

Por Luiz Tardelli

Uma campanha promocional de uma grande marca usando chatbots para dialogar com os participantes pode coletar dados pessoais de milhões de pessoas que preenchem o cadastro para poderem participar da ação de marketing. Estes dados envolvem um conjunto de informações pessoais, tais como o nome do participante, e-mail, telefone, CPF etc.

Todos estes dados coletados devem respeitar as regras da LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados, em vigor desde setembro de 2020, quanto à definição do seu pela empresa que está realizando a campanha e também deve revelar quanto tempo pretende manter estas informações em seu poder.

Muitas empresas estão utilizando o WhatsApp como peça chave da comunicação com os participantes de suas campanhas e os robôs de conversação estão se tornando uma peça chave, facilitando automatizar o processo e atender o maior número de pessoas em poucos segundos. No entanto, há alguns cuidados que devem ser tomados para que a LGPD seja, de fato, retardada e que quaisquer erros neste trato com os dados pessoais incorra em punições legais e multas.

[Leia aqui na íntegra.](#)

Fonte: Segs, em 02.08.2022