



A LGPD vira valor competitivo

A Lei Geral de Proteção de Dados está valendo apenas há poucos meses, mas a conformidade das empresas com as regras introduzidas na Lei já é cobrada pelo mercado. A mudança de cultura em relação à segurança dos dados e garantia de uso de dados pessoais está apenas começando no Brasil, mas a maneira como as companhias têm lidado com a privacidade tornou-se valor competitivo e, com certeza, tem influenciado cada vez mais na escolha de parceiros comerciais.

O grande desafio agora é a sua regulamentação, missão que cabe à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD). Uma série de normas precisa ser regulamentada, definindo com clareza pontos estabelecidos na Lei, restando ainda muitas dúvidas sobre a sua aplicação. “Uma característica de leis que são construídas a muitas mãos, como a LGPD, é que ela deixa espaços abertos para disputas interpretativas. O nosso esforço é traduzir essa lei e relacioná-la com outras normas já existentes. Tudo isso gera uma necessidade de detalhamento e interpretação que é urgente e complexa”, disse a diretora da ANPD, Miriam Wimmer, em recente *live*.

Por outro lado, embora uma mudança de cultura leve tempo, já começamos a notar a preocupação de adequação das empresas às novas regras, apesar de larga percentagem de empresas ainda

não ter iniciado o trabalho de conformidade. Mas o próprio mercado também tem pressionado pelo respeito às regras de privacidade e segurança dos dados. Estar em conformidade com a Lei passou a gerar valor competitivo entre as empresas e, na hora de fechar contratos, a adequação às normas de proteção de dados pessoais passou a contar pontos.

Todavia, espera-se que a ANPD considere um tratamento diferenciado para micro e pequenas empresas, com regras mais simples de atender e executar, considerando o alto volume dessas empresas de pequeno porte. Como nossa lei foi baseada na lei europeia, lembramos que já são tratadas de forma especial as empresas de menor porte estabelecidas na Europa.

Para se adequarem à LGPD, as instituições públicas e privadas têm concentrado seus esforços em ações nos seus departamentos jurídico e de tecnologia. É necessário haver a identificação dos *gaps*, do fluxo de dados dentro das empresas e a criação de um comitê de acompanhamento desses processos. Importante também pensar em divulgação, seja interna ou externa. Além de estar conforme, é importante mostrar que está em conformidade: comunique ao mercado sua adequação; é propaganda de sua marca. Treinamento também tem se mostrado fundamental no processo de revisão de cultura organizacional e de

educação dos colaboradores.

Conforme definido na lei, as sanções começam a vigorar em 1º de agosto de 2021 – já não falta tanto tempo assim – e cabe à ANPD fiscalizar a aderência às novas regras. Mesmo quando as penalidades passarem a vigorar, o objetivo da Lei não é punir, mas recorrer a instrumentos que possam ajudar as empresas no cumprimento das regras. A Lei não é punitiva, mas sim regulatória, e não tem porque atuar de forma agressiva. Não é o intuito do legislador.

Apesar das sanções não poderem ser aplicadas ainda, lembramos que a LGPD já está em vigor e as empresas ou órgãos governamentais que não atendam a conformidade com a lei podem ser acionados judicialmente, iniciando investigações e avaliações contra as normas.

Temos então um grande trabalho pela frente, que envolve as áreas de tecnologia, jurídica e também operacional. O trabalho cobre todas as áreas das empresas e envolve funcionários, fornecedores e parceiros. Como já falamos anteriormente, o tempo não é nosso aliado. Mas estamos prontos a juntar forças para chegarmos ao objetivo.

