



UNIVERSIDADE TIRADENTES – UNIT
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – ARTIGO
CIENTÍFICO

ANÁLISE DO IMPACTO DA LEI 13.709/18 NAS APLICAÇÕES DE COOKIES

Ícaro Denny Silva Santos

Orientador: Helder Leonardo de Souza Goes.

ITABAIANA

2020

ÍCARO DENNY SILVA SANTOS

ANÁLISE DO IMPACTO DA LEI 13.709/18 NAS APLICAÇÕES DE COOKIES

Trabalho de Conclusão de Curso – Artigo Científico
- Apresentado ao Curso de Direito da Universidade
Tiradentes – UNIT, como requisito parcial para
obtenção do grau de bacharel em Direito.

Aprovado em ____/____/____.

Banca Examinadora

Helder Leonardo de Souza Goes

Orientador

Universidade Tiradentes

Professor Examinador

Universidade Tiradentes

Professor Examinador

Universidade Tiradentes

ANÁLISE DO IMPACTO DA LEI 13.709/18 NAS APLICAÇÕES DE COOKIES

ANALYSIS OF THE IMPACT OF LAW 13.709/18 ON COOKIE APPLICATIONS

Ícaro Denny Silva Santos¹

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar os impactos causados pela Lei 13.709/18 (LGPD) nas aplicações de *cookies*, demonstrando as mudanças das aplicações destes no mundo da internet. Tendo uma finalidade de harmonizar o meio econômico, que se baseia nos bancos de dados que as empresas possuem, sendo, as que mais usufruem deste acesso possuem mais poder. Desta maneira, o usuário tende a torna-se o produto final, assim a Lei Geral de Proteção de Dados, vem com o princípio de retomar a privacidade dos dados e torna tudo mais transparente e simples para as pessoas. Tudo isso com base em novos fatores de aplicações que se adequam a lei, juntamente com a criatividade das empresas em se adequar a este novo meio.

Palavras-chave: *Cookies*. Dados Pessoais. LGPD. Lei 13.709/18. Transparência.

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze the impacts caused by Law 13.709 / 18 (LGPD) in the applications of cookies, demonstrating the changes in their applications in the world of the internet. Having the purpose of harmonizing the economic environment, which is based on the databases that companies have, being, the ones that most enjoy this access have more power. In this way, the user tends to become the final product, thus the General Data Protection Law, comes with the principle of resuming data privacy and makes everything more transparent and simpler for people, all based on new application factors that conform to the law, together with the creativity of companies in adapting to this new environment.

Keywords: *Cookies*. LGPD. Law 13.709/18. Personal data. Transparency.

¹ Graduando em Direito pela Universidade Tiradentes – UNIT. E-mail: icaro.denny@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

Nos tempos modernos vivemos em um cenário onde a população está altamente dependente de tecnologia, de forma que há criação de novas e aprimoramento de antigas, nos faz pensar em uma problemática do modo de utilização destas tecnologias.

Um das maiores invenções da humanidade vem sendo a Internet, pelo seu modo eficaz de comunicação e obtenção de informações, quanto pela revolução trazida pela mesma. O que era apenas de uso restrito e para fins específicos, tornou-se um meio que englobou nossas vidas cotidianas, desde trabalhos até estudos, lazer, comércio e comunicação, em um patamar onde as novas gerações não conseguem ficar sem as comodidades trazidas.

Diante de uma realidade onde para estar incluso no meio social é preciso estar online, uma das consequências mais claras desse meio é a informatização de muitos aspectos da vida cotidiana, possibilitando o registro de praticamente todos os atos realizados, como também seus dados pessoais. Essas informações podem ser armazenadas e capturadas por meio de *cookies*, que são arquivos de texto que armazenam o histórico de navegação do usuário (desde o histórico de navegação até senhas salvas e informações de login) durante um período de tempo. Nem todos os *cookies* são utilizados para captação de dados pessoais, porém quando utilizados em redes sociais, estes carregam a identificação do usuário, ou seja, um dado pessoal. O problema com a utilização desta ferramenta dar-se quando não sabemos a finalidade da captação, e menos ainda quais dados estão sendo adquiridos, juntamente a quem será destinado.

Estas informações podem ser utilizadas em contextos diferentes, todavia, seu uso mais corriqueiro vem sendo a comercialização destas informações para empresas. O perfil de uma pessoa, os gostos dela, os seus principais gastos, hábitos, e até mesmo sua localização e perfil genético, valem muito para o mercado consumidor. Tais bancos de informações passaram a ser utilizados como capital e moeda de mercado, sendo movimentados sem qualquer preocupação sobre sua real utilização. A importância desses dados nunca foi tão subestimadas pela sociedade, sendo que, poucos ainda parecem ligar pelo fato de que seus dados pessoais fornecidos a determinadas empresas são vendidos e compartilhadas com outras,

dando o poder de identificar, e até mesmo rastrear, seus usuários em quase todas as atividades praticadas por eles.

Este trabalho visa analisar a aplicação de *cookies* na *internet*, e como este método irá adequar-se à lei 13.709/2018 (LGPD). A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), uma lei que foi sancionada em 2018, e entrou em vigor no dia 18 de setembro de 2020, com o objetivo de proteger os dados pessoais de pessoas físicas. No tocante as empresas ela não possui um foco em cima disto, mas sim nos dados contidos pelas empresas das pessoas físicas.

A utilização de dados pessoais segue um princípio fundamental, deve possuir o consentimento do titular, sobre uma solicitação clara, simples e objetiva, exemplificando quais dados serão obtidos, como serão utilizados e por quanto tempo serão mantidos. É de suma importância que o consentimento deve ser guardado como uma evidência e onde a pessoa tem o direito de ab-rogar a qualquer momento.

2 IMPACTO DA LGPD NAS APLICAÇÕES DOS COOKIES

Foi com a criação da internet, assim como, avanços em outras áreas que a manipulação e detenção de informações veio a torna-se uma fonte de riqueza no mundo da economia. É com esse novo segmento que as empresas começaram a investir em meios de captação de informações, logo, a utilização de *cookies* tomou proporções inimagináveis.

“A efetividade dos *cookies* dar-se pela “publicidade direcionada”, um segmento que leva em consideração uma prévia dos interesses apresentados por um público alvo, e encaixa propagandas, direcionadas ao nicho de perfil que atende aquele determinado produto ou serviço, possuindo um melhor alcance, juntamente com um foco mais organizado de oferta e demanda”.(BIONI, 2019).

Tal prática só é possível através da captação de dados sobre os usuários, onde na maioria das vezes, é feita através de *cookies* aplicados em *websites*. Onde grande parte feito pelas próprias empresas em seus domínios na internet, ou podem recorrer ao modelo de *mailing*, um banco de dados segmentados de pessoas físicas ou jurídicas com informações cruciais para um crescimento exponencial, onde este é

oferecido por empresas como “pacote de aprimoramento” para produtos ou serviços de outras empresas ou qualquer outra aplicação que seja.

A partir deste momento, onde a economia cria uma nova moeda para giro de capital (a informação), que a proteção dos dados dos perfis torna-se de suma importância, assim, a aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) vem à tona.

Sobre o assunto, Bioni (2019, p. 39), relata:

Com a inteligência gerada pela ciência mercadológica, especialmente quanto à segmentação dos bens de consumo (marketing) e a sua promoção (publicidade), os dados pessoais dos cidadãos converteram-se em um fator vital para a engrenagem da economia da informação.

Como o poder de ter acesso a vários dados vêm sendo superestimado pela sociedade, em sua grande parte, a Lei 13.709/18 traz consigo um rol de princípios a serem seguidos, mantendo a preservação dos dados pessoais. Tais normas fornecem a capacidade de empresas continuarem usufruindo desse novo modelo econômico, trazendo consigo uma transparência dos ideais das empresas, sem causar prejuízo a elas, e em conjunto fornece o amparo aos direitos fundamentais como privacidade, entre outros, para os usuários.

Sobre o assunto, Pinheiro (2018, p. 49) explana:

Isso quer dizer que a informação passou a ser um ativo de alta relevância para governantes e empresários: quem tem acesso aos dados, tem acesso ao poder.

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) tenta impor os direitos do “mundo real”, com base na necessidade da proteção dos dados pessoais, para o “mundo virtual”. Pensando nisso, a lei não possui apenas o objetivo de proteger tais dados no meio digital, ela traz consigo “evolução e expansão dos direitos humanos e resulta da atualização/adaptação de documentos internacionais de proteção aos direitos humanos.” (PINHEIRO, 2018, p. 50).

Vale ressaltar, que no Brasil já havia alguns tipos de proteção aos dados pessoais através de outros dispositivos, o qual remete ao Código de Defesa do

consumidor, que em seu artigo 43^{o*}; Bem como o Marco Civil da Internet com seu artigo 7^{o*}.

Diante de uma realidade, onde a evolução dos meios de informações e comunicações tornam a privacidade cada vez mais um elo perdido, nossos dados ficam à mercê de um meio social cada vez mais virtualizado.

Logo, a premissa da Constituição Federal em seu artigo 5^o, fala que todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade. E em seus artigos X e XII* que abordam o direito da inviolabilidade dos dados.

Em continuidade com a Constituição Federal seu artigo 219, explica que o mercado interno integra o patrimônio nacional e será incentivado de modo a viabilizar o desenvolvimento cultural e socioeconômico, o bem-estar da população e a autonomia tecnológica do País, nos termos de lei federal. Desta forma notamos que existe um incentivo a esse novo segmento no mundo econômico, o qual devemos ver com “bons olhos” e adequar-se a ele.

Com o cumprimento destas premissas estabelecemos aos *cookies* um funcionamento com base no consentimento do usuário, de forma clara e objetiva, sendo possibilitados através da política de privacidade ou no contrato da prestação de serviços da empresa publicado no site. Mesmo com todo amparo jurídico através das medidas de proteção ainda há uma opacidade quanto ao uso dos *cookies*, onde muitos não deixam de forma explícita e legítima seu verdadeira propósito, e também a grande dificuldade na revogação do consentimento, junto a rejeição/exclusão dos *cookies*.

* Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes. trata o caput deste artigo devem ser disponibilizadas em formatos acessíveis, inclusive para a pessoa com deficiência, mediante solicitação do consumidor.

* Art. 7^o O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos: da finalidade, adequação, necessidade, livre acesso, transparência, segurança, responsabilização e prestação de contas.

* Artigo 5^o, X – são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação; [...] XII – é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal; [...].

Havendo a infração da Lei, o responsável por manipular os dados, estará sujeito às penalidades, sendo elas reparação de danos; Sanções administrativas, civis ou penais; podendo algumas destas sanções abranger de 2% do faturamento da empresa até o limite de R\$50.000.000,00 (Cinquenta milhões de reais). Logo, há uma coibição de certas práticas ilícitas, as quais tendem a diminuir no meio virtual, garantindo um tráfego cada vez mais seguro.

Diante destes ocorridos a LGPD procura manter os direitos fundamentais e o livre desenvolvimento da personalidade, tomando como um de seus fundamentos em conjunto com o desenvolvimento econômico-tecnológico da inovação.

Pois, imaginar um mundo onde a lei em favor da preservação da identidade individual, torna o acesso e circulação de dados restritos, fica cada vez mais inviável. Criamos um mundo onde o paradigma da privacidade da atualidade consiste em: A informação tornou-se passível de uma apreciação jurídica e protegê-la deve ser um dos objetivos concentrados pelas legislações que queiram se precaver dos desafios modernos.

Um bom exemplo disto ocorreu nos Estados Unidos, quando o atual presidente Donald Trump, tentou banir do país o aplicativo de nome Tik Tok, com o argumento de que “o aplicativo faz uma grande coleta de dados de seus usuários, desde localização, ao modelo de celular utilizado, e até mesmo saber o que os seus usuários digitam no aplicativo, trazendo uma insegurança nacional. Logo, temos uma visão do poder que os dados possuem, a ponto de impor medo a uma potência mundial”. (TECHTUDO, 2020).

A lei 13.709/18 apresenta seu catálogo de princípios necessários para lidar com tais desafios, tratando a proteção com diversos aspectos, desde a captação ao processamento, bem como o uso e exclusão, além de considerar o aspecto supranacional de veiculação de informações em um mundo conectado.

Figura 1 - Fundamentos da LGPD



Fonte: Modificado de Serpro (2020, p. 2)

Todo o impacto causado pela Lei 13.709/18 (LGPD) fez com que as empresas adaptassem suas políticas de obtenção de dados, tomando-os cada vez mais criativos. Criando uma qualificação cada vez maior perante as empresas neste segmento, já que esperar um avanço tecnológico não é uma opção benéfica.

O avanço tecnológico trouxe às empresas a possibilidade de explorar novos mercados, com a finalidade de tornarem seus custos mais baratos e seus lucros maiores. Porém, trouxe consigo a intuição de perda de privacidade, já que para usufruirmos desta tecnologia, cedemos uma quantidade enorme de dados pessoais, os quais muitas vezes não temos noção, o que acaba nos tornando a mercadoria desta relação.

Antes da LGPD tínhamos um tratamento de tais dados de forma irrestrita, utilizados com irresponsabilidade e as empresas que detinham o maior número de dados são as que mais possuem poder no mercado. Entretanto, com o avanço tecnológico a facilidade de obter conhecimento técnico acerca da aplicabilidade dos *cookies*, juntamente com escândalos de vazamentos de dados pessoais por conta de uma má proteção e gestão dos armazenamentos, fez com que os usuários passassem a ter mais importância com seus dados, juntamente com a indagação da necessidade da sua informação e ao destino que será tomado a elas.

3 ADEQUAÇÃO A GESTÃO DE *COOKIES* PERANTE A LEI 13.709/18

A utilização de *cookies* na internet é muito comum, pelo simples motivo de que são uma “moeda” comercial de valor imensurável. Esses pequenos arquivos são responsáveis pelo armazenamento dos dados dos usuários que trafegam pela web. Há uma vasta aplicabilidade dessa ferramenta na internet, desde o tráfego personalizado para o usuário mostrando em seu campo produtos, artigos, notícias, entre outras coisas, de seu interesse, bem como manter os produtos pré-selecionados pelo comprador no carrinho de compras do *site*.

Desta forma, o *site* que dispõe deste recurso, deverá desfrutar de uma gestão adequada dos *cookies* para que a empresa esteja em acordo com a LGPD. Para isso as empresas que controlam o seu funcionamento, deverão especificar qual tipo de *cookie* está sendo utilizado no site, juntamente com a finalidade da aplicação dele, também deverá conter a opção de autorização do uso pelo usuário, conforme o artigo 2º* da Lei 13.709/18 (LGPD).

Sites que venham a utilizar esse sistema e que tratam com dados, que possam de certa forma identificar um indivíduo da sociedade, precisam de uma segurança maior na forma em que essas informações serão manipuladas. Observando a necessidade de especificação completa sobre todo o processamento e aplicação dos dados de maneira sucinta e clara aos seus detentores.

Tais atividades que desfrutem de um tratamento legítimo, específico e explícito de dados pessoais devem informar previamente ao titular e estarem orientadas pelos seguintes princípios: Adequação, finalidade, necessidade, transparência, segurança, livre acesso, responsabilização e prestação de contas. (PINHEIRO, 2018)

* Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos: I - o respeito à privacidade; II - a autodeterminação informativa; III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião; IV - à inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem; V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação; VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

Tais especificações dos termos aplicados nos dados pessoais, dispostos no artigo 6º* da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), possuem um teor importantíssimo, o qual visa conter a dificuldade de conceituação e até mesmo de classificação das informações coletadas. Com a LGPD tudo passa a ficar mais simples e claro, acerca do que é ou não é dado pessoal, bem como os métodos a serem aplicados no tratamento de tais dados.

Tratando-se de dados pessoais, devemos nos salientar sobre as hipóteses cabíveis sobre a captação. Já que para usufruir da Lei, devemos possuir o conhecimento do momento em que podemos ser amparados por ela, em conjunto com as exceções em que a captação é válida sem o consentimento do titular, tudo isto está disposto em seu artigo 7º **da lei 13.709/18.

* Art. 6º, I - finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades; II - adequação: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento; III - necessidade: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados; IV - livre acesso: garantia, aos titulares, de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integralidade de seus dados pessoais; V - qualidade dos dados: garantia, aos titulares, de exatidão, clareza, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento; VI - transparência: garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial; VII - segurança: utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão; VIII - prevenção: adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais; IX - não discriminação: impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos; X - responsabilização e prestação de contas: demonstração, pelo agente, da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais e, inclusive, da eficácia dessas medidas.

** Art. 7º, I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular; II - para o cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador; III - pela administração pública, para o tratamento e uso compartilhado de dados necessários à execução de políticas públicas previstas em leis e regulamentos ou respaldadas em contratos, convênios ou instrumentos congêneres, observadas as disposições do Capítulo IV desta Lei; IV - para a realização de estudos por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais; V - quando necessário para a execução de contrato ou de procedimentos preliminares relacionados a contrato do qual seja parte o titular, a pedido do titular dos dados; VI - para o exercício regular de direitos em processo judicial, administrativo ou arbitral, esse último nos termos da Lei nº 9.307, de 23 de setembro de 1996 (Lei de Arbitragem) ; VII - para a proteção da vida ou da incolumidade física do titular ou de terceiro; VIII - para a tutela da saúde, exclusivamente, em procedimento realizado por profissionais de saúde, serviços de saúde ou autoridade sanitária; (Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019) Vigência IX - quando necessário para atender aos interesses legítimos do controlador ou de terceiro, exceto no caso de prevalecerem direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais; ou X - para a proteção do crédito, inclusive quanto ao disposto na legislação pertinente.

3.1 POLÍTICA DE PRIVACIDADE E TERMOS DE USO

Um dos princípios a serem seguidos da Lei comentada é o da transparência e do consentimento. Independente do cunho informativo captado pelo *cookie*, este deverá possuir o consentimento do usuário acerca da sua aplicabilidade e utilização, tudo descrito de forma clara, simples e objetiva.

Logo, as formas de pôr isso em prática, é a exposição das Políticas de Privacidades e os Termos de uso. Sendo assim, tudo pode ser esclarecido ao usuário ao uso dos seus dados, tendo o aceite por meio de um *click*.

“A necessidade da exposição da política de privacidade, se dá porque ela trata de um conjunto de termos onde descreve as práticas a serem adotadas pelo site em relação aos dados dos usuários”. (SERPRO, 2020). Em conjunto, os termos de uso vêm como um documento que traz as condições e regras para que o usuário possa usufruir dos serviços oferecidos pelos websites, mantendo uma transparência para todos sobre a utilização dos seus dados oferecidos a empresa, juntamente com o consentimento do usuário. Sem violar a privacidade do usuário, com a aplicação de *cookies* de forma ilícita, totalmente oculto, deixando o direito de escolha ao cidadão. Respeitando o art. 7º, incisos I e II, da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), “I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular; II - para o cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador;”. (BRASIL, 2018).

3.2 COOKIE BANNER

Um dos princípios que a Lei 13.709/18 trata, é a necessidade de transparência, simplicidade e objetividade. Logo, o *cookie banner* encaixa como “uma luva” para tais empresas. Como uma função de plataforma de gestão de consentimento, ele aparece como uma “janelinha” que pode-se observar na maior parte dos sites, ele vem para comunicar a utilização de *cookie*, também explicitar a sua finalidade e oferecer a possibilidade de concordância do usuário, desde que seja integralmente ou parcialmente, acerca das aplicabilidades das suas informações. (SERPRO, 2020).

3.3 OPT-IN

Com o avanço da economia as empresas viram a necessidade de manter uma lista de contatos qualificados e que seja “opt-in”, ou seja, uma autorização necessária dada pelo usuário, para receber comunicações por e-mail de uma determinada empresa. (SERPRO, 2020).

De forma simples, ela é mais conhecida como aquela mensagem que aparece com o determinado texto: “Assine agora nossa newsletter”. Logo, a empresa adquire de forma simples e com consentimento, os dados de comunicação de um usuário, para assim mandar comunicados que venham a interessar os assinantes, perante os serviços e produtos fornecidos pelas aquelas empresas.

4 FUTURO DO MERCADO COM A LGPD

Na era das comunicações é notável a acessibilidade às tecnologias, as quais necessitamos para o nosso convívio social, seja para trabalho ou lazer. A questão em estar sempre *on-line*, fez com que o serviço a internet tornasse indispensável assim como água e energia. Logo, o pensamento de que a internet é essencial para a prática da cidadania, não é algo tão inimaginável.

Desta maneira nossas informações estão cada vez mais difundidas no mundo virtual, tornando-a um produto com valor imensurável. A internet faz o uso dos dados pessoais dos internautas para promover a publicidade direcionada, desta maneira, os usuários tornam-se parte do produto, sendo que seus dados alavancam a economia, promovendo uma visibilidade aos produtos ou serviços de determinadas empresas através da tal.

Para termos uma noção do futuro da economia, com o surgimento de várias redes sociais, enormes fornecedores de dados, a utilização da publicidade direcionada tornou-se tão lucrativa e difundida, que o *Facebook* tornou-se em pouco tempo uma das maiores e uma das mais caras empresas do mundo, tudo isso devido ao grande banco de dados.

Logo, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) vem com regras acerca da privacidade no Brasil, tendo uma enorme importância para o desenvolvimento futuro do mercado, mantendo os usuários seguros e lúcidos, sobre a utilização de seus

dados, juntamente com a adequação das empresas para continuarem a explorar esse novo mercado, onde ninguém sai prejudicado.

4.1 BENEFÍCIO DA LEI 13.709/18 PARA AS EMPRESAS

A Lei Geral de Proteção de Dados não se destina a prejudicar a empresa em termos de prazos e adaptações a serem implementadas. Um dos pedidos da lei é a transparência da empresa perante o cliente, tendo em vista que, um comunicado da empresa sobre a captação dos dados e sua principal aplicação para os clientes, passa a imagem de confiabilidade da empresa.

Onde, o cliente não ficará sobrecarregado de anúncios, fazendo com que naveguem mais nos *sites* das empresas, e o principal ponto, a aceitação dos clientes diante da proposta do fornecimento dos seus dados, desde que, não seja feita de forma invasiva. Tendendo ao mantimento dos dados dos clientes diante da confiança e transparência que a empresa passa, criando uma fidelidade à marca.

A LGPD também traz o benefício de uma manutenção periódica ao gerenciamento de dados, já que é necessário o conhecimento da empresa sobre, exatamente, quais informações dos usuários estão sendo atualizadas. Logo, ocorre um refinamento nos armazenamentos de dados, tornando-os mais atualizados, excluindo informações desnecessárias, e atribuindo um alcance do *marketing* perfeito dos produtos das empresas.

Em conjunto a tudo isso, as empresas possuem a capacidade de torna-se apoiadora da privacidade dos dados de seus clientes, onde passarão a imagem de uma empresa que se preocupa com seus contribuintes e não visa apenas o crescimento e o lucro, valorizando o *marketing* utilizado nos produtos, juntamente a demonstração da importância dos contribuintes.

Em uma entrevista dada ao Serpro, o diretor Jurídico e de Governança e Gestão do Serpro, Gileno Barreto, diz:

“Nós brasileiros tendemos a olhar uma nova lei como um conjunto de proibições. Claro, a LGPD requer sim um grande esforço das empresas e do governo para adaptação, mas o objetivo da lei não é atrapalhar, mas sim ajudar a melhorar as relações sociais, o ambiente de negócio, e atualizar o governo, preservando os direitos

individuais do cidadão, que é o centro da lei. E direitos esses que, hoje, se refletem nos dados que o cidadão produz sobre si e que são coletados digitalmente.”

Continuando no site da Serpro, em um de seus artigos publicados, comenta que:

“[...] é essencial saber que a lei traz várias garantias ao cidadão, que pode solicitar que dados sejam deletados, revogar um consentimento, transferir dados para outro fornecedor de serviços, entre outras ações. E o tratamento dos dados deve ser feito levando em conta alguns quesitos, como finalidade e necessidade, que devem ser previamente acertados e informados ao cidadão. Por exemplo, se a finalidade de um tratamento, feito exclusivamente de modo automatizado, for construir um perfil (pessoal, profissional, de consumo, de crédito), o indivíduo deve ser informado que pode intervir, pedindo revisão desse procedimento feito por máquinas.”

Com a lei 13.709/18 em vigor, em plena pandemia da Covid-19, trouxe uma oportunidade de ouro para o segmento comercial, em virtude do fluxo de usuários, ocorreu um grande movimento de capital no comércio eletrônico. Logo, as empresas que estiverem em acordo com a LGPD possuem uma chance de fidelizar clientes, através da sua transparência e aos cuidados com os dados pessoais dos clientes, em conjunto com essa vantagem, vem o afastamento de sanções judiciais ou administrativas que a empresa possa sofrer ou vir a sofrer.

4.2 SOLUÇÕES PARA SE ADEQUAR A LGPD

Uma das soluções imediatas para a lei é que o titular dos dados tem o direito de se opor/retirar o tratamento dos dados em conformidade com a lei, em seu artigo 8º, § 5º, diz:

“o consentimento pode ser revogado a qualquer momento mediante manifestação expressa do titular, por procedimento gratuito e facilitado, ratificados os tratamentos realizados sob amparo do consentimento anteriormente manifestado enquanto não houver

requerimento de eliminação, nos termos do inciso VI do caput do art. 18 desta Lei.”

Outra questão importante, dar-se-á transparência da empresa em relação aos dados, deixando de forma simples e fácil o acesso dos usuários as tais informações sobre o real uso de seus dados.

Sobre o assunto, Pinheiro (2018, p. 67) comenta:

O art. 9º prende-se à questão da transparência das informações do tratamento de dados, apontando quais as características relativas ao livre acesso à informação. Nesse sentido, a clara exposição e o fácil acesso relativo à finalidade do tratamento, assim como sua forma, duração, além das informações acerca dos agentes que realizam o tratamento, são elementos essenciais. A gratuidade da consulta a essas informações também é uma garantia importante.

É recomendável que sites que utilizem *cookies* e façam a captação de informações sobre a navegação do usuário, possam optar por utilizar barras de notificações que demonstrem a utilização de *cookies* e que juntamente venha o pedido de aceite dos termos de uso dos dados.

Possuir um bom conhecimento sobre a Lei, assim, evitando problemas de entendimento. Um exemplo disto, é utilizar dados sem consentimento do titular, em casos previsto pela lei, porém deve-se notar que tais dados não podem ser usados de forma desleixada. Pinheiro (2018, p. 73) relata:

O art. 13 pontua que a regulamentação dos dados não deve ser um impeditivo do incentivo e da produção científica na saúde pública, todavia os mesmos procedimentos de segurança da informação adotados por quaisquer outros institutos e finalidades devem ser observados.

Da mesma forma, as informações pessoais não devem ser publicizadas quando os resultados do estudo ou da pesquisa forem divulgados, haja vista que a privacidade e a intimidade dos titulares devem ser preservadas. Nesse sentido, a adoção de procedimento de anonimização ou pseudoanonimização dos dados deve ser estimulada sempre que possível nesses casos, na busca da preservação da segurança dos dados pessoais em manuseio.

Outra possível solução seria uma alteração nos modelos de navegadores, programas utilizados para se acessar a internet, de uma forma que seja capaz de rejeitar os *cookies* utilizados em *websites*, tendo em vista, que a maioria dos usuários não possuem conhecimento técnico acerca da finalidade e funcionalidade desses programas.

Os navegadores poderiam de outra forma complementar esta informação, fazendo um tutorial após a instalação do navegador, mostrando as finalidades e funcionalidades dos meios técnicos que venham a ser utilizados nos navegadores. Logo, uma parcela compreenderia o que está sendo realizado por estes programas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a dependência da sociedade diante das novas tecnologias para o cotidiano, tornou-se cada vez mais complicado visar uma geração futura sem dependência destas. O meio social que estamos, funciona boa parte com base nelas, seja pela obtenção facilitada de informação ou pela comodidade que ela traz.

Nesse novo mundo as informações obtidas são subestimadas pela sociedade, tanto em sua relevância, quanto em seu valor real. As informações tornaram-se um novo produto que veio para ditar o rumo do mundo comercial. Empresas que trabalham neste ramo passaram a ser cobiçadas e seus valores tomaram proporções exorbitantes, como é o caso do *Facebook* que tornou-se em pouquíssimo tempo uma das empresas mais caras do mundo, devido a sua quantidade de informações; sendo uma ótima vitrine para qualquer produto ou serviço, atingindo o nicho correto de pessoas que se identificam com o produto/serviço.

Nesse contexto surgem os *Cookies*, que são programas aplicados em *sites* para captação de informações a serem utilizados pelas empresas de forma a alavancar seus produtos/serviços ou de outras empresas que procurem como o interesse de promover os seus também. O problema ocorre quando isto é utilizado de forma sorrateira, sem o consenso dos usuários, que não possuem o mínimo conhecimento sobre tal captação muito menos em que será utilizado.

Logo, surge a necessidade de criar uma lei venha a fiscalizar esses métodos utilizados pelas empresas. Assim surge a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD),

uma lei que vem com o princípio de proteger os dados pessoais dos cidadãos, juntamente com a transparência das empresas sobre a captação dessas informações e suas reais aplicações. Trazendo, desta maneira, o poder de decisão aos usuários sobre colaborar com as empresas compartilhando seus dados, negar todo seguimento ou em caso de arrependimento tardio, o usuário, amparado pela lei, pode requisitar a revogação do compartilhamento dos dados.

O Brasil já era amparado por outras leis com base neste assunto, como: Código de Defesa do Consumidor, Marco Civil da Internet, Constituição Federal, entre outras. A necessidade de uma nova lei surgiu para suprir a demanda de uma proteção mais qualificada e técnica diante do meio em que está inserida.

O referente trabalho traz uma análise da lei 13.709/18 (LGPD) e seu impacto nas aplicações de *cookies*, demonstrando que tais aplicações não impactam as empresas de forma negativa, pelo contrário, ela com a proposta de promover aos usuários empresas mais transparentes, deixando-as mais bem vistas pelo público, trazendo consigo uma fidelidade, já que as pessoas possuem o poder de escolha perante a utilização de seus dados.

Alguns dos métodos utilizados para adequar os *cookies* a LGPD, é a prática da Política de Privacidade e Termos de uso, vulgo “Li e Concordo”, um documento com o cunho informativo acerca da captação de dados dos usuários e sua real utilização na empresa. Outra forma é a prática de *Cookie banner*, o qual se resume a uma “janelinha” que aparece na sua tela enquanto navega no site avisando sobre o uso de *cookies* no website possuindo diretórios que discorrem sobre suas aplicações. Outros métodos de aplicações também são feitos para adequar-se a LGPD.

Este é o cotidiano das empresas que se adequam a LGPD, a qual fornece uma harmonização entre empresas e cidadãos. Em um mundo totalmente dependente da tecnologia onde o meio social está totalmente ligado à internet, tanto a trabalho quanto a lazer, transformou o mercado trazendo a informação como um produto de valor imensurável, o qual é facilmente subestimado pela sociedade, neste ponto, a Lei 13.709/18 vem para proteger tais dados e seus poder sobre o novo mundo.

6 REFERÊNCIAS

BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil: Promulgada em 5 de outubro de 1988.

BRASIL. Lei Geral da Proteção de Dados (LGPD): Promulgada em 14 de agosto de 2018.

BRASIL. Lei n. 10.406, 10 de janeiro de 2002. Código Civil. Diário Oficial da União, Rio de Janeiro, 11 jan. 2002.

BRASIL. Lei 12.965, 23 de abril de 2014. Marco Civil da Internet. Diário Oficial da União, 23 abril.2014.

CARDOSO, Beatriz. TikTok vai ser banido dos EUA dia 20 de setembro, diz governo. Techtudo. Publicado em 18 de setembro de 2020. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/09/tiktok-vai-ser-banido-dos-eua-dia-20-de-setembro-diz-governo.ghtml>>. Acesso em 20 de novembro de 2020.

DONEDA, Danilo. Da privacidade à proteção de dados pessoais: elementos da formação da Lei Geral de Proteção de Dados. 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

PINHEIRO, Patricia Peck. Proteção de dados pessoais: comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD). 1º ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

ROCHA, Lara. Et al. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD): Guia de Implantação. 1º ed. São Paulo: Blücher, 2020.

SERPRO E LGPD: SEGURANÇA E INOVAÇÃO. Serpro. Disponível em: <<https://www.serpro.gov.br/lgpd>>. Acesso em: 10 de novembro de 2020.

LGPD E UX: UMA COMBINAÇÃO QUE DÁ CERTO. Serpro. Disponível em: <<https://www.serpro.gov.br/lgpd/noticias/2020/lgpd-experiencia-usuario-ux-privacidade>>. Acesso em 20 de novembro de 2020.