

Por Orlando Letra

O Brasil não foi pioneiro ao desenvolver a Lei 13.709, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), sancionada em 2018. A legislação, que prevê criar um cenário de segurança jurídica válido para todo o país, para o tratamento de dados pessoais, reflete as disposições do General Data Protection Regulation (GDPR), também conhecido como Regulamento Geral sobre Proteção de Dados (RGPD), que é válido em toda a União Europeia.

[No continente europeu](#), a legislação passou a ter aplicabilidade em maio de 2018, exigindo uma série de adequações das empresas. Contudo, muitas companhias não conseguiram fazer as adaptações necessárias, gerando milhões de euros em multas. Segundo levantamentos das autoridades de proteção de dados da União Europeia, só em 2020 foram aplicadas 318 multas por violação das regras previstas. A informação reflete que, mesmo dois anos após entrar em vigor, a legislação ainda pode ser uma dor de cabeça para as empresas que coletam dados de forma incorreta. A consequência é sentida no bolso, com a cobrança de multas, além do impacto nas vendas, com estratégias de marketing equivocadas.

No cenário brasileiro, as empresas que não adequarem suas políticas de dados também correm o risco de sofrer sanções a partir de agosto de 2021, com possibilidade de adiamento para agosto de 2022. Segundo uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira das Empresas de Software (ABES), em parceria com a consultora Ernst and Young (EY), com uma amostra de 2050 empresas, apenas 36% dos negócios do varejo no Brasil estão em conformidade com as exigências legais da LGPD.

Leia aqui na íntegra.

Fonte: O Estado de S. Paulo, em 23.03.2021