

RP e LGPD você shippa?

Anita Cardoso  
Relações Públicas, Especialista em Responsabilidade Social,  
Mestre em Comunicação e autora do livro Storytelling

Eu shippo.

A LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados entrou em vigor no dia 18 de setembro de 2020. Isso significa que a partir desta data empresas e órgãos públicos terão que deixar muito claro para os usuários no Brasil de que forma será feita a coleta, o armazenamento e o uso de seus dados pessoais, entre outros detalhes. Salvo algumas exceções, o titular dos dados terá o poder de **consentir** o seu uso ou não e poderá solicitar a exclusão das informações se achar necessário.

Se a lei for desrespeitada, as empresas serão advertidas e multadas — a aplicação de penalidade para as empresas que desobedecerem às novas regras **foi adiada** para agosto de 2021 pela Lei nº 14.010, criada em junho de 2020. As punições podem chegar até 2% do faturamento de empresas, sob o limite de até R\$ 50 milhões.

A LGPD tem 65 artigos que devem ser lidos e entendidos por todos os profissionais de comunicação das organizações e principalmente pelos Relações Públicas das mesmas, uma vez que as estratégias de relacionamento com seus públicos está sob sua batuta.

Além dos artigos, a LGPD instituiu uma série de conceitos importantíssimos que delimitam o que é ação da empresa e o direito do dono do dado. E na minha visão o conceito mais importante de todos é o CONSENTIMENTO.

É como numa relação entre um casal, se não há consentimento para um abraço ou um beijo ou o avanço para uma próxima intimidade, significa NÃO. E NÃO É NÃO.

Logo, na LGPD o NÃO é o princípio básico garantidor do dono do dado para que a empresa que ele se relaciona use ou não o seu dado.

Então como dar MATCH nessa relação?

Institua, você organização uma dinâmica eficaz de informação sobre o dado do seu público.

Tenha resposta para todas as perguntas que ele fizer sobre o uso dos seus dados.

Onde está armazenado o meu dado?

Pra que você precisa do meu dado?

Eu quero que você me prove que você excluiu o meu dado.

E assim por diante.

Além disso institua mecanismos de consentimento.

Nas newsletters, nos contratos, nas videoconferências, nas notas de compras, em qualquer local que venha a armazenar algum dado do seu público coloque um campo de DE ACORDO.

Em agosto, quando a ANPD – Autoridade Nacional de Proteção de Dados estiver instituída e começar a receber denúncias vai chover multas na sua porta. Evite já esse conflito se relacionando de forma correta com seu público.

Não basta ter um sistema jurídico eficaz, tem que ter um sistema de relacionamento preventivo com seu público.

Garanta um relacionamento estável entre sua organização e o seu público.

Vamos conversar mais sobre RP e LGPD?