

APANHAR O COMBOIO DA INOVAÇÃO

Este regulamento é um colosso. Se estas normas são suscetíveis de reforçar com eficácia os direitos dos cidadãos e aumentar a competitividade e a inovação na UE parece ser, ainda, difícil de prever. Uma coisa é certa: dois anos é pouco tempo para implementar tantas mudanças.



ANA ROCHA

Associada da CCA Ontier

Correr atrás do comboio, sem nunca o conseguir apanhar... Este sentimento torna-se, muitas vezes, inevitável para quem trabalha na área das novas tecnologias e da privacidade. Por mais que o legislador "legisla", o "comboio da inovação" está sempre um passo à frente. Será este o caso do novo Regulamento Geral sobre Proteção de Dados (RGPD)? A lei atual foi criada antes do boom da internet e depressa se revelou insuficiente para responder às questões que o desenvolvimento da economia

digital gerou com o aumento exponencial do volume, da qualidade e da diversidade de dados pessoais, nomeadamente com o Big Data e a publicidade digital. Esta evolução não querará parar. Prevê-se, aliás, que a utilização da Internet of Things (IoT) supere, em dois anos, o número de smartphones, lançando maiores desafios. Por outro lado, embora a partilha de dados pelos próprios titulares se tenha banalizado, foi-se revelando a insatisfação crescente perante o descontrolo da sua utilização e pela construção da "pegada digital" levantando preocupações quanto aos potenciais efeitos de discriminação e de exclusão. O RGPD, aplicável diretamente na nossa jurisdição, propõe-se reforçar o controlo dos cidadãos sobre os seus dados digitais. A construção da confiança e de normas a aplicar uniformemente em toda a UE foram considerados os motores para o fortalecimento do mercado interno, em que o valor estimado dos dados pessoais dos cidadãos foi de 315 mil milhões de EUR em 2011, podendo crescer até quase um bilião de EUR anuais até 2020¹. Os direitos "ao esquecimento", à portabilidade ou à notificação em caso de violação de dados passam a estar ao dispor dos cidadãos. Sobre as empresas que tratam os dados impendem obrigações de autorresponsabilização, deixando de ser necessário obter auto-

rizações da entidade de controlo (CNPD) e passando as coimas a ser agravadas. O consentimento passa a ser inequívoco (o opt-out será inadmissível). Por último, qualquer empresa (independentemente da localização) que ofereça bens e serviços a residentes na UE ou que efetue um controlo dos seus comportamentos, através da monitorização da atividade digital (o que é feito por qualquer website ou app) estará sujeito à sua aplicação.

Todas estas regras afetarão as atividades de Big Data, o sector da publicidade digital, o tratamento de dados nas redes sociais, no comércio eletrónico e na utilização das aplicações e dos múltiplos equipamentos de uso diário conectados à internet (IoT). Além da dificuldade de obtenção de consentimento válido (por ex. para o Big Data parece difícil antecipar todas as finalidades possíveis no momento da recolha), a maioria destes tratamentos assenta na definição de perfis, os quais sofrem outras restrições, nomeadamente sempre que versem sobre dados sensíveis. Em Portugal, estas limitações poderão ter um impacto maior que nos restantes países da UE considerando a imposição da nossa Constituição ao definir como sensíveis dados da "vida privada" (tais como preferências pessoais).

Não há dúvida, este Regulamento é um colosso. Se estas normas são suscetíveis de reforçar com

“Temos de acreditar que a entidade de controlo irá, antes, assumir o desafio de orientar e de educar para a necessária mudança de paradigma, ao lado das empresas e dos cidadãos”

eficácia os direitos dos cidadãos e aumentar a competitividade e a inovação na UE parece ser, ainda, difícil de prever. Uma coisa é certa: dois anos é pouco tempo para implementar tantas mudanças. A CNPD fica liberta das funções de controlo prévio e disponível para fiscalizar. Porém, temos de acreditar que a entidade de controlo irá, antes, assumir o desafio de orientar e de educar para a necessária mudança de paradigma, ao lado das empresas e dos cidadãos. O objetivo será mantermos os olhos no futuro: e correr para apanhar o comboio da inovação, já na próxima estação.

“Em Portugal, estas limitações poderão ter um impacto maior que nos restantes países da UE considerando a imposição da nossa Constituição ao definir como sensíveis dados da vida privada”

1. Ver Boston Consulting Group, «The Value of our Digital Identity», novembro de 2012.