

Por Rodrigo Aquino

Certa vez, um pai de família foi à farmácia comprar determinado produto e a atendente, seguindo as informações registradas em seu sistema, ofereceu-lhe um pacote de fraldas. Intrigado, o homem questionou por que ela estava oferecendo esse item específico – afinal, ele não tinha filhos pequenos. Ao solicitar o dado disponível na tela do computador, viu que o sistema cruzou informações: no endereço em que ele morava foi registrada uma compra de um teste de gravidez. Mais tarde, descobriu que a filha estava grávida e ele seria avô.

A história acima é verídica, e totalmente plausível de acontecer com qualquer um. Situação bem mais comum: o usuário começa a receber mensagens que oferecem um produto simplesmente porque cadastrou seu e-mail em um cupom de promoção numa loja qualquer no shopping. Essas situações estão com os dias contados e não deveriam mais acontecer quando as empresas começarem a seguir as normas da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

[Leia aqui na íntegra.](#)

Fonte: O Estado de S. Paulo, em 30.11.2020