DANIEL

LGPD no Marketing

Qual será o impacto?

As atividades de marketing (online ou off-line) serão muito impactadas pela nova regulamentação de proteção de dados. O desafio será conciliar as tecnologias cada vez mais disruptivas com os princípios e bases legais da nova Lei, o que, com algumas cautelas, é plenamente viável. Na Europa, a maior multa da GDPR aplicada até agora foi de 50 milhões de euros por alegada falta de clareza sobre uso de dados para publicidade dirigida.

Quais dados estão sujeitos à LGPD?

- Número de telefone celular
- Endereço de e-mail
- IP e Advertising ID
- Dados de geolocalização
- Perfil e histórico de consumo
- Preferências e dados cadastrais

Quando é permitido o uso de dados (principais bases legais)?

A Consentimento (opt-in) do titular dos dados

B Legítimo interesse da empresa em alavancar suas atividades

Dicas para adequação à LGPD

- Adotar políticas ou avisos de privacidade que expliquem com clareza a utilização de dados para fins de marketing
- Avaliar a necessidade dos dados para as finalidades pretendidas
- Implementar mecanismos de opt-out
- Conscientizar membros do departamento sobre a LGPD
- Evitar o uso de dados sensíveis (ex. origem racial, dados de saúde, preferência sexual e política), pois, para esses, não é possível aplicar a base legal do legítimo interesse
- Avaliar juridicamente qual base legal é aplicável a cada situação
- Adequar o fluxo do consentimento, quando esta for a base legal adequada
- Realizar teste de proporcionalidade para avaliar aplicação do legítimo interesse