

LEANDRO MAZZINI
COLUNA
ESPLANADA



GÁS NA PAUTA (E NO MAR)

■ Há uma frente suprapartidária articulando para que o senador Nelson Trade (PSD-MS) seja o relator da Nova Lei do Gás na Casa. Ele é do Mato Grosso do Sul, sede de uma das maiores engarrafadoras e distribuidoras de gás do país, maior concorrente da Petrobras e de outras duas privadas do setor. Enquanto o gás entra na pauta, o setor se divide entre os que apoiam a nova lei – a maioria – e os que se opõem por afirmarem que a ausência de gasodutos, e de solução para investimentos, são o maior gargalo da nova lei. Segundo a ANP, os produtores de petróleo e gás seguem reinjetando para o subsolo marinho 57 milhões de metros cúbicos/dia.

A conferir

■ A polêmica é grande. A presidente do IBP (do setor de petróleo e gás), Clarissa Lins, diz já haver infraestrutura suficiente para escoar o gás do pré-sal para o continente.

Disputa no Rio

■ O Cabo Daciolo vai pedir desfiliação do PL. Descobriu que o partido o rifou e fechou com o candidato Eduardo Paes (DEM), alvo de busca e apreensão ontem, pelo MPE.

Caixa

■ Foram R\$ 200 mil economizados de março até ontem sem abrir o gabinete em Brasília e Porto Alegre, comemora o deputado Jerônimo Goergen (Progressistas-RS).

Será que vinga?

■ Goergen propôs Projeto de Resolução para que a Câmara autorize os que economizaram nos R\$ 40 mil de verba de gabinete a usarem o dinheiro em ações no combate ao Covid.

PLIM, PLIM!

MARCELO CAMARGO / AGÊNCIA BRASIL



■ Há um velado lobby da TV Globo nos projetos de tentativa de reeleição dos presidentes da Câmara e Senado, Rodrigo Maia e Davi Alcolumbre, respectivamente, para mais dois anos no comando das Casas. É para que as presidências não caiam nas mãos de bolsonaristas, nem o controle da comissão de comunicação que vai debater o tema.

Antenada

■ O foco é a renovação da concessão do canal esperado para outubro de 2022, no fim do mandato de Jair Bolsonaro. Com a conhecida implicância do Capitão contra a emissora, a Globo aposta tudo nos dois presidentes atuais, simpáticos à TV, e numa comissão no mínimo equilibrada, para tentar reverter uma eventual canetada contra a renovação.

Aliás...

■ ...Lobby, discreto ou escancarado, não é feio nem errado. O problema é que em muitos casos há pilantras operando dinheiro público em ministérios e no Congresso.

'Repercussão Geral'

■ A gestão do ministro Luiz Fux começa pelo exemplo na sua posse para os Tribunais de Justiça que ostentam Brasil adentro: sua posse, na mais importante Corte, terá pouquíssimos parentes e sessão virtual. Diferente da posse do novo presidente do TJ de Minas, em Belo Horizonte, com 200 convidados em plena pandemia, há dois meses.

Alívio no manche

■ Caducou a Medida Provisória do Palácio que permitia a companhias aéreas a terceirização dos pilotos, a chamada "pejotização" da categoria, em plena crise.

MERCADO

Demissões.com

■ Gigante do setor de reservas de hotelaria e serviços, a Booking vai demitir em todos os países que opera – antecipamos ontem nas redes sociais. O Brasil será afetado. Nada que prejudique suas operações, garante a empresa. A conferir.

Mayday

■ É do Banco Daycoval o jatinho Gulfstream (um dos melhores e mais caros do mundo) que teve problemas e derrapou num pouso de emergência na pista da Pampulha em BH.

Mistério

■ O PSC garante que o R\$ 1,7 milhão citado ontem não foi pago pelo partido ao marqueteiro Jorge Gearez, que fez a campanha de Pr. Everaldo. E que não houve nova contratação. Fica o mistério, o MP está de olho nos repasses desses valores.

OPINIÃO

CRÔNICAS E ARTIGOS

Sua empresa está preparada?



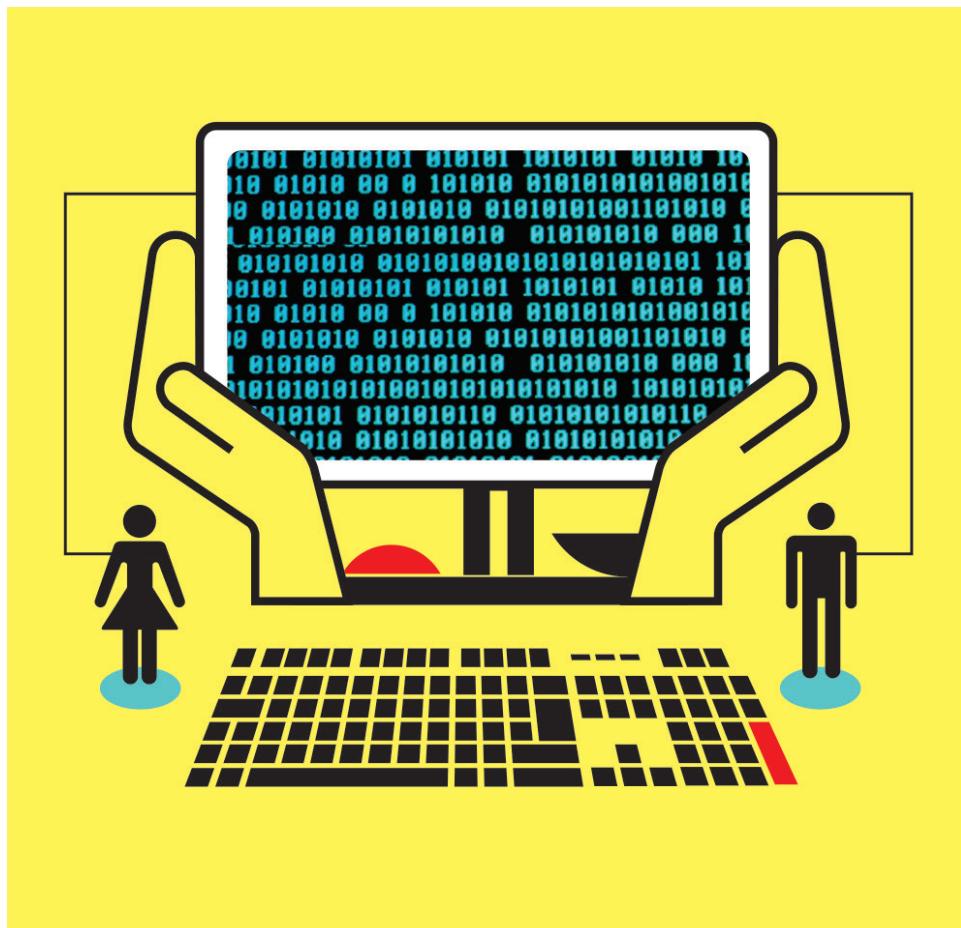
Dario Menezes
professor da FGV e
ESPM

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) teve sua vigência imediata aprovada pelo Senado recentemente. Ainda que cientes da importância e do impacto que ela causará no dia a dia das empresas, é possível afirmar que muitas ainda não se prepararam adequadamente, até mesmo porque estamos em um ano totalmente atípico recheado de desafios e surpresas. Porém o desconhecimento e a não aplicação dos conceitos centrais da nova lei podem gerar crises desnecessárias e impactar a reputação das organizações.

Para facilitar o entendimento, vamos pensar no grande número de pequenos e médios empreendimentos como farmácias, varejistas, restaurantes, escolas e bares. Todos precisarão repensar suas práticas de coleta de informações dos seus clientes para futuras ações de marketing.

Só que com a entrada não prevista da legislação para este ano, precisarão se apressar para organizar e proteger seus dados e os dados dos seus clientes, se adequando às novas diretrizes para evitar qualquer multa ou processo. As empresas que não se adequarem sofrerão punições legais de até 2% do faturamento, no limite de até R\$ 50 milhões.

A versão final aprovada pelo Senado, claramente baseada na norma europeia chamada de Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR) vem modificar o relacionamento da companhia com todos os seus públicos, sejam internos (colaboradores) ou externos (por exemplo, clientes, potenciais clientes e ex-clientes). Essa nova legislação exigirá plano de ação de diferentes áreas das empresas para sua adequação, iniciando na comunicação, passando pela área de Segurança da Informação e terminando na área de direito digital.



A LGPD regulará a proteção dos dados pessoais, garantindo direitos a todos os cidadãos e estabelecendo regras claras sobre as operações de tratamento realizadas pelas empresas e órgãos públicos.

O princípio básico da lei sancionada refere-se à responsabilização de quem controla, armazena e trata os dados em benefício próprio, ou de terceiros, que deverá ser capaz de demonstrar que o processamento é realizado em total respeito à lei, de forma eficaz e através da clara e regular prestação de contas. Entra em campo então uma perspectiva pela qual a privacidade deve ser respeitada desde a concepção dos serviços/produtos, uma premissa "cultural" para alcançar o caminho da conformidade.

Algumas dicas:

- Conscientize sua empresa sobre o novo contexto
- Realize um mapeamento dos da-

dos em poder da sua empresa

- Classifique todos os dados necessários à finalidade do negócio e armazenados na empresa, assim como a existência ou não de consentimento de uso.

- Solicite a aprovação do cliente para que você mantenha os dados sobre eles na sua base de dados

- Contrate uma assessoria jurídica para adaptar e criar documentos e contratos com cláusula de proteção à privacidade

- Treine o seu time para esse novo contexto

- Proteja seus dados contra potenciais ataques cibernéticos de hackers
- Organize seus documentos sobre proteção de dados para eventuais fiscalizações

Para evitarmos futuras manchas nas reputações das organizações, é fundamental prepará-las para este novo contexto.

Movimento por uma Revolução dos Afetos



Ingrid Gerolimich
socióloga e dir. do filme
Revolução dos Afetos

A pandemia que tomou conta do mundo e que exigiu de nós o isolamento e afastamento dos corpos me despertou o desejo de falar sobre a solidão. E desta incursão pelo tema nasceu o curta-metragem *Revolução dos Afetos*.

O filme trata de uma solidão imposta, fruto de uma sociedade onde tudo é visto como mercadoria, inclusive nossos corpos. Um mundo que estimula a individualidade e a competitividade e que por isso estabelece vínculos humanos tão frágeis, vendendo a solidão como um fracasso individual na melhor definição de "cada um com seus problemas".

Acontece que a solidão virou uma questão de Saúde pública e até mesmo a hiperconexão presente nestes novos tempos de relações online não deu conta de amenizar os danos provocados por esta que já é considerada uma grave epidemia. Pelo contrário, estudos recentes, como o do Projeto

UnLonely, afirmam que mais de 30% dos adultos são solitários crônicos e 65% das pessoas se sentem solitárias a maior parte do tempo.

Estes dados mostram que a solidão não significa necessariamente ausência de conexão, mas a profundidade com a qual esta conexão se estabelece. Isto significa que, apesar de atualmente nos conectarmos com um número bem maior de pessoas, isto por si só não nos proporciona o sentimento de pertencimento característico de uma ligação real com o outro.

Com isso, para além de uma questão de Saúde pública, a solidão é um problema político e extremamente grave, por sinal. Pois, esta ausência de um senso de que pertencemos a uma coletividade, o sentimento de que estamos "cada um por si" e de que somos invisíveis diante do outro faz do outro invisível diante de nós também.

E desta cegueira emocional nasce um processo de desumanização das relações humanas que pode culminar na ascensão de fascismos individualizantes, marcados pelo discurso de ódio e intolerância contra tudo aquilo que é "diferente".

Quando o outro é visto como um es-

tranho, um adversário e não um igual, o medo torna-se um elemento importante para a garantia da sobrevivência e o ódio é a forma com que este medo é comunicado. Vivemos em uma sociedade que faz com que estejamos em constante estado de alerta diante do perigo que a figura de outro ser humano representa para nós e, enquanto não promovermos uma profunda transformação no campo dos nossos vínculos sociais, dinâmicas como esta continuarão sempre dando a tônica das nossas relações.

Somos o que sentimos, nossos afetos nos moldam, contam a nossa história e nos guiam na vida. Portanto, para que transformações políticas e sociais aconteçam, são necessárias mudanças profundas no campo da afetividade. Por que não falarmos, então, em uma psicopolítica dos afetos, capaz de ressignificar nossa maneira de agir no mundo como sujeitos, nossas relações sociais e, por consequência, nossa existência?

É neste sentido que lanço como provocação a todas, todos e todes o desafio de construirmos um movimento coletivo disto que chamo de uma Revolução dos Afetos.

O DIA DISQUE REDAÇÃO: 2222-8069 E 98921-1888

ASSINATURA E ATENDIMENTO AO LEITOR: 2222-8600/2222-8650/2222-8651

EDITOR-CHEFE
Alexandre Medeiros

DEPARTAMENTOS:
Agência O DIA: E-mail: agencia@odia.com.br. Venda de fotos e textos: 2222-8021, 2222-8560 e 2222-8265
Fax Diretoria: 2507-1038

Parque Gráfico: 3891-6000. Av. Dom Hélder Câmara, 164 Benfca Gerência Industrial: 3891-6002 Gerência de Circulação e Logística: 3891-6005

Preço de venda em banca: RJ, MG, SP e ES: R\$ 1,50 (dias úteis) e R\$ 3 (domingos). Distrito Federal: R\$ 3,60 (dias úteis) R\$ 4,40 (domingos). Demais estados: R\$ 4,20 (dias úteis) R\$ 5,10 (domingos)

Exemplares atrasados: Capital: Preço de capa - Demais localidades: preço de capa + postagem. Mais informações: Tels: (21) 2222-8086/2222-8136 - Central de Promoções - Av. Dom Hélder Câmara 164 Benfca, (Parque Gráfico O DIA) - das 9h às 17h.

São Paulo: Avenida Irai 300 - Sala 306 - Indianópolis. CEP: 04082-000. Tels: 11 94704-2393 / 11 99623-7645 / 11 99973-8313
Brasília: Tel: (61) 9920-91891.

Promoções: promocoess@odia.com.br
Classificados: 2532-5000/2222-8652/2222-8653/2222-8654/2222-8655/2222-8656 - De 2ª a 5ª das 9 às 18h e 6ª das 9h às 19h.

Todos os cadernos de classificados somente circularão na cidade do Rio e no Grande Rio.

Anúncios de Noticiário: 2222-8191 / 2222-8631 / 2222-8388. Anúncios para o Interior: 2222-8279 - Negociações com agência: 2222-8388 Outros estados: 2222-8279 - De 2ª a 6ª, das 10h às 18h. Atendimento ao jornalheiro: 3891-6012 - De 2ª a 6ª, das 8h às 12h30 e das 13h30 às 17h.
Editora O DIA LTDA. Rua dos Inválidos 198, 2º andar, Lapa - CEP: 20.231-048 - Rio de Janeiro - RJ.

O DIA é filiado ao Instituto Verificador de Circulação (IVC).