simples obrigação de demonstrar a obtenção de consentimentos válidos.



Dossiê



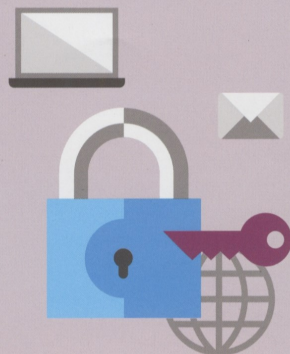
Tiago Félix da Costa,
Advogados da Moraes Leitão, Galvão
Teles, Soares da Silva & Associados

TODAS AS REVOLUÇÕES TÊM EXCESSOS

Ao contrário do que se possa pensar, o excesso desta revolução não está nas sanções, mas nas obrigações que impõe, nos recursos que exige e na incerteza que tem gerado e vai continuar a gerar.

Numa passagem de “Os Miseráveis”, Victor Hugo parecia concluir, a propósito da Revolução Francesa, que todas revoluções têm excessos. O paralelismo entre esta ideia e o – já não tão novo – Regulamento (UE) 2016/679 poderia não ser, à primeira vista, evidente, mas parece-nos tratar-se de afirmação que serve que nem uma luva ao RGPD. Antes de mais, importa saber se a publicação do RGPD constitui ou não uma revolução. Se considerarmos que os conceitos e princípios fundamentais da protecção de dados pessoais da Directiva 95/46/CE se mantêm no novo texto legal, a resposta tenderia a ser negativa. Os conceitos de dados pessoais e de tratamento de dados pessoais, que constituem as fundações de todo o edifício legal da protecção da privacidade, os princípios fundamentais a que devem obedecer os tratamentos e até os respectivos fundamentos de licitude pouco foram alterados e, em rigor, tudo permanece como antes. Contudo, cremos que o RGPD implica uma verdadeira revolução. Uma revolução não tanto técnico-jurídica, mas uma revolução no modo como as organizações encaram e tratam os dados pessoais e a informação inerente às respectivas actividades e negócios. É inquestionável que as coimas milionárias previstas no RGPD obrigam a que as normas de protecção de dados comecem a ser levadas a sério e que a sua observância passe a constituir pilar fundamental das políticas de compliance das organizações. Por outro lado, no entanto, o RGPD impõe um claro modelo de auto-regulação, pelo que já não basta notificar ou obter uma autorização da Autoridade de Controlo para que os tratamentos de dados estejam compliant. A con-

“Cremos que o RGPD implica uma verdadeira revolução. Uma revolução não tanto técnico-jurídica, mas uma revolução no modo como as organizações encaram e tratam os dados pessoais e a informação inerente às respectivas actividades e negócios”



formação de todas as operações de tratamento de dados pessoais realizados por uma empresa passa a ter de ser feita de raiz e na sua totalidade, por essa mesma empresa. É uma alteração de paradigma que obriga a um esforço enorme ou mesmo hercúleo, consoante a dimensão e complexidade da organização. A revolução que o RGPD implica, e cujos efeitos estarão longe de se esgotarem em Maio de 2018, é, dizemo-lo sem hesitações, uma revolução pejada de excessos. Ao contrário do que se possa pensar, o excesso desta revolução não está nas sanções, mas nas obrigações que impõe, nos recursos que exige e na incerteza que tem gerado e vai continuar a gerar. Tome-se como exemplo o novo direito à portabilidade previsto no artigo 22.º do RGPD. Grosso modo, a portabilidade confere aos titulares o direito de obterem de entidade que realiza o tratamento dos seus dados a transferência directa desses dados pessoais para outra entidade que passará a fazer o seu tratamento ou o direito de o titular obter os seus dados pessoais num formato digital e operável para que os possa ceder a novo responsável pelo tratamento. Trata-se de mecanismo claramente pensado para tratamentos de dados associados a certos tipos de actividades económicas, o que até se pode compreender. Todavia, obriga, o que parece manifestamente excessivo, a que qualquer organização possua procedimentos e instrumentos técnicos preparados para dar resposta a este direito independentemente da natureza do seu negócio e da natureza e características dos tratamentos de dados que realiza. Alguém imagina, por exemplo, que o cliente habitual de uma dada cadeia de re-

talho solicite à mesma que porte os seus dados pessoais, incluindo as listas das suas compras, para cadeia concorrente? Por muito inverosímil que a hipótese possa parecer, é clara a necessidade de investimento em recursos significativos que impõe aos responsáveis pelo tratamento para que possam dar uma resposta atempada na eventualidade do exercício desse direito ou de evitar “problemas” caso venham a ser fiscalizados. Mais palavras para quê? Todas as revoluções têm excessos.

“Alguém imagina, por exemplo, que o cliente habitual de uma dada cadeia de retalho solicite à mesma que porte os seus dados pessoais, incluindo as listas das suas compras, para cadeia concorrente?”