

Por Daniel Domeneghetti (*)

Adiada, ou não, para agosto de 2022, como propõe o deputado Carlos Bezerra (MDB-MT), a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) será um dos principais assuntos do ano na agenda executiva brasileira. Espinhoso e estratégico, o tema trará mudanças na forma como as empresas lidam com informações de seus clientes, tais como nome e e-mail. Usar dados, por mais básicos que sejam, sem o consentimento dos clientes poderá doer no caixa das companhias. Tudo porque quem não seguir os procedimentos previstos na nova lei, estará sujeito a pagar uma multa de até R\$ 50 milhões.

No Brasil corporativo, marcado pela ideia de que lei só vale quando mexe no bolso, a LGPD movimentará as estruturas empresariais. Tratar e privar dados será o desafio das empresas em 2020. Novas posturas serão exigidas de quem mexe direta e indiretamente com os dados dos clientes. Do alto escalão ao colaborador menos estratégico, todos terão que ter o máximo de cuidado. Mailings, formulários cadastrais, sorteios, promoções e outros “laços” para estreitar o relacionamento terão de ser revistos nas companhias. Fica a dica!

Junto ao desafio de adequar-se à LGPD, virá também a questão corporativa do ano. “Afinal, quem é o profissional da privacidade? “. Será o departamento jurídico? As áreas de compliance? Os responsáveis pelos serviços de atendimento ao cliente? O RH? Ou fica a cargo do marketing?

A resposta é clara! TODOS serão e sempre foram os donos da privacidade na corporação. As figuras supracitadas acima são profissionais híbridos. Se não sabem, fiquem sabendo agora, pois você pode ser uma destas pessoas que atua de maneira multifuncional e com multiconhecimento (taí outra palavra forte em 2020 nas empresas). É preciso ter o envolvimento integral de expertises diversas e complementares de todas as áreas da companhia para o programa de privacidade e proteção de dados pessoais funcionar.

Neste aspecto, a figura do CEO será imprescindível para fomentar a cultura de privacidade na empresa. Por falar em profissões mais quentes de 2020, arrisco dizer que o ano será do PMO (Project Management Office). Este profissional será a peça mais importante na condução e adequação da empresa à legislação de proteção de dados pessoais. Ele será o responsável por concatenar todas as áreas da organização através de ações necessárias em atividades sequenciais e complementares. Tudo para garantir que o cronograma de LGPD seja cumprido dentro do prazo estipulado.

Dada às devidas previsões, reitero que não há dúvidas que a densidade da LGPD fará de 2020 o ano da privacidade no Brasil. Mudará hábitos nas empresas, colocando cliente e dados pessoais num balaio estratégico, que será uma espécie de jazigo de petróleo. Quem souber tratar bem, só vai ter a ganhar. Uma coisa é certa: nada será como antes.

(*) Daniel Domeneghetti é especialista em práticas digitais no relacionamento com cliente e CEO da [E-Consulting Corp.](#)

Fonte: [Jornal LexPrime](#), em 11.02.2020