

A lei aprovada em 2018 deve ser cumprida até maio deste ano. Tire suas dúvidas referentes à adequação da sua empresa

A Lei de Proteção de Dados foi sancionada em 2018, e programada para entrar em vigor em 2020. Com a pandemia do Covid-19, foi adiada para maio de 2021. Segundo o levantamento feito pela Deloitte (empresa de consultoria internacional), apenas 38% das empresas estão preparadas para as adequações exigidas pela nova legislação. 46% declara estar parcialmente preparada e 16% admitem não estarem realmente preparadas.

As novas adequações determinadas pela lei, têm tirado o sono de muitos empresários. Muito se especula, já que estamos em um contexto de muita conectividade e transformação digital. Após o vazamento de informações confidenciais e, de como o Facebook utilizava os dados dos usuários, o mundo voltou-se a estabelecer regras de usabilidade destes dados. Protegendo assim a integridade dos usuários.

De acordo com a nova lei, entende-se por dados pessoais quaisquer informações que identifiquem uma pessoa, como nome, sobrenome, CPF, endereço, telefones, entre outros. Muitas empresas, principalmente no setor de comunicação, utilizam estes dados para a captação de leads e resultados mais assertivos. Por isso, a lei ainda divide opiniões dentro da comunidade. "Para nós, da publicidade, a Lei de Proteção de Dados vem regulamentando a nossa utilização destas informações. Para evitar fraudes e a descredibilidade dos usuários. Somos a favor da Lei e estamos elaborando estratégias para fazer parte das empresas de publicidade que já estão adequadas aos parâmetros da lei", comenta Leandro Rampazzo, CEO da Godiva Propaganda .

Para o especialista, a LGPD tem mais benefícios do que malefícios. "Toda mudança tem desafios a serem cumpridos, mas isso não significa que eles são impossíveis. Precisamos garantir a segurança . A propagação da internet trouxe muitos avanços e precisamos que haja uma regulação e uma transparência por parte de grandes empresas de como nossos dados são utilizados", afirma o CEO que desde a aprovação da lei modificou estruturas dentro da agência para se adequar a lei.

Leandro Rampazzo, CEO da [Godiva Propaganda](#) , elege alguns tópicos para que a LGPD seja implementada com mais assertividade na sua empresa:

- Educação do seu público

Promover o esclarecimento à toda a comunidade e seus clientes sobre os benefícios da Lei (Utilize as suas redes sociais e o seu site para este fim);

- Revisão de contratos

Reavaliar os contratos com os seus parceiros e fornecedores e verificar se há algo que não está de acordo com as exigências da nova lei;

- Capacitação da sua equipe

Atualizar os funcionários sobre as práticas desenvolvidas na agência/empresa. Termos de confidencialidade ou de compromisso no manuseio das informações de terceiros. Leia sobre a lei, e se tiver alguma dúvida busque um escritório de advocacia. Repasse o conhecimento aos seus colaboradores!

- Permissão de acessos

Restrinja a permissão de acessos à profissionais corretos e garantidos em contrato das suas responsabilidades.

- Transparência no uso

Tenha o uso linear e transparente das informações coletadas de consumidores. Lembre-se: não precisamos deter o conhecimento de tudo, busque um advogado e esclareça as suas dúvidas para aplicar a lei antes de Maio de 2021.

Sobre a Godiva Propaganda

É uma agência de publicidade full service, especializada em franchising, saúde e varejo. A Godiva tem soluções com forte poder criativo direcionado às necessidades específicas de cada cliente. Isso passa pelas mídias tradicionais como TV, Rádio, Impresso, incluindo o Digital que, atualmente, virou commodity. A agência é focada em buscar meios inovadores que possibilitem maior fit e aderência ao mercado de seus clientes dos mais variados perfis: multinacionais, franchising, hospitais e laboratórios, restaurantes e fast food, startups, entre outros. Tendo como foco central a performance e resultados, atendem grandes marcas no Brasil e exterior. Entre os clientes estão: Lavoisier, Banco Luso Brasileiro e a rede IceMellow.

Fonte: Queissada Comunicação, em 24.02.2021