

Por Rubens Leite (*)



Muito se tem ouvido falar sobre a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). E como será que fica essa questão agora na Black Friday? 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, de acordo com uma pesquisa recente encomendada pelo Google e realizada pela Provokers, 40% dos consumidores pretendem comprar na Black Friday exclusivamente de forma digital este ano.

Com essa tendência, os consumidores precisam ficar por dentro dos seus direitos garantidos pela LGPD, que traz a obrigação das empresas de criar 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 pessoais, como vai ser usado, quais os mecanismos de proteção que 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 eles precisam 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 em uma época como a Black Friday, onde 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 o mesmo precisa se atentar e decidir se quer 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 do que em 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 que ser mostrado na hora do preenchimento do cadastro.

A Lei entra em vigor em 2021

Apesar das penalidades da lei entrar em vigor apenas no dia 01 de agosto de 2021, já existem casos em que o direito do consumidor permite a aplicação de uma multa, no momento em que há uma denúncia de uma empresa que utilizou os dados de alguma forma sem avisar, com fundamento no direito do consumidor.

Podemos citar como um exemplo recente o caso da construtora Cyrela, em que uma consumidora recebeu uma ligação indesejada de uma empresa oferecendo serviços de decoração. A moça havia acabado de comprar um imóvel da construtora e esse contato estava vinculado a 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 10 mil reais.

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 requer 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.

(* **Rubens Leite** é advogado e sócio-gestor da RGL Advogados.

Fonte: Comunica PR, em 23.09.2021