

Os cibernautas portugueses estão a ser monitorizados sem o seu conhecimento na maioria dos sites nacionais, públicos e privados. De acordo com um estudo da KPMG, a que o JN teve acesso, 80% dos sites analisados não cumprem a nova Lei de Protecção de Dados Pessoais.

Isto significa que o cibernauta não dá o seu consentimento para a ação de determinados 'cookies', ficheiros que seguem o utilizador e analisam o seu perfil dentro de um site.

As coimas são bastante elevadas: de cinco mil a cinco milhões de euros, e cabe à Comissão Nacional de Protecção de Dados auditar e instaurar processos.

Dos sites estudados, apenas um (no setor dos transportes) já tinha alterado a sua política para cumprir a lei 46 de 2012, em vigor a 29 de agosto. Na amostra há sites de banca, seguros, média, telecomunicações, saúde, indústria, distribuição e transportes. Estão incluídos sites associados a órgãos de soberania, ministérios e institutos públicos.

A CNPD está ciente do incumprimento, mas não vai agir para já. Clara Guerra, consultora da CNPD, explica que está a proceder a uma análise jurídica sobre as implicações da lei, para definir as orientações que irá dar o mercado. Reúne-se com a Associação de Marketing Direto na próxima semana e vai agendar outros encontros.

A Comissão não vai iniciar as auditorias e sanções antes de finalizar estas orientações, dando um "período oficioso" às empresas para se adaptarem. Mas garante que as coimas vão avançar no primeiro trimestre de 2013.

Informação obrigatória

Transpõe uma diretiva europeia que já data de 2002. Determina que o utilizador não pode ser seguido por cookies' que recolham informações e possam partilhá-las a sites terceiros sem o seu consentimento. Os sites ficam obrigados a dar informação clara sobre os ficheiros de monitorização que usam e como utilizam esses dados.

Marketing no email só quando subscrito

Os sites a revelarem de imediato uma violação externa de dados pessoais de utilizadores – por exemplo, no caso de haver um ataque pirata – terão de informar imediatamente que os dados dos utilizadores foram expostos. Também traz grandes alterações ao marketing por email: o utilizador terá de subscrever a lista de marketing de uma empresa para receber informação.

Ana Rita Guerra | Jornal de Notícias | 12-12-2012