

# A UTILIZAÇÃO DOS “*COOKIES*” DE NAVEGAÇÃO FACE A LGPD aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor

*Daniely Fonseca Veloso*<sup>1</sup>  
*Fabrcio Grayzer Souza Martins*<sup>2</sup>

## RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso, tem como tema a utilização dos *cookies* de navegação ao aceitá-los ao navegar na *Internet*, face da Lei Geral De Proteção de Dados e a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor. Isto porque será apresentado a LGPD, Lei de nº 13.709 e Marco Civil da *Internet*, Lei de nº 12.965 e sua aplicabilidade. Com a finalidade de averiguar se a forma em que os dados são coletados por meio dos *cookies* de navegação, e como a publicidade é utilizada para determinar o comportamento do usuário. Dessa forma, analisar se o aceite dos *cookies* de navegação está em consonância com a legislação vigente no Brasil.

**Palavras-Chave:** Lei Geral de Proteção de Dados. Cookies de navegação. Consumidor.

## TÍTULO EM INGLÊS

### ABSTRACT

This course conclusion work focuses on the use of navigation cookies when accepting them when browsing the Internet, considering the General Data Protection Law and the applicability of the Consumer Protection Code. This is because the LGPD, Law No. 13,709 and Marco Civil da Internet, Law No. 12,965 and their applicability will be presented. To investigating the way in which data is collected through navigation cookies, and how advertising is used to determine user behavior. In this way, we will analyze whether the acceptance of navigation cookies is in line with current legislation in Brazil.

**Keywords:** General Data Protection Law. Navigation cookies. Consumer.

---

<sup>1</sup> Daniely Fonseca Veloso, acadêmica em Direito, do Centro Universitário UNA Contagem. Endereço eletrônico: daniely.fonseca1@gmail.com. Orientador: Lucas Campos de Andrade

<sup>2</sup> Fabrício Grayzer Souza Martins, acadêmico em Direito, do Centro Universitário UNA Contagem. Endereço eletrônico: fgrayzer@gmail.com. Orientador: Lucas Campos de Andrade

## 1. INTRODUÇÃO

“Os dados são o novo petróleo”, disse Shivon Zilis, sócio da firma de capital de risco Bloomberg Beta, sobre o crescente valor dos dados.<sup>3</sup> Com essa frase o presente trabalho de conclusão de curso, tem como objetivo principal compreender a problemática por trás da exposição de dados face aos cookies de navegação. O que a Lei Geral de Proteção de Dados estabelece no âmbito digital, por meio de sites, links, jogos e similares no âmbito online.

Considerando a predominância da era digital atualmente é que se faz necessário proteger os dados dos usuários, bem como das empresas que estão a nos fornecer informações e acessibilidades flexíveis de modo que o manuseio dos sites seja para facilitar o cotidiano dos utentes.

Com efeito, considera-se prudente que as empresas protejam os dados daqueles que acessam livremente os sites de navegação, desta forma, espera-se também que haja a proteção de invasões e a conseqüente exposição indevida. O ponto de partida é: existe um limite para que os dados dos usuários sejam coletados em prol da regulamentação dos sites em geral? Qual é o limite do aceite dos cookies de navegação?

No decorrer deste trabalho, além da problemática envolvida, pretendemos apresentar quais são os pontos a serem observados para aquele que fornece a informação, geralmente os consumidores da relação de consumo, bem como para aquele que coleta os dados nas plataformas via online.

Diante do atual cenário em que a população se encontra com utilização de diversos mecanismos digitais, e, tendo em vista a regulamentação do Marco Civil da Internet, é que se faz necessário face aos usuários o presente trabalho de conclusão de curso com a finalidade trazer a adequação das normas vigentes à população.

## 2. LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Neste primeiro tópico será apresentado uma breve análise acerca da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) de nº 13.709/2018. Haja vista que o tema é de extrema importância e relevância para as empresas públicas, privadas, União, Estados, Distrito Federal

---

<sup>3</sup> ZILIS apud LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. **Comentários à Lei Geral de Proteção de Dados**. Grupo Almedina (Portugal) 2020. p. 46

e Município, bem como para os utentes e consumidores. Isto porque será analisado nos tópicos quais são as garantias e os preceitos fundamentais da referida lei.<sup>4</sup>

Dito isto, ordinalmente cumpre conceituar a LGPD.

O primeiro ponto é que a Lei de nº 13.709/2018, tem como escopo proteger os dados das pessoas físicas, sendo assim, ela tem na sua regulamentação a proteção dos dados pessoais que as empresas armazenam dos usuários (pessoas naturais). Podendo inclusive proteger os funcionários, clientes e até mesmo acionistas de determinada empresa.<sup>5</sup>

Logo, tem-se a conclusão de que a LGPD veio para resguardar as pessoas físicas, a fim de manter seus dados pessoais protegidos.

Desta feita, a doutrina entende que a Lei Geral de Proteção de Dados tem como objetivo proteger dados pessoais de pessoas naturais, ou seja, pessoas físicas. Além disso, o art. 1º da Lei 13.709/2018, estabelece que o objetivo principal é proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.<sup>6</sup>

Com isso, é possível concluir que a proteção de dados tem como finalidade garantir a proteção do indivíduo, zelando pela garantia fundamental com previsão legal na Constituição Federal, no art. 5º, X, qual seja, direito à privacidade, intimidade e o direito da imagem.

Ao estabelecer um regime de obrigações para os responsáveis pelo tratamento de dados, bem como de direitos para os titulares destes, não se está meramente regulando um objeto externo à pessoa, porém uma representação da própria pessoa. Os dados pessoais, por definição, representam algum atributo de uma pessoa identificada ou identificável e, portanto, mantêm uma ligação concreta e viva com a pessoa titular destes dados. Os dados pessoais são a pessoa e, portanto, como tal devem ser tratados, justificando o recurso ao instrumental jurídico destinado à tutela da pessoa e afastando a utilização de um regime de livre apropriação e disposição contratual destes dados que não leve em conta seu caráter personalíssimo. Também destas suas características específicas deriva a consideração que, hoje, diversos ordenamentos jurídicos realizam, de que a proteção de dados pessoais é um direito fundamental — uma verdadeira chave para efetivar a liberdade da pessoa nos meandros da Sociedade da Informação.<sup>7</sup>

Sendo assim, fica evidente que a presente Lei regulamenta direitos personalíssimos, ou seja, só pode ser exercido pela própria pessoa, não sendo intransferível. Logo, a proteção de dados pessoais deve ser tratada individualmente ao utente daquele dado, devendo ser um direito fundamental à liberdade do indivíduo.

---

<sup>4</sup> BRASIL, Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet)**. Brasília, DF: Presidência da República.

<sup>5</sup> GARCIA, Lara R. **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD): Guia de implantação**. Editora Blucher, 2020, p. 16

<sup>6</sup> GARCIA, 2020, p. 17

<sup>7</sup> DONEDA apud MAGRANI, 2019, p. 57

## 2.1 A Evolução Do Direito Brasileiro Com A Chegada Da LGPD

A introdução da *internet* na vida das pessoas, surgiu como uma grande alavanca para o desenvolvimento pessoal e empresarial, inclusive no Brasil. Com efeito, pesquisas que antes demandavam tempo, comunicação que eram por cartas e faz, passaram a certa agilidade. De igual modo, empresas que antes eram reféns do papel começaram a fazer uso de sistemas operacionais para atuar com maior agilidade o seu funcionamento.<sup>8</sup>

Porém, como qualquer evolução é novidade, desvios e inconformidades podem surgir. Com a internet não foi diferente, para tanto, foi necessário fazer uma regulamentação, qual seja, a implementação do Marco Civil Regulatório da Internet (Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014) para adequar o uso. Com efeito, pensar na proteção de dados e informações pessoais tornou-se necessário. Desta feita, houve a implantação da Lei Geral de Proteção de Dados, em 2018, inspirada na Lei na legislação da União Europeia, a GDPR (“General Data Protection Regulation”).<sup>9</sup>

Em síntese a GDPR, busca proteger o titular do dado pessoal, que são informações coletadas, inseridas e fornecidas para determinada finalidade. Os dados movem a economia digital, assim, proteger os dados significa garantir o Estado Democrático de Direito e a liberdade pública, aos cidadãos brasileiros e à sociedade.<sup>10</sup>

Atualmente, as normas que passaram a tratar mais especificamente das violações da privacidade vieram somente anos depois, com o advento da Lei no 12.737/2012 (Lei “Carolina Dieckmann”), tratando dos aspectos penais advindos dos crimes cibernéticos e, posteriormente, com a entrada em vigor da Lei no 12.965/2014, que estabeleceu o Marco Civil da Internet, que criou princípios, garantias, direitos e deveres regulando o uso da Internet no Brasil.<sup>11</sup>

Disto isso, é evidente que o Brasil passou a tomar decisões mais severas após o advento da Lei 12.737/2012 (BRASIL, 2012), e posteriormente com a entrada em vigor da Lei 12.965/2014 (BRASIL, 2014). Sendo o último e atual evento a lei 13.709/2018 (BRASIL, 2018), o qual estabelece acerca da proteção de dados dos usuários, com a finalidade resguardar, à liberdade, à privacidade da pessoa natural de cada indivíduo.

---

<sup>8</sup> TINOCO, Jorge Enrique de Azevedo. **Evolução Histórica da Proteção de Dados e o Direito à Privacidade**. Obdi, 2020

<sup>9</sup> SILVA, Louise SH Thomaz da. **Direito Digital**: Grupo A, 2021, p. 26

<sup>10</sup> SILVA, 2021, p. 25

<sup>11</sup> VIGLIAR, José Marcelo M. **LGPD e a Proteção de Dados Pessoais na Sociedade em Rede**. Grupo Almedina, 2022. p. 68

## 2.2 Os desafios para a implementação da LGPD e a adequação do Marco Civil da Internet

Considerando o ponto de partida, qual seja, o conceito da LGPD, como forma de adentrar ao tema, urge portando as considerações acerca da implementação da Lei 13.709/2018.

Fato é que a regulamentação da presente lei, tem respaldo na Constituição Federal em seu art. 5º, que regulamenta os direitos fundamentais, bem como no Código Civil ao tratar sobre a inviolabilidade da vida privada em seu art. 21. Diante disso, “a finalidade dessa proteção aos dados pessoais é o próprio desenvolvimento da sociedade”.<sup>12</sup>

Com a implementação da Lei 13.709/2018, tornou-se necessária a adequação do Marco Civil da Internet, haja vista que os princípios norteadores das referidas leis buscam à proteção dos direitos fundamentais de liberdade e de livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. Na medida em que busca o desenvolvimento econômico e tecnológico ao fundamento da livre iniciativa, livre concorrência e defesa do consumidor. A aplicabilidade coaduna ao tratamento de dados realizados por pessoas naturais ou jurídicas devendo ser observado o que trás os artigos 3º e 4º da LGPD.<sup>13</sup>

Com efeito, considerando que os dados é uma forma vital para manter o desenvolvimento socioeconômico, é que não se pode conceber a proteção de modo em que figure do lado oposto do desenvolvimento, na medida em que a LGPD estabelece as formas e normas de uso em se tratando da utilização dos dados para tratar informações e desenvolver produtos na economia.<sup>14</sup>

Noutro giro, a LGPD deve levar em conta os preceitos fundamentais e constitucionais sem violar o direito personalíssimo devendo ser observado os princípios da boa-fé quanto a circulação de dados na sociedade para o uso socioeconômico.

Segundo Eduardo Tomasevicius Filho (2021), o qual valeu-se de pesquisa feita por meio dedutivo mostraram que estima-se um alto custo para a adequação da LGPD em empresas, sendo que estes gastos atribuídos a um profissional da ciência, aquisição de *software* e um bom site de *e-commerce* para funcionar. Desta forma, a pesquisa revelou um valor muito elevado para manusear os dados pessoais de acordo com a LGPD, sendo este um dos desafios para a implementação da lei.

---

<sup>12</sup> FILHO, Eduardo T. **A Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira**. Grupo Almedina (Portugal), 2021, p. 175

<sup>13</sup> LIMA, 2020, p. 327

<sup>14</sup> FILHO, 2021, p.175

Outro ponto a ser destacado pelos profissionais que participaram da pesquisa é sobre o fornecimento espontâneo de dados da cultura da empresa, ao ponto de ter que lidar com o excesso de informações pessoais compartilhadas e a responsabilidade dos dados sensíveis contidos nessas informações.<sup>15</sup>

Assim, conclui-se que os usuários acabam disponibilizando dados de forma exacerbada, podendo haver um “filtro” quanto a disponibilização de informação, como forma de minimizar o risco de vazamento de dados sensíveis.

### **2.3 A privacidade e a Lei Geral de Proteção de Dados**

Com a promulgação da Lei Geral de Proteção de Dados com a finalidade de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade, conforme previsto em seu artigo 1º é que gerou grande preocupação quanto ao princípio da privacidade. Tendo em vista que as empresas por meio da coleta de dados dos usuários fazem uma pesquisa sobre o perfil daquele utente afim de traçar quais produtos deverão ser entregues àquele determinado usuário.<sup>16</sup>

Considerando que a Constituição Federal prevê a inviolabilidade à privacidade e tendo em vista que o Código Civil respalda a inviolabilidade à vida privada como um direito fundamental, sendo ambas cruciais ao indivíduo é que se faz necessário o resguardo do usuário na *Internet*, sendo delimitado todos esses direitos que regem o ordenamento jurídico.

Nesta seara, o autor Eduardo Tomasevicius Filho (2021), entende que ante a evolução da tecnologia, os dados devem ser devolvidos para os seus titulares, devendo ser um direito de cada indivíduo proteger seus dados pessoais, com base na boa fé e com respeito à privacidade e às liberdades individuais, conforme elucida o art. 2º da LGPD.

Com a entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados, os agentes de tratamento, além de observarem as hipóteses legais autorizadas de tratamento, deverão observar os princípios da boa-fé, finalidade, necessidade e transparência no tratamento dos dados, além de utilizar medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados de acessos não autorizados, incidentes de segurança em geral, muitos por falhas decorrentes de engenharia social de funcionários do controlador e decorrentes de

---

<sup>15</sup> FILHO, 2021, p.188

<sup>16</sup> VIGLIAR, 2022, p. 67

práticas indevidas por parte destes, os quais estão tratando dados de clientes ou mesmo de outros colaboradores das empresas titulares de dados pessoais.<sup>17</sup>

Portanto, a Lei Geral de Proteção de Dados, foi crucial para a regulamentação dos dados pessoais e sensíveis dos usuários, na medida em que busca pelo tratamento do que é coletado pelos consumidores e qual a finalidade daquela informação obtida por meio da coleta de dados.

### **3. A LICITUDE DOS “COOKIES” DE NAVEGAÇÃO COM A FINALIDADE DE VERIFICAR O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

Inicialmente, cumpre dizer que a finalidade dos “cookies” é “proporcionar uma melhor experiência ao utilizador e funcionalidades extra nas suas pesquisas.”<sup>18</sup>, isto porque ele serve para armazenar informações feita pela coleta de dados quando o usuário utiliza determinado *website*.

Com isso, por meio dessa coleta é diagnosticado o comportamento e preferências do consumidor. Em síntese, os “cookies” são grandes aliados das empresas, para delimitar uma experiência nos “websites”, inclusive podem sugerir futuros anúncios de acordo com as últimas pesquisas realizadas.<sup>19</sup>

Dito isto, a Lei Geral De Proteção De Dados, prevê em seu artigo 5º que os dados pessoais podem ser utilizados com a finalidade de traçar um perfil comportamental do usuário, “§ 2º Poderão ser igualmente considerados como dados pessoais, para os fins desta Lei, aqueles utilizados para formação do perfil comportamental de determinada pessoa natural, se identificada”.<sup>20</sup>

Neste sentido, a doutrina entende que a para evitar que o indivíduo fique dentro de uma “bolha”, após ser feita análise comportamental por meio da coleta de dados, acarretando no recebimento de somente um tipo de publicidade, a GDPR, assim como a LGPD assegura o

---

<sup>17</sup> FILHO, 2021, p. 243

<sup>18</sup> KULYK apud GARRAU, Rafaela Neto. **Política de Cookies: O impacto das notificações cookies e das escolhas nas práticas de privacidade da informação, no comportamento de navegação dos consumidores num website e na intenção de compra. 2023. Mestrado em Gestão de Informação, especialização em Inteligência de Marketing.** NOVA Information Management School (NIMS), Universidade Nova de Lisboa, 2023, p. 4

<sup>19</sup> KULYK apud GARRAU, 2023, p. 5

<sup>20</sup> BRASIL, 2018

utente a rever as decisões tomadas disciplinou que o tratamento de dados garantindo um maior acesso às demais informações que podem afetar seus interesses.<sup>21</sup>

Dessa forma, o artigo 20 da LGPD, além de estabelecer que o titular dos dados pode solicitar a revisão das decisões tomadas ao tratamento automatizado dos dados pessoais, assegura ainda que o controlador deve fornecer sempre que solicitados as informações claras acerca do procedimento utilizado para a decisão automatizada. E, se porventura o controlador não fornecer essas informações, poderá ser feita uma auditoria para analisar os aspectos discriminatórios em tratamento automatizado de dados pessoais.<sup>22</sup>

[...]Em caso de violação da segurança dos dados cumpre destacar que se o agente de tratamento tomou todas as medidas acautelatórias para evitar o incidente isso será levado em conta para a modulação de eventual penalidade administrativa e certamente contará também para o proferimento de decisão judicial. (LIMA. 2020. p. 306).

Curioso é que a aplicação e o uso dos “*cookies*” não têm limite ou capacidade para armazenar informações. Sendo assim, podem ser obtidas diversas informações pessoais, tais como, comportamentos, preferências de acesso, o local de onde está havendo o acesso, dentre outros. Com isso, os “*cookies*” podem ser considerados delicados, haja vista as diversas informações que são obtidas, podendo inclusive aumentar os problemas decorrentes de acidente de privacidade.<sup>23</sup>

### 3.1 A Utilidade dos “*cookies*” de navegação

Os “*cookies*” de navegação são pequenos arquivos que contém informações dos usuários, criados por meio dos “*websites*” no âmbito da comunicação, estes arquivos ficam salvo no computador utilizado por meio dos navegadores.<sup>24</sup>

“*Cookies*” são arquivos de texto contendo pequenas quantidades de informações, que são baixadas para o seu dispositivo de navegação (como um computador ou smartphone) quando você visita um site. Os *cookies* podem ser reconhecidos pelo site que os baixou – ou outros sites que usam os mesmos *cookies*.<sup>25</sup>

---

<sup>21</sup> LIMA, 2020, p. 339

<sup>22</sup> BRASIL, 2018

<sup>23</sup> PINHEIRO, Patrícia P. **PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS: COMENTÁRIOS À LEI N. 13.709/2018 (LGPD)**: Editora Saraiva, 2021, p. 26

<sup>24</sup> PINHEIRO, 2021, p. 26

<sup>25</sup> MARINHO, Fernando. **Os 10 Mandamentos da LGPD - Como Implementar a Lei Geral de Proteção de Dados em 14 Passos**. Grupo GEN, 2020, p. 174

Neste diapasão, alguns sites colocam informações nos avisos de privacidade a respeito dos “*cookies*”. No entanto, espera-se que essas informações estejam de forma clara e específica, conforme prevê a regulamentação da LGPD. Dito isto, os sites incluem as informações sobre a política de *cookies* na página principal quando usuário carrega a página.<sup>26</sup>

Assim, para assegurar que a forma como está sendo inserido e coletado os dados dos usuários estão de forma correta, é necessário que os “*cookies*” daquela página possam ser ajustados discriminando a funcionalidade, de modo simples, devendo ser incluído as informações sobre os *cookies* que serão necessários.

Segundo o autor Fernando Marinho<sup>27</sup>, ele coaduna com a ideia de que quando o usuário utiliza determinado site, ele concorda com a política de *cookies*, no entanto o utente, tem a opção de impedir o uso dos “*cookies*” ao alterar as configurações de uso em seu navegador. Em síntese, os “*cookies*” servem para o proprietário do *website* entender como o *site* está sendo utilizado por determinado usuário, para que de acordo com sua preferência melhore a experiência de navegação, aplicando conteúdos mais relevantes e direcionados.

### **3.2 A publicidade utilizada por meio da coleta de dados e “*cookies*” de navegação**

As mídias digitais abarcam as mesmas premissas para o desenvolvimento dos negócios que abrangem a publicidade. Dessa forma, esse modelo de negócio sempre teve o uso da base de dados como forma de direcionar a publicidade de modo mais eficiente, que implicam em conteúdo mais personalizados e de forma assertiva ao utente.<sup>28</sup>

Com a propagação das mídias digitais, ficou ainda mais evidente a prática de anúncios personalizados, sendo este a alma dos negócios digitais. Assim, com a utilização da *internet* como meio de vinculação para o comércio, surgiram novos desafios como meio de interpor a publicidade na *internet* comercial. Para isto, foi necessário a implementação de *cookies*, gerenciadores de bases de dados e *tags*, como meio de inserir a publicidade comportamental cujo principal objetivo é a interação de dados com o conteúdo navegado, suas interações, e, com isso, traçando o perfil consumerista.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> LIMA, 2021, p. 253

<sup>27</sup> MARINHO, 2020, p. 175

<sup>28</sup> LIMA, 2021, p. 197

<sup>29</sup> LIMA, 2021, p. 197

[...] as políticas de cookies de determinados sites que são informadas de maneira ampla no início da navegação, informando o usuário que a conduta em continuar na página importa em anuência à política de cookies, desde que seja para uma finalidade determinada (e. g. otimizar a navegação) e que seja viabilizada a revogação do consentimento a qualquer tempo.<sup>30</sup>

Considerando o novo padrão publicitário, quais sejam por meio das mídias sociais, utilizados por meio da coleta de dados é que passou a vigorar da seguinte forma:

a) Usuários: são aqueles que fazem uso das mídias sociais com diferentes propósitos. Geralmente são pessoas cadastradas para que se utilizem de um serviço (usuários do LinkedIn, Facebook, Instagram, Netflix, Spotify etc.). A condição de usuário, em alguns casos, não exige um cadastro, embora isso seja o mais comum. Também, normalmente, pretende-se que os usuários se identifiquem com informações da vida real, algumas vezes com imposição de que forneçam até mesmo um comprovante de identidade, embora isso não seja o mais comum. E, nos casos de não se exigir o cadastro, muitas vezes as funcionalidades completas não são disponíveis.

b) Provedores de mídias sociais: são as empresas que oferecem serviços on-line que permitem diversos tipos de interações, como publicações de textos, fotos, vídeos, áudios, aplicação de filtros em fotos e vídeos ou ferramentas para conversão de arquivos, tradução, entre outras tantas funcionalidades. Normalmente são oferecidos a partir do uso de navegadores da web ou aplicativos dedicados. Quase sempre suas funcionalidades estarão disponíveis após um cadastro com dados pessoais, sendo alguns gratuitos e outros pagos. Como eles determinam as funcionalidades dos serviços, determinam quais dados são processados. E, aqui, entram as possíveis segmentações e parcerias comerciais com outras empresas.

c) Segmentadores ou targeters: são todos os que desejam direcionar mensagens específicas para determinados grupos de usuários de mídia social, com bases em critérios e parâmetros específicos. São eles quem selecionam as mensagens que serão direcionadas para o público-alvo (usuários), de acordo com suas características, interesses ou preferências percebidas dos usuários. Os segmentadores podem querer engajar em interesses comerciais, políticos ou outros. A publicidade pode aparecer em anúncios personalizados, como banners nas páginas web, bem como em exibição no feed/linha do tempo/história, ao lado de conteúdo gerado por usuários. Os segmentadores podem ter seus próprios sites e aplicativos, em que podem integrar ferramentas ou recursos específicos de negócios de mídia social, como plugins ou logins sociais ou usando as APIs (Application Programming Interfaces ou interfaces de programação de aplicativos) ou kits de desenvolvimento de software (SDKs) oferecidos por provedores de mídia social. Não serão targeters as pessoas que pretenderem ou realizarem tratamento de dados com finalidades exclusivamente pessoais, nos termos do art. 4.º da LGPD.

d) Outros atores relevantes: os targeters podem usar mecanismos de segmentação oferecidos por provedores de mídia social ou serviços de outros atores, como provedores de serviços de marketing, redes de anúncios, trocas de anúncios, supply-side platforms (SSP) e demand-side platform (DSP), Data Management Providers (DMPs) e empresas de análise de dados. Esses atores fazem parte do complexo e em evolução ecossistema de publicidade on-line (que às vezes é conhecido como adtech)

---

<sup>30</sup> LIMA. 2020 p. 251

que coleta e processa dados relacionados a indivíduos (incluindo usuários de mídia social) por, por exemplo, acompanhar suas atividades em sites e aplicativos.<sup>31</sup>

Neste sentido, imperioso se faz analisar se a forma que está sendo colocada no mercado digital, relaciona com os ditames da Lei Geral de Proteção de Dados e em consonância com o Marco Civil da Internet a fim evitar eventuais sanções.

### 3.3 A imposição dos “cookies” para navegar nos sites

Inicialmente, cumpre dizer que a Lei 13.709/2018 pode ser considerada como um microsistema visto que tem como predominância estabelecer direitos e princípios para a proteção de dados pessoais.<sup>32</sup>

Para o autor Fernando Marinho<sup>33</sup>, os “cookies são arquivos de texto contendo pequenas quantidades de informações, que são baixadas para o seu dispositivo de navegação”, quando o utente entra em um determinado site. Além disso, os *cookies* podem ser revelados e utilizados em outros sites que usam os mesmos *cookies*.

Neste diapasão, ao navegar por algum *website*, a pessoa pode concordar com os “cookies” daquela página, ou impedi-los alterando as configurações no próprio navegador. Assim, ao aceitá-los ajuda a empresa a saber como o *site* está sendo usado, com isso pode inclusive melhorar a experiência do usuário, bem como trazer conteúdos mais interessantes.<sup>34</sup>

Alguns direitos são primordiais a Lei Geral de Proteção Dados, tais como os que estão elencados a seguir:

[...] os direitos estabelecidos pela LGPD estão elencados, em sua maioria, nos arts. 17 a 22 da LGPD, e são eles: i) o direito de obter a confirmação da existência de tratamento; ii) direito de acesso aos dados; iii) direito de correção dos dados incompletos, inexatos ou desatualizados; iv) direito à anonimização dos dados pessoais; v) direito ao bloqueio ou eliminação dos dados desnecessários, excessivos ou decorrentes de tratamento ilícito; vi) direito à portabilidade dos dados pessoais; vii) direito à informação sobre o compartilhamento de seus dados pessoais pelo contro-lador; viii) informações sobre não fornecimento do consentimento e quais as consequências da negativa; ix) direito à revogação do consentimento; x) direito à revisão das decisões tomadas com base em tratamento automatizado de dados pessoais, dentre outros.<sup>35</sup>

Neste sentido, para evitar futuras sanções o Marco Civil da Internet em consonância com a LGPD, impõe que o titular dos dados deve ter o efetivo conhecimento acerca do que se

---

<sup>31</sup> LIMA, Ana Paula Moraes Canto de. **LGPD Aplicada**. Grupo GEN, 2021, p. 57 e 58

<sup>32</sup> LIMA, 2020, p. 82

<sup>33</sup> MARINHO, 2020, p. 175

<sup>34</sup> MARINHO, 2020, p. 175

<sup>35</sup> LIMA. 2020. p. 249

trata os termos e as condições de uso ao navegar por aquele site, de forma clara sobre as informações contidas nele, sem que haja um duplo entendimento.<sup>36</sup>

Entretanto, a doutrina ressalta que embora seja comum os controladores do tratamento de dados utilizarem da técnica contratual de forma unilateral os termos e condições de uso em *websites* ou aplicativos, é nulo que o consentimento seja de forma genérica, sem constar de forma clara e sem especificar a finalidade do tratamento de dados, ferindo o que dispõem os arts. 4º e 8º da LGPD.<sup>37</sup>

Desta forma é indubitável que os *cookies* de navegação são lícitos desde que observados os princípios norteadores da Lei 13.709/2018 ao inseri-los nos websites, aplicativos, dentre outros. No entanto, deve-se atentar como eles estão sendo impostos, conforme disposto no art. 8º da LGPD sendo demonstrado a manifestação de vontade do titular, o consentimento destacado das demais cláusulas, sem que haja vício de consentimento, podendo inclusive ser revogado a qualquer momento mediante manifestação expressa do titular, por procedimento gratuito e facilitado.<sup>38</sup>

#### **4. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O ARMAZENAMENTO DE DADOS**

A LGPD prevê a resguardo dos dados coletados pelos usuários inspirada na *General Data Protection Regulation* (GDPR), e, de acordo com essa lei existe as seguintes classificações de *cookies*, sendo elas:

*Cookies* estritamente necessários: são os essenciais para navegar no *site*, acessar ambientes seguros, realizar compra *on-line*.

*Cookies* de preferência ou de funcionalidades: estão relacionados com o *site* lembrar seu nome, sua última sessão (visita), suas preferências de idioma, sua localidade.

*Cookies* estatísticos ou de performance: referem-se a que páginas você visita, o que clica, quanto tempo fica navegando.

*Cookies* de marketing: geram um *tracking* das suas atividades, são mais persistentes e normalmente envolvem ofertas, anúncios e informações de terceiros.<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> LIMA, 2020, p. 138

<sup>37</sup> LIMA, 2020, p. 253

<sup>38</sup> BRASIL, 2018

<sup>39</sup> PINHEIRO. 2021. p. 26

Neste diapasão, a autora Patrícia Peck Pinheiro<sup>40</sup>, entende que é uma obrigação que as empresas deixem em evidência acerca de como os *cookies* serão utilizados em seu *site*, como forma de garantir o livre acesso à informação e transparência dos dados.

Com isso, é evidente que as empresas precisam transmitir aos consumidores clareza e confiança em como a recolha dos dados pessoais serão utilizados. Em contrapartida importante se faz mencionar que os consumidores estejam antenados em como as empresas utilizam e armazenam seus dados, classificados inclusive como sensíveis.<sup>41</sup>

#### **4. 1 Finalidade do consentimento para o armazenamento de dados pessoais**

A autora, Cíntia Rosa Pereira de Lima<sup>42</sup>, coaduna com a ideia de que será nulo o consentimento manifestado de forma genérica a luz do art. 8, § 4º da LGPD, com isso conclui-se que para que haja o consentimento para a utilização dos dados pessoais, é necessário que esteja especificando para qual finalidade será utilizado, conforme traz o art. 6, inc. I.II e III da LGPD. Ademais, o consentimento deve constar em cláusulas destacadas das demais em conformidade com o 8º, § 1º da LGPD.

Sendo assim, outros doutrinadores apontam a mesma ideia: “A LGPD reafirma ainda o que o Marco Civil da *Internet* previu: a necessidade de um consentimento claro, expresso e específico. O consentimento deve vir destacado no contrato.”<sup>43</sup>

Com isso, fica evidente que os direitos de uso de dados estão em consonância com a LGPD, tendo em vista que esta lei enfatiza a necessidade do fornecimento de forma clara, específica, simples e fácil das informações contidas pela empresa no que se refere ao tratamento de dados pessoais aos consumidores. Assim, devem ser observados eventuais princípios, tais como à finalidade, à transparência, à segurança e à adequação do tratamento. Ainda, deve ser determinado por quanto tempo os dados ficarão disponíveis para a empresa, caso contrário o consentimento poderá ser nulo.<sup>44</sup>

Ademais, O Marco Civil regulamenta em seus art. 7º, incisos VI e VIII, assegura que as informações devem ser claras especificado nos contratos e completas com detalhamento sobre

---

<sup>40</sup> PINHEIRO, 2021, p. 27

<sup>41</sup> BLEIER apud GARRAU, 2023, p. 22

<sup>42</sup> LIMA, 2020, p. 253

<sup>43</sup> SILVA, 2021, p. 143

<sup>44</sup> SILVA, 2021, p. 143

o regime de proteção dos dados pessoais, bem como conter a finalidade para a coleta, não sejam vedadas pela legislação.<sup>45</sup>

## 4.2. Tratamento dos dados pessoais e a responsabilidade do provedor

A lei geral de proteção de dados prevê em seu art. 5º, incisos, I, II e X que dado pessoal é a informação associada a pessoal natural identificável ou identificado. Estabelece ainda que dado pessoal está correlacionado a origem racial, escolha religiosa, filosófica ou política, bem como dados referente à vida sexual, à saúde e contém dado genético relacionado à pessoa natural.<sup>46</sup>

E, tratamento, significa operação feita com dados pessoais tais como os que são decorrentes da coleta, classificação, utilização, acesso, armazenamento, comunicação, transferência, entre outros.<sup>47</sup>

Neste diapasão, convém ressaltar que a relação consumerista está elencada no Código de Defesa do Consumidor – CDC (Lei n. 8.078/1990), sem prejuízo de qualquer outra norma. Dito isto, a luz do art. 45 da LGPD estabelece que quando houver violação do direito do titular estabelecerá as regras da legislação cabível.<sup>48</sup>

De igual modo, a legislação consumerista estabelece responsabilidade objetiva, ou seja, independente de culpa do fornecedor em favor do consumidor, por ser a parte mais vulnerável da relação de consumo.<sup>49</sup>

A autora Cíntia Rosa Pereira de Lima (2020), entende ainda que ao analisar a LGPD é possível notar que o legislador tratou o titular de forma diferente aos agentes de tratamento de dados, com isso estabeleceu medidas protetivas a fim de ter o equilíbrio entre as partes, assim como é possível verificar no CDC.

Um diferencial substancial quanto à responsabilização do agente de tratamento de dados se encontra em um dos princípios que norteiam a lei, o chamado Princípio da *Accountability* ou Responsabilização e Prestação de Contas, em que não basta o agente ter cumprido todas as regras e determinações legais, é preciso que ele a todo

---

<sup>45</sup> BRASIL. Lei nº 12.737, de 30 de novembro de 2012. **Dispõe sobre a tipificação criminal de delitos informáticos; altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal; e dá outras providências.** Brasília, DF: Presidência da República.

<sup>46</sup> LIMA. 2020. p. 298

<sup>47</sup> LIMA. 2020. p. 299

<sup>48</sup> BRASIL, 2018

<sup>49</sup> LIMA. 2020. p. 301

tempo registre que cumpriu a lei, utilizando-se das mais diversas formas para que consiga comprovar o atendimento aos preceitos da lei caso algum incidente ocorra.<sup>50</sup>

Com isso, é possível concluir que é dever do agente prestar contas mesmo quando não estiver em desconformidade da lei. De igual forma, o titular dos dados que estiverem em uma relação consumerista, poderá ser resguardado na Lei Geral de Proteção de Dados, bem como no Código de Defesa do consumidor, devendo observar que o respaldo é da pessoa natural.<sup>51</sup>

### 4.3 Relação consumerista na era digital

Ordinalmente, cumpre destacar acerca do “*e-commerce*” trazendo para o português comércio eletrônico, em suma, veio para ampliar a vida do empresário, visto que para utilizar, basta estar conectado na *Internet*, podendo acessar de qualquer lugar em qualquer horário.<sup>52</sup>

Segundo a autora, Cíntia Rosa Pereira de Lima<sup>53</sup>, “A caracterização da relação de consumo dos titulares de dados pessoais, no espaço digital, deve ser realizada pela identificação dos elementos subjetivos e objetivos da relação jurídica de consumo”. Desta forma, os agentes de tratamentos de dados devem ser equiparados a fornecedores, visto que oferecem produtos ou serviços aos titulares dos dados pessoais. De igual modo, os usuários dos *websites* devem ser considerados consumidores, haja vista que são os destinatários finais na cadeia de consumo.

Quanto à aplicação do CDC, não há dúvidas que, presentes os elementos subjetivos da relação jurídica de consumo (fornecedor, de um lado, no caso de tratamento de dados pessoais, os controladores e os operadores; e, de outro lado, os consumidores, isto é, os titulares dos dados pessoais), poder ser aplicável a legislação consumerista. Quanto aos elementos objetivos, basta a remuneração indireta para ensejar a caracterização desses produtos e serviços como os previstos no § 2º do art. 3º do CDC, consoante entendimento consolidado no STJ.<sup>54</sup>

Assim, fica evidente que o consumidor está amparado em seus direitos e garantias fundamentais, na medida em que estão em conformidade com os direitos da personalidade por ser algo intrínsecos à pessoa, desta forma são considerados intransmissíveis e irrenunciáveis ao titular dos dados pessoais.<sup>55</sup>

---

<sup>50</sup> LIMA. 2020. p. 304

<sup>51</sup> LIMA, 2020, p. 144

<sup>52</sup> LIMA, Ana 2021, p. 327

<sup>53</sup> LIMA, 2020, p. 89

<sup>54</sup> LIMA. 2020. p. 96

<sup>55</sup> VIGLIAR, 2022, p. 46

Notadamente verifica-se em diversos dispositivos da Lei Geral De Proteção De Dados a equiparação ao regulamento do CDC, especialmente o disposto no art. 6º da LGDP, do qual rege sobre os princípios da boa-fé (BRASIL, 2018), de igual forma os princípios norteadores da política nacional de consumo previsto no art. 6º CDC.<sup>56</sup>

Outrossim, há que se falar sobre a responsabilidade e o ressarcimento de danos, previstos nos arts. 42 ao 45 da LGPD do qual agrega ao disposto nos arts. 12 ao 18 do CDC em que trata sobre a responsabilidade pelo fato e pelo vício do produto ou serviço. Há ainda aplicação da inversão do ônus da prova a favor do titular dos dados pessoais, quando estas forem hipossuficientes para a produção ou estas forem excessivamente onerosas, ambas em consonância com a LGPD (art. 42, § 2º) e CDC (art. 6º, inciso VIII).<sup>57</sup>

Ante o exposto é evidente que o Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção de Dados, coadunam para que o Código de Defesa do Consumidor, seja aplicado em conjunto. Vale ressaltar que as ações de responsabilidade do fornecedor de produtos e serviços, serão propostas no foro do autor, conforme art. 101, inciso I do CDC.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> BRASIL. Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.** Brasília, DF: Presidência da República.

<sup>57</sup> LIMA, 2020, p. 16

<sup>58</sup> LIMA, 2020, p. 88

## CONCLUSÃO

O presente trabalho de conclusão de curso pretendeu demonstrar a licitude dos *cookies* de navegação, sendo demonstrado dois lados, quais sejam: ponto de vista da empresa e ponto de vista do consumidor.

Assim, iniciou-se conceituando os *cookies* e dados de navegação a fim de que tornasse melhor a compreensão didática apresentada. Neste sentido foi possível entender a real finalidade dos *cookies* e como eles são aplicados. Desta forma, ficou demonstrado que na realidade a coleta de dados feita nos *websites* tem como objetivo resguardar, facilitar e compreender os gostos do consumidor.

Vale ressaltar que é necessário observar se a forma como os *cookies* estão sendo imposto nos sites estão em consonância com a Lei Geral de Proteção de Dados, haja vista que esta lei foi criada para resguardar o consumidor e de certa forma colocar limite nas empresas visto que é primordial que o consumidor tenha a sua privacidade preservada, sendo este um dos princípios da referida Lei.

Neste diapasão, é imprescindível que as sanções que estão nos dispositivos da LGPD e do Marco Civil da *Internet* sejam aplicadas sempre que houver eventual descumprimento. Importante frisar que o Código de Defesa do Consumidor está em consonância com a Lei 13.709/2018, conforme previsto em seu artigo 45, desta feita o usuário do *site* tem o amparo legal das referidas leis.

Ademais, foi possível compreender para que haja a coleta de dados é necessário que o consumidor aceite os termos de uso do *website*. O contrato deve estar de forma clara, de fácil entendimento, especificando para qual finalidade que os dados serão coletados e a duração deles, mencionando as referidas leis e artigos conforme o caso. Para tanto, se a empresa não deixar o contrato em conformidade com a LGPD, este será nulo, sujeito as penalidades cabíveis.

Evidente se faz destacar que os *cookies* de navegação servem para a empresa traçar o perfil do usuário por de análises comportamental e preferências do consumidor para inclusive facilitar os meios de buscas e pesquisas.

Portanto, a Lei Geral de Proteção de dados é límpida ao destacar que é permitido o uso dos *cookies* pelas empresas, desde que haja o consentimento para tal ato.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet)**. Brasília, DF: Presidência da República; 2018. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm). Acesso: 14 out. 2023.

BRASIL. Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Brasília, DF: Presidência da República, 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm). Acesso em: 14 out. 2023.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro De 2002. **Institui o Código Civil**. Brasília, DF: Presidência da República. 2002. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406compilada.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm). Acesso em 14. out. 2023.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, 1988. Brasília, DF: Presidência da República Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 14 out. 2023.

BRASIL. Lei nº 12.737, de 30 de novembro de 2012. **Dispõe sobre a tipificação criminal de delitos informáticos; altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal; e dá outras providências**. Brasília, DF: Presidência da República Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/112737.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112737.htm). Acesso em: 14 out. 2023.

FILHO, Eduardo T. **A Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira**. [Digite o Local da Editora]: Grupo Almedina (Portugal), 2021. E-book. ISBN 9786556271705. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556271705/>. Acesso em: 11 out. 2023.

GARCIA, Lara R. **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD): Guia de implantação**. [Digite o Local da Editora]: Editora Blucher, 2020. *E-book*. ISBN 9786555060164. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555060164/>. Acesso em: 15 nov. 2023.

GARRAU, Rafaela Neto. **Política de Cookies: O impacto das notificações cookies e das escolhas nas práticas de privacidade da informação, no comportamento de navegação dos consumidores num website e na intenção de compra. 2023. Mestrado em Gestão de Informação, especialização em Inteligência de Marketing**. NOVA Information Management School (NIMS), Universidade Nova de Lisboa, 27-Jan-2023. Disponível em: <https://run.unl.pt/bitstream/10362/150896/1/TGI1404.pdf>. Acesso em: 12 out. 2023.

LIMA, Ana Paula Moraes Canto de. **LGPD Aplicada**. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9788597026931. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026931/>. Acesso em: 15 nov. 2023.

LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. **Comentários à Lei Geral de Proteção de Dados**. Grupo Almedina (Portugal), 2020. E-book. ISBN 9788584935796. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788584935796/>. Acesso em: 11 out. 2023.

MARINHO, Fernando. **Os 10 Mandamentos da LGPD - Como Implementar a Lei Geral de Proteção de Dados em 14 Passos**. Grupo GEN, 2020. E-book. ISBN 9788597026009. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026009/>. Acesso em: 13 out. 2023.

PINHEIRO, Patrícia P. **PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS: COMENTÁRIOS À LEI N. 13.709/2018 (LGPD)**: Editora Saraiva, 2021. E-book. ISBN 9786555595123. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555595123/>. Acesso em: 13 out. 2023.

SILVA, Louise SH Thomaz da; SOUTO, Fernanda R.; OLIVEIRA, Karolina F.; e outros. **Direito Digital**: Grupo A, 2021. E-book. ISBN 9786556902814. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556902814/>. Acesso em: 11 out. 2023.

TINOCO, Jorge Enrique de Azevedo. **Evolução Histórica da Proteção de Dados e o Direito à Privacidade**. Obdi, 2020. Disponível em: <https://obdi.ccsa.ufrn.br/2020/09/24/evolucao-historica-da-protecao-de-dados-e-o-direito-a-privacidade/>. Acesso em: 12 out. 2023

VIGLIAR, José Marcelo M. **LGPD e a Proteção de Dados Pessoais na Sociedade em Rede**. [Digite o Local da Editora]: Grupo Almedina (Portugal), 2022. *E-book*. ISBN 9786556276373. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556276373/>. Acesso em: 15 nov. 2023.