

Leite: Como a LGPD afeta o comportamento dos comerciantes

Muito se tem ouvido falar sobre a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Com a chegada da pandemia, em 2020, o comportamento dos consumidores mudou e agora a preferência é realizar compras pela internet. Para se ter uma ideia, uma pesquisa realizada pela Mastercard e pela America's Market Intelligence (AMI) revela que 46% dos brasileiros aumentaram o volume das compras *online* durante a



Com essa tendência, os consumidores precisam ficar por

dentro dos seus direitos garantidos pela LGPD, que traz a obrigação de as empresas criarem um sistema de proteção das informações pessoais dos consumidores, que geram a possibilidade de identificação das pessoas. Isso é um direito à privacidade. Quando falamos das relações de compra e venda, existe um detalhe que o consumidor tem o direito de saber: qual a finalidade do uso dos seus dados, como vão ser usados, quais mecanismos de proteção a empresa oferece — é um dever da organização criar esse sistema de proteção e avisar de alguma forma o seu cliente.

Exemplificando na prática o que eu quis dizer acima: alguma vez você foi ao shopping trocar uma mercadoria que ganhou de presente e o vendedor exigiu que você fizesse um cadastro só para realizar aquela troca? Quando isso acontecer, é preciso ter em mente que a loja deve dizer para que ela precisa dos seus dados — nem que seja para enviar novidades sobre os produtos ou descontos por email (o famoso e-mail marketing), mas você precisa saber qual a finalidade daquilo.

Essa atenção deve ser redobrada no final do ano, quando o consumo de mercadorias tende a aumentar. As empresas precisam se preparar para a data e informar seus consumidores sobre a finalidade da coleta de dados pessoais, e os mesmos precisam se atentar e decidir se querem ou não informar os seus dados. Caso contrário, isso pode gerar um problema judicial.

Como o consumidor pode se proteger?

Antes de efetuar uma compra *online*, o consumidor deverá verificar se o site oferece informações sobre a empresa, se tem certificado de segurança, se possui telefone para contato caso dê algum problema com a compra, que são direitos clássicos. Em casos de problemas com os dados em compras *online*, a LGPD é aplicada da mesma forma das situações de compras presenciais: a empresa vai exigir somente os dados necessários para a realização da venda e demonstrar qual é a finalidade de uso desses dados. Tudo isso

tem de ser mostrado na hora do preenchimento do cadastro.

A lei entra em vigor em 2021

Apesar de as penalidades da lei terem entrado em vigor apenas neste domingo (1º/8), já houve casos em que o Direito do Consumidor permitiu a aplicação de uma multa, no momento em que houve uma denúncia de uma empresa que utilizou os dados de alguma forma sem avisar.

Podemos citar como um exemplo recente o [caso da construtora Cyrela](#), em que uma consumidora recebeu uma ligação indesejada oferecendo serviços de decoração. A moça havia acabado de comprar um imóvel da construtora e esse contato estava vinculado à empresa, ou seja, a Cyrela compartilhou os dados pessoais da consumidora com a empresa de decoração, sem pedir permissão. O caso finalizou na Justiça com uma indenização de R\$ 10 mil.

Portanto, a LGPD tem um papel muito importante na proteção de dados pessoais. Sabemos que hoje em dia, com a tecnologia, está cada vez mais fácil o uso de dados para aplicação de golpes. A *Black Friday* é um momento de consumir com prazer, sem preocupações, mas para isso é preciso uma atenção dobrada de quem está comprando e, por outro lado, um reforço maior de proteção da parte das empresas com os seus consumidores, a fim de estar em conformidade com a lei.

Date Created

02/08/2021